



HAL
open science

Le cinéma de poche les enjeux et les usages (2005/2015)

Claudia Maria Queiroz Lambach

► **To cite this version:**

Claudia Maria Queiroz Lambach. Le cinéma de poche les enjeux et les usages (2005/2015). Art et histoire de l'art. Université Sorbonne Paris Cité, 2018. Français. NNT : 2018USPCA131 . tel-02158758

HAL Id: tel-02158758

<https://theses.hal.science/tel-02158758v1>

Submitted on 18 Jun 2019

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

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

**UNIVERSITÉ SORBONNE PARIS CITÉ
UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3
École Doctorale 267 – Arts et Médias**

Institut de recherche sur le cinéma
et l'audiovisuel – IRCAV

Discipline :
Sciences de l'Information et de la Communication

Claudia Maria Queiroz Lambach
Le cinéma de poche : les enjeux et les usages (2005/2015)

Thèse de doctorat dirigée par :
Kristian Feigelson

Soutenue le
07 décembre 2018

Jury :

Mme Laurence Allard, maîtresse de conférences à l'Université Lille 3

Mr Philippe Bouquillion, professeur à l'Université Paris 13

Mr Kristian Feigelson, professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3

Mr Roger Odin, professeur émérite de l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3

Mme Silvia Rosado, professeure de l'IADE – Universidade Europeia, Portugal

À Chantal Duchet

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont accompagnée dans le travail de recherche entrepris en 2011 à Paris sous la direction d'abord de Chantal Duchet :

Mr Kristian Feigelson, professeur à l'Université Paris 3/Sorbonne Nouvelle, directeur de recherche à l'IRCAV, qui a assumé la direction de ma thèse à partir de 2016, a suivi mon parcours au long de ce chemin de recherche avec beaucoup de patience et un soutien indéfectible. Je le remercie aussi pour sa relecture attentive et exigeante de ma thèse.

Je dois remercier spécialement mes rapporteurs Mme Silvia Rosado, professeure de l'IADE – Universidade Europeia, Portugal, et Mr Philippe Bouquillion, professeur à l'Université Paris 13. Mes remerciements vont aussi aux autres membres du jury : Mme Laurence Allard, maîtresse de conférences à l'Université Lille 3, et Mr Roger Odin, professeur émérite de l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, pour le temps consacré à la lecture de ma thèse et l'intérêt porté à cette recherche.

Je remercie les institutions qui m'ont soutenue tout à long de cette recherche : l'IRCAV (Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel – Paris3), ainsi que la Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brésil) et le Labex ICCA qui tous deux ont financé une partie de la recherche.

Je remercie tous ceux qui ont eu la gentillesse de m'accorder de leur temps pour des entretiens sur leurs expériences professionnelles : Laurence Allard, Laurent Antonczak, Rui Avelans Coelho, Nadine Bénichou, Herbert Bianchi, Erik Bullo, Kênia Cardoso Vilaça de Freitas, Pierre Cattan, Denize Correa Araujo, Louise Courcier, David Dufresne, Fabienne Galula, Carlos Gerbase, Marcel Izidoro, Benoît Labourdette, Ana Flávia Lesnovski, Frank Mora, Lionel Nakache, Felipe Negreli, Alexandre Perez, José Otávio Pompeu e Silva, Tristan Pope, Armand Robin, Nelson

Rodrigo, Jean-Claude Taki et Antonin Verrier. Je remercie Simone Cavalli qui a traduit les questions de l'entretien en anglais, puis a réalisé l'interview avec Tristan Pope, et corrigé également le résumé de la thèse en anglais.

Je remercie la famille de Vilém Flusser qui a autorisé l'utilisation de ses articles dans la thèse.

Je remercie la Bibliothèque nationale de France (BnF) de m'avoir accueillie dans le cadre de mes travaux.

Je tiens enfin à remercier Dominique Udron pour son travail de correction et relecture de ma thèse et son dévouement.

Un grand remerciement tout spécial à ma mère, Suzy Veloso Queiroz, professeure, à qui je dédie aussi cette thèse. Un grand merci à mon frère Kadu Lambach et à ma famille au Brésil pour son soutien inconditionnel, à mes amis très chers au Brésil et en France qui m'ont encouragée durant toutes ces années. Un grand merci aussi à Alain Le Gac, Lurdes Le Gac et Julio Nogueira pour toute leur affection.

RÉSUMÉ

Cette thèse s'inscrit dans une volonté de comprendre le cinéma mobile, fait avec un dispositif mobile, dans le paysage contemporain de la « culture mobile », entendue comme l'ensemble des usages sociaux associés aux appareils mobiles connectés à l'internet produisant et exploitant des textes et des images, l'organisation en réseaux, etc. Nous l'analysons en tant que phénomène artistique mais aussi comportemental et social, à travers les usages et les enjeux qui lui sont associés, en particulier ceux liés à l'innovation. Nous avons pour cela réalisé une série d'entretiens avec des professionnels en lien avec le cinéma de poche. Le cinéma de poche apparaît comme un mode d'expression cinématographique accessible à tout individu muni d'un dispositif mobile. Ce cinéma a bénéficié de nouveaux moyens de diffusion via Internet et s'est intégré à une tendance contemporaine de l'économie créative. Nous analysons la diffusion des films de poche sur les plateformes de vidéos sur le web et dans les festivals consacrés aux images mobiles entre 2005 et 2015. Les images mobiles se sont multipliées (selfies, vidéos), une grande partie exposant la sphère de l'intime. Nous réfléchissons sur la prolifération des images mobiles, la créativité, la pratique amateur et la position du cinéma de poche face au cinéma traditionnel. Avec la culture de la participation et de la collaboration, les médias traditionnels ont absorbé les images mobiles publiées sur les réseaux sociaux, nouvelle matière à collaboration journalistique. Finalement, la culture mobile évolue rapidement et suscite de nombreuses questions notamment sur la réalité virtuelle et l'usage de l'image comme langage de communication.

Mots-clés : cinéma de poche ; culture mobile ; réseaux sociaux ; festivals ; économie créative ; journalisme.

ABSTRACT

This thesis is part of a desire (intends) to understand mobile cinema, made with a mobile device, in the contemporary landscape of the "mobile culture", understood as the set of social uses associated with mobile devices connected to the Internet producing and exploring texts, images, social media publications, etc. We analyzed it as an artistic but also behavioral and social phenomenon, through the uses and the interests (betting, implications) associated with it, especially to those related to innovation. We have done a series of interviews with professionals connected with the pocket cinema. Pocket cinema appears as a cinematographic mode of expression accessible to any individual with a mobile device, who has widely used new resources of dissemination via the Internet and has become part of a contemporary trend of the creative economy. We analyze the distribution of pocket films on video platforms on the web and in festivals dedicated to mobile images between 2005 and 2015. Mobile images have multiplied (selfies, videos), exposing even in a more intimate context. We reflected on the proliferation of mobile images, creativity, amateur practice and the position of the pocket cinema in the face of traditional cinema. With the culture of participation and collaboration, mainstream media have absorbed mobile images published on social media, a new way of collaboration focused on journalism. Finally, the mobile culture evolves rapidly and raises many questions, in particular about virtual reality and the use of the image as a language of communication.

Keywords: pocket cinema; mobile culture; social networks; festivals; creative economy; journalism.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	12
1. Aspects de la problématique et hypothèses.....	13
1.1. Qu'est-ce que le cinéma de poche ?	15
1.2. Les appareils mobiles.....	16
2. Parcours personnel	19
3. Les entretiens comme méthode de réflexion	21
3.1. Réalisation et analyse des entretiens.....	22
4. Cadre théorique	24
5. L'étude filmique	26
6. Plan de la thèse	27
PREMIÈRE PARTIE - L'UNIVERS DU CINEMA DE POCHE	29
CHAPITRE 1 - LES TELEPHONES MOBILES SONT DES APPAREILS MULTIFONCTIONNELS	32
1. Le développement des téléphones mobiles pour la réalisation de films	32
1.1. L'image dans la perspective du téléphone mobile.....	34
1.2. Quels sont les problèmes essentiels qui se posent dans le domaine du cinéma de poche ?.....	38
1.3. La technologie du téléphone mobile : un panorama historique.....	41
1.3.1. Les appareils.....	44
1.3.2. Les applications	57
1.3.3. Les accessoires	59
2. Réception, enregistrement et transmission des images	61
2.1. La culture mobile	63
2.1.1. Le <i>selfie</i>	64
2.1.2. Les codes esthétiques des réseaux sociaux	68
2.1.3. Les formats de l'image mobile	69
2.2. La technologie de la communication et de l'information	73
2.2.1. La mobilité.....	74
2.2.2. L'espace et le temps.....	81
Conclusion du <i>Chapitre 1</i>	87
CHAPITRE 2 - QUAND LE TELEPHONE MOBILE INVENTE UN CINEMA DE CREATION	90
1. La technologie dans le domaine artistique	91
1.1. Les images mobiles mimétiques.....	94

1.1.1. La mimésis sociale	95
1.1.2. La mimésis et la création mobile	99
1.2. La créativité	100
1.2.1. Les motivations pour une production créative.....	103
1.3. La création artistique et l'innovation technologique	105
2. La liberté de création et la philosophie de Vilém Flusser	110
2.1. Les calculs de l'image contemporaine.....	113
2.2. La démocratisation des appareils	115
3. Cinéma de poche : ses pratiques amateurs et professionnelles, ses usages privés.....	117
3.1. Les appareils et les usagers amateurs	117
3.2. Le cinéma de poche dans le contexte du cinéma amateur et des films de famille	122
3.3. Qui est le réalisateur du cinéma de poche ?	124
3.4. Le cinéaste amateur et le cinéaste familial	125
4. La formation pédagogique et artistique pour la réalisation d'images mobiles : lire, « écrire » et comprendre l'image	129
Conclusion du <i>Chapitre 2</i>	137
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE	140
DEUXIEME PARTIE - USAGES ET ENJEUX DE LA CRÉATION MOBILE.....	142
CHAPITRE 1 - LES ENJEUX ECONOMIQUES DU CINEMA DE POCHE	145
1. La production d'un film mobile	146
2. L'approche industrielle dans la création mobile.....	153
2.1. Les campagnes publicitaires autour de l' <i>iPhone</i>	154
3. L'économie créative et le cinéma de poche	161
3.1. Les industries créatives et culturelles.....	167
3.2. Expressions artistiques : axe stratégique du développement technologique contemporain	173
3.3. L'artiste et l'industrie.....	175
3.4. Les profils professionnels des réalisateurs mobiles	178
4. L'expérience comme moyen d'intégration	182
Conclusion du <i>Chapitre 1</i>	187
CHAPITRE 2 - LES MODES DE DIFFUSION DES FILMS MOBILES	189
1. La diffusion des films à travers des festivals	190
1.1. La légitimation et la diffusion dans les festivals de culture mobile	192
1.2. Revue des festivals et espaces de discussion sur le cinéma de poche..	197
1.2.1. Les festivals de cinéma de poche en France	200
1.2.1.1. Le <i>Festival Pocket Film</i>	201
1.2.1.2. Le <i>Mobile Film Festival</i>	207
1.2.1.3. Les jeunes et les nouvelles technologies mobiles.....	208

1.2.1.4. Le public jeune dans les festivals de culture mobile.....	212
1.2.2. Les festivals de cinéma de poche dans les autres pays	214
1.2.3. L'opinion du jury des festivals et l'opinion du public	228
2. La diffusion des films sur le <i>web</i>	232
2.1. Les plates-formes d'hébergement de vidéos	232
2.2. Chronologie des plates-formes d'hébergement de vidéos	235
2.3. Un succès en ligne sera-t-il aussi un succès commercial ?.....	237
2.4. Les résultats concrets	249
Conclusion du <i>Chapitre 2</i>	253
CHAPITRE 3 - LA CREATION MOBILE ET LE CINEMA	255
1. La création mobile et le cinéma traditionnel	256
1.1. Percevoir le cinéma (de poche) et la nouvelle psychologie, selon Maurice Merleau-Ponty	257
2. Cinéma, un objet de la sémiologie (ou « Le désir de fiction »).....	261
2.1. La création mobile et le « modèle » sémio-pragmatique	264
2.2. Les significations socioculturelles attribuées aux images de poche	269
2.3. Les spectateurs du cinéma de poche : un public différent de celui du cinéma traditionnel ?.....	271
3. Comprendre un film de poche	275
3.1. Les petits écrans et les petits tableaux.....	276
3.2. Le contexte du cinéma de poche – L'espace de réception	278
3.3. Principes de la démarche pour l'analyse des films mobiles	280
3.4. Analyse du film de poche <i>Dot</i>	282
3.4.1. La construction de l'objet de l'analyse	283
3.4.2. Le contexte du texte filmique	286
Conclusion du Chapitre 3	293
CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE.....	294
TROISIÈME PARTIE - ASPECTS DES DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS DES IMAGES MOBILES ET PERSPECTIVES.....	297
CHAPITRE 1 - LA CORPORALITE DANS LA CREATION MOBILE	300
1. Le rapport corporel du réalisateur mobile avec la caméra du téléphone	301
1.2. La petite taille des caméras	303
2. Le processus cinématographique et la psychologie humaine selon Hugo Münsterberg.....	307
2.1. La perception de la profondeur et du mouvement dans le film	309
2.2. L'attention volontaire et involontaire	311
2.3. La mémoire et l'imagination.....	313
2.4. L'émotion que la caméra produit	316
3. La création mobile comme processus mental	318
3.1. L'image et sa relation avec le corps du réalisateur	323

3.2. L'incorporation de la technologie.....	325
4. L'usage des appareils mobiles dans le cinéma porno.....	330
5. La réalité virtuelle.....	343
5.1. La réalité virtuelle et les arts	349
Conclusion du <i>Chapitre 1</i>	350
CHAPITRE 2 - CREATION MOBILE ET CULTURE PARTICIPATIVE.....	352
1. Les réseaux sociaux.....	353
1.1. La multiplication de l'image.....	355
1.2. La culture participative et collaborative des réseaux sociaux.....	357
1.3. La communication par l'image dans les réseaux sociaux (écriture et créativité).....	361
1.4. Le langage esthétique du film mobile sur les réseaux sociaux.....	369
2. Le téléphone mobile comme outil journalistique.....	372
2.1. Le journalisme mobile	373
2.1.1. L'institutionnalisation des réseaux sociaux par le journaliste mobile connecté.....	378
2.2. Les journalistes face à la contribution du public amateur	381
2.2.1. Les pratiques amateurs et le journalisme professionnel.....	384
2.3. Les images mobiles amateurs dans les émissions télévisées.....	388
2.3.1. L'authenticité et la spontanéité des images amateurs.....	392
Conclusion du <i>Chapitre 2</i>	397
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE	398
CONCLUSION.....	400
GLOSSAIRE	408
BIBLIOGRAPHIE	416
ANNEXE	444
Annexe 1	444
Entretiens – Liste des personnes interviewées	444
Annexe 2	458
A. Questionnaire pour les entretiens – Français.....	458
B. Questionnaire pour les entretiens – Portugais.....	460
Annexe 3	462
A. HERBERT Bianchi	462
B. DENIZE CORREA ARAUJO	464
C. Felipe Negreli	471
Annexe 4	474
Festivals de cinéma de poche et concours de création mobile.....	474

Annexe 5 Filmographie	487
A. Films de poche sur la plateforme <i>Youtube</i> (2005-2015).....	487
B. Classement des films de poche sur la plateforme <i>Youtube</i> (2005-2015) (nombre de vues)	540
C. Longs-métrages de poche	545
D-court-métrage de poche	548
E- Films primés au Festival Pocket Film (France, 2005-2010).....	549
Annexe 6	564
<i>YouTube</i> : RÉSUMÉ chronologique (février 2005 - juin 2017)	564
LISTE DES TABLEAUX.....	568

INTRODUCTION

Cette thèse s'inscrit dans une volonté de comprendre la « cinéphilie » mobile, dans un paysage contemporain de la culture mobile. Il s'agit de l'analyser en tant que phénomène artistique mais aussi comportemental et social, à travers les usages et les enjeux qui lui sont associés, en particulier ceux liés à l'innovation, dans un contexte participatif. Nous considérerons ici la « culture mobile » comme l'ensemble des usages sociaux associés aux appareils mobiles connectés à l'internet produisant et exploitant des contenus, notamment des textes, des images (*selfies*, vidéos, etc.), des applications, la communication téléphonique, les nouvelles sociabilités, l'organisation en réseaux, etc. L'innovation concerne ici le développement technologique des appareils mobiles qui implique d'autres innovations parallèles dans différents domaines comme le cinéma et la communication. L'innovation est donc l'une des questions de fond de notre problématique d'ensemble, pour décrire et analyser la création mobile sous ses différentes dimensions : le cinéma de poche dans sa globalité, en interaction avec un espace social muni d'objets mobiles. Sous ces deux aspects, l'innovation devient un moteur, provoquant diverses transformations, comme on peut l'observer lors des lancements successifs de nouveaux appareils mobiles dans la période 2005-2015. Dans un cadre théorique plus empirique, qui servira de repère et de contrepoint à notre démarche, il s'agira plus précisément d'identifier les particularités de ces usages à partir de l'analyse d'expériences autour d'un groupe restreint de personnes interviewées du monde du « cinéma de poche ».

1. Aspects de la problématique et hypothèses

Au départ, nous n'avions orienté notre recherche et l'enquête de terrain que sur le cinéma de poche. Cependant, au cours de ces enquêtes auprès d'un certain ensemble d'interviewés, notre recherche s'est plus rapprochée de la réalité actuelle du cinéma de poche, et nous avons remarqué que la culture mobile recouvre d'autres domaines que celui-ci uniquement. La communication à travers des images est l'un de ces domaines, par exemple. Nous avons aussi été confrontée d'une part à des déclarations et des affirmations telles que : « *le cinéma de poche, c'est du cinéma* », ou « *il y a une ligne ténue entre l'usage professionnel et l'usage amateur* », ou « *les applications sont un moyen de création* », et d'autre part, avec les différentes manières de diffuser de films, les aspects économiques liés au cinéma de poche, et l'image comme outil de la communication contemporaine. Notre problématique englobe donc trois points de réflexions autour de ce que nous entendons comme innovation dans la culture mobile. D'abord, il s'agit de mieux comprendre l'intégration entre création mobile et domaine cinématographique. Ensuite, analyser les conditions de l'invention d'un cinéma de création avec le téléphone mobile. Et finalement, se demander de quelle façon cette technologie peut contribuer à la recherche de nouvelles images.

Dans cette thèse se distinguent deux éléments-clés de la création mobile au cinéma : d'une part, une société technologiquement participative qui dispose d'appareils facilement accessibles, sans entraves importantes pour la création et qui facilitent les modes de communication à travers des réseaux, et d'autre part, les coûts réduits qu'offre l'appareil mobile pour la production cinématographique. Le téléphone mobile facilite l'exploitation d'images parce que l'expérimentation avec cet appareil n'est pas coûteuse ; de cette façon, il favorise la création mobile. Les films mobiles se situent donc essentiellement dans les domaines du cinéma et de l'économie créative, mais tout à la fois, l'image mobile fait partie du domaine des arts visuels, de la sociologie et également de la communication.

Le téléphone mobile est un appareil de création d'images contemporaines et porteur de la culture mobile dans les arts visuels, en général, à travers les expérimentations courantes de ses usagers. Cependant, le plus important pour nous ne sera pas de montrer le phénomène des films mobiles comme un moment de plus dans l'histoire des arts visuels et du cinéma, mais plutôt d'analyser ce que le téléphone mobile a offert de positif et aussi, de négatif au cinéma, et principalement ce qu'il peut offrir encore à l'image contemporaine tant du point de vue économique que social. L'approche sociologique, conjointement à un travail d'enquête de terrain, a été essentielle pour comprendre comment se fait, et si elle se fait, l'intégration de l'ensemble des « autres » cinémas avec le cinéma « traditionnel ». Un autre point crucial sera l'analyse de la culture mobile dans d'autres domaines comme l'information et les médias. Nous nous interrogerons sur la forte présence des réseaux sociaux comme moyen d'information journalistique et comme espaces ouverts pour la circulation massive d'images, les appareils connectés, surtout les téléphones mobiles, étant de vrais outils de création imagétique.

L'innovation se trouve dans tous les aspects artistiques et sociaux rattachés aux appareils mobiles. Ce travail propose aussi une réflexion épistémologique sur la variété des relations possibles entre les innovations technologiques, économiques et sociales – liées à la création mobile et une évaluation de ce que la création mobile peut ajouter à notre compréhension du cinéma et de la société.

Les axes qui nous intéresseront plus particulièrement concernent donc d'une part la création d'images mobiles qui peuvent s'insérer dans le domaine cinématographique grâce aux différentes technologies de cet appareil multifonctionnel, et d'autre part, ce que la société a à montrer à travers la culture mobile. Notre principal objet d'étude, la création mobile à travers le cinéma de poche, est donc intimement lié à un objet puissant : le téléphone mobile, petit et d'aspect fragile, mais dont la technologie est forte et en constante évolution. Cet appareil est un élément-clé de l'univers des films mobiles.

Nous avançons l'hypothèse pour notre thèse que la culture mobile, à travers le cinéma de poche, présente des caractéristiques très particulières, du fait de la

technologie miniaturisée qu'elle utilise et de l'exploitation créative de celle-ci. Ainsi, notre objet d'étude englobera l'analyse des différences et des similitudes entre cinéma de poche et cinéma « traditionnel » et la façon dont ils interagissent. On observera notamment comment l'industrie cinématographique expérimente les avantages économiques, technologiques et aussi créatifs que la création mobile peut offrir.

1.1. Qu'est-ce que le cinéma de poche ?

A priori, nous définissons le terme « cinéma de poche » comme un phénomène artistique, esthétique, mais aussi sociologique et économique, provenant d'une société technologiquement équipée, plus particulièrement, dotée de la technologie du téléphone mobile. Suivant les nomenclatures¹, le cinéma de poche est aussi connu comme : *pocket films*, cinéma mobile, microcinéma, « *cinéma p* » et « *p cinéma* »², notamment. Nous choisissons le terme « cinéma de poche » qui exprime la relation que nous faisons avec le cinéma traditionnel et parce qu'il traduit bien une des fonctions complémentaires que les téléphones mobiles offrent aujourd'hui : filmer et voir les images en mouvement.

Une autre nomenclature importante concerne les réalisateurs. Cette catégorie est composée de professionnels du cinéma et d'amateurs venant de domaines les plus divers. De par la facilité de tourner des films, le cinéma de poche est très démocratique. Ainsi, plus précisément, nous dirons que la population représentative du tournage des films de poche est en essence celle des « réalisateurs

¹ Claudia Lambach, *Cinema de Bolso : Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, Mémoire de master en théorie de la culture visuelle, IADE/ESD - Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2009.

² Terminologie suggérée par Odin dans : Roger Odin, « Quand le téléphone portable rencontre le cinéma » in *Téléphone mobile et création*, Laurence Allard, Laurent Creton, Roger Odin (dir.), Paris, Armand Colin, 2014, p 37-53, p. 45.

mobiles »³, où, en raison de certaines caractéristiques spécifiques du cinéma de poche, le réalisateur mobile est tout individu qui aime tourner des images avec un appareil mobile, indépendamment de son âge, de son sexe, de sa profession et principalement, de son expérience dans le domaine du cinéma.

En général, pour donner corps au film, le réalisateur fait une séquence d'images en mouvement dans laquelle il montre « *le « message » ou le discours clos perçu par le spectateur* »⁴ (d'un point de vue sémiologique). On peut également dire que les images doivent constituer une œuvre projetée devant un public et envisagée aussi d'un point de vue esthétique⁵.

1.2. Les appareils mobiles

Notre thème de recherche se rapporte à des films faits avec les caméras des téléphones mobiles, une coutume très courante aujourd'hui, conséquence d'une société technologiquement active où les individus ont la plupart du temps un téléphone mobile dans la poche. Avec les nouvelles ingénieries de la téléphonie mobile, les industries de la communication ont mis et mettent en œuvre différentes innovations tournées vers la recherche de l'originalité et de la modernité. Par conséquent, on observe aujourd'hui que sont lancés régulièrement un grand nombre de modèles d'appareils, résultat d'un marché en constant développement, qui est aussi de ce fait un marché compétitif. La technologie du téléphone mobile tend à être de plus en plus complète en visant la multifonctionnalité, ce qui se traduit par la création d'une large gamme d'équipements de plus en plus sophistiqués, et en même temps, l'industrie a aussi offert au consommateur des appareils à des coûts plus

³ Le réalisateur de film de poche sera appelé dans cette thèse « réalisateur mobile », parce que c'est un terme qui se rapproche le plus de l'action de l'individu qui utilise un téléphone mobile muni d'une caméra numérique comme principal outil pour son art. Voir Claudia Lambach, *op. cit.*

⁴ Jacques Aumont et Michel Marie, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, 3^e éd., Armand Colin, 2016, p. 112.

⁵ *Ibidem.*

accessibles. Ainsi on observe que même l'appareil le plus récent tombe rapidement en désuétude.

Le téléphone mobile est de nos jours la technologie d'expression et de communication la plus communément utilisée dans le monde. Les téléphones mobiles ont révolutionné la vie quotidienne : en 2012, une grande partie de la population mondiale possédait déjà au moins un téléphone mobile en tant qu'objet important pour une utilisation à des fins personnelles⁶. Grâce à la praticité qu'il offre, la grande majorité des individus n'a pas résisté au charme de ce petit appareil. Aujourd'hui, le nombre de lignes de téléphone mobile a encore augmenté⁷, avec dans la majorité des cas un téléphone mobile équipé d'une caméra et qui permet la connexion à l'internet.

À présent, ces appareils ne possèdent plus seulement les fonctions de communication à distance à travers le téléphone ou par des messages de type SMS. Les *smartphones* actuels comportent une série d'autres usages, tels que : le GPS, la TV, le MP3 pour écouter et stocker de la musique, l'internet, des jeux, des dictionnaires, l'obtention de nombreux services publics, des renseignements personnels, les services de traduction, l'agenda et le calendrier, la fonction réveil, la montre, de nombreuses sonneries, la calculatrice, la rédaction de textes, la boussole, et aussi, l'appareil photo et la caméra vidéo pour faire des images photographiques et des films. Certains⁸ affirment même qu'aujourd'hui la fonction la moins importante du téléphone mobile est celle qui permet de téléphoner.

Le téléphone mobile est inséré dans un réseau et, par conséquent, il permet de communiquer avec les autres téléphones, avec d'autres utilisateurs et praticiens. Ce n'est plus un appareil simple, d'utilisation éventuelle, mais un dispositif auquel

⁶ Selon les chiffres de la Banque mondiale, cf. Laurence Allard, Laurent Creton, Roger Odin, « Introduction », in *Téléphone mobile et création*, Laurence Allard, Laurent Creton, Roger Odin (dir.), Paris, Armand Colin, 2014, p. 15-22, p. 15.

⁷ 7,7 milliards d'abonnements mobiles étaient souscrits à la fin de 2017, selon les estimations de l'ITU (*International Telecommunication Union*). « Le nombre d'abonnés au téléphone mobile dans le monde », [En ligne : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/internet-mobile/1009553-monde-le-nombre-d-abonnes-au-telephone-mobile/>]. Consulté le 26 septembre 2018.

⁸ Selon l'opinion du réalisateur Marcel Izidoro, dans un entretien qu'il nous a accordé sur le monde du cinéma mobile, le 6 février 2017.

on a très souvent recours, ce qui a entraîné une forte croissance du secteur de la téléphonie mobile. De plus, il est possible de télécharger des applications avec différents services à partir des propres besoins de l'utilisateur. La disponibilité, le résultat immédiat et le partage d'informations, ou de créations, ont fait du téléphone mobile un appareil très démocratique et dans le même temps un objet de réalisations artistiques, mais aussi un outil journalistique. Le téléphone mobile a entraîné aussi une grande révolution dans le domaine des médias. Cette gamme de possibilités a donné un nouveau sens au téléphone mobile.

La technologie des téléphones mobiles s'améliore avec chaque nouveau modèle lancé. De ce fait, la création mobile a changé également à partir du développement croissant et rapide de la technologie des appareils, qui a fait que la caméra du téléphone mobile est notablement plus puissante aujourd'hui qu'à ses débuts. C'est au cours de l'année 2005 que les premiers films tournés avec une caméra de poche ont été présentés dans des festivals de cinéma spécialisés en films réalisés avec des caméras à main. À l'époque, la basse qualité des images que les caméras produisaient faisait partie de l'expression artistique des films : les images n'avaient pas beaucoup de pixels, et donc une résolution assez basse, et ces défauts dans l'image ont été exploités comme langage poétique par plusieurs réalisateurs.

Depuis lors, les images ont présenté des changements importants dans leur qualité et leur production. En fait, ces appareils sont aujourd'hui de plus en plus rapides et intègrent de nombreuses innovations dans leur technologie et dans les services offerts. Pour les productions audiovisuelles, les téléphones mobiles permettent d'envoyer des images, des photographies, des sons et des vidéos, une véritable évolution en faveur de la création artistique, avec plusieurs applications tournées uniquement vers la création d'images.

Du fait des caractéristiques de la technologie, le risque existe que les images soient similaires et répétitives, autrement dit, qu'elles soient mimétiques. Nous adopterons ici le point de vue réaliste de Vilém Flusser sur la création artistique à partir de réflexions sur la technologie. Face aux problèmes que la technologie des appareils photos pouvait poser, le penseur tchèque considérait qu'il est crucial que la

technologie soit bien dominée par l'artiste. En fait, pour Flusser, il faut que l'artiste s'approfondisse dans le fonctionnement de la machine afin de ne pas dépendre seulement du « *mode d'emploi* » de l'appareil, autrement dit, la machine ne peut pas imposer une création à l'artiste. Cette réflexion nous permet ainsi d'émettre une autre hypothèse pour cette recherche : si le réalisateur profite bien de la technologie des téléphones mobiles, cela suppose que cet appareil soit un vrai moyen de création mobile pour les nouvelles images. Nous souhaitons par ailleurs inclure un point essentiel pour notre analyse qui est la présence de l'artiste dans l'industrie : le développement d'environnements favorables à la création, dans le domaine industriel est déjà une réalité de la culture actuelle ; par ailleurs, l'intégration d'un artiste dans un contexte de marché peut se révéler une expérience positive pour toutes les personnes impliquées.

2. Parcours personnel

Initialement, le titre de cette thèse délimitait un très large champ de recherche qui pouvait receler ou englober toute une série d'autres thèses sur la complexité du cinéma de poche dans l'industrie cinématographique. Au fur et à la mesure du processus d'écriture, mais surtout après les entretiens que j'ai réalisés, une piste plus sûre s'est dessinée, malgré les difficultés et les incertitudes de la recherche autour de la propre problématique et des autres études qui se rapprochent de ce même sujet. Je ne suis en effet pas réalisatrice de formation, ni sociologue, mais plonger dans ces deux mondes a été une expérience vraiment fascinante.

Cette étude évoque particulièrement un thème qui me touche beaucoup depuis quelques années, qui est celui de l'art et la technologie. En fait, mon parcours professionnel en tant que designer graphique dénotait déjà mon intérêt dans ces deux domaines. Après avoir suivi une spécialisation en histoire de l'art moderne et contemporaine, à l'EMBAP, à Curitiba au Brésil, et un master en culture visuelle à l'Institut des arts visuels, design et marketing – IADE, à Lisbonne au Portugal, les

caractéristiques de la technologie de petites caméras et de l'image numérique sont devenues des questions essentielles pour moi⁹. Ma recherche de master portait déjà sur le cinéma de poche et son rapprochement avec la peinture sur deux points : d'une part, la taille de l'écran mobile et la taille réduite des tableaux du peintre hollandais Johannes Vermeer du XVII^e siècle ou l'allemand Caspar David Friedrich, au XIX^e siècle, et d'autre part, la qualité de l'image des films mobiles, surtout avec le manque de *pixels* de ces images, par rapport aux tableaux impressionnistes. Mon terrain d'observation a alors été le *Festival Pocket Film de Paris* où j'étais spectatrice lors du débat avec l'actrice Isabelle Rossellini, en 2008. Les ressources et les recherches sur ce sujet étaient encore éparses à l'époque. Cependant, je m'étais appuyée sur certains essais axés sur le cinéma de poche comme ceux de Kênia Freitas ou Mario Ramiro, ainsi que sur les concepts tournés vers l'étude de l'homme machine et de la technologie dans la contemporanéité comme celle de la « *boîte noire* » de Vilém Flusser ou celle de l'« *image machine* » d'André Parente, notamment.

À cette occasion et à partir de ce festival français, j'ai remarqué le très grand intérêt qu'il y avait en France pour la recherche sur le cinéma de poche. Cela a renforcé mon envie de continuer mes études sur ce sujet. Ainsi, je me suis engagée dans un parcours doctoral en suivant un cursus en sciences de l'information et de la communication à IRCAV/Paris3, tout d'abord avec Madame Chantal Duchet comme directrice de thèse. Sa participation a été cruciale dans les premières années de la thèse jusqu'en 2016, année de son décès. Ensuite, Monsieur Kristian Feigelson a assumé la direction de ma thèse, ce qui a permis d'apporter d'autres regards, notamment à travers une approche plus sociologique sur les questions traitées dans cette thèse, pour développer des enquêtes de terrain sur le sujet pendant ces deux dernières années.

⁹ Master en Théorie de la Culture Visuelle à l'Institut des arts visuels, design et marketing – IADE, à Lisbonne au Portugal, de 2007 à 2009, thèse : « Cinema de Bolso : Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea » [Cinéma de poche : une modalité émergente dans la culture visuelle contemporaine], sous la direction de Mme Silvia Rosado, soutenue le 11 novembre 2009.

3. Les entretiens comme méthode de réflexion

La construction d'un champ d'étude encore très jeune, pose la question de ses sources restreintes pour l'investigation. Aussi notre méthode a résulté d'une approche empirique, avec une enquête de terrain, proposée au cours de cette thèse par Kristian Feigelson comme méthode de travail, réalisée sous forme d'entretiens, et également de l'observation du monde de la culture mobile. Nous avons fait pour cette thèse le choix de la technique de l'enquête par entretien à usage complémentaire afin de corroborer ou réfuter nos hypothèses de recherche et d'appréhender notre objet d'étude dans toutes ses dimensions. De plus, les entretiens ont contribué à découvrir des aspects à prendre en considération et ont permis d'élargir notre champ d'investigation¹⁰. Dans une approche qualitative, les entretiens ont été conduits avec des interviewés qui devaient avoir un certain lien avec la création mobile et son outil. Nous avons ainsi réalisé vingt-six entretiens avec des personnes ressources : quinze réalisateurs mobiles, une photographe, un journaliste et quinze chercheurs, au Brésil, aux États-Unis et en France (en ligne ou présents). Les entretiens ont été construits à partir d'une série de questions que nous nous posions : Quelles sont les caractéristiques principales des films tournés avec des téléphones mobiles ? Quels sont les problèmes essentiels qui apparaissent dans le domaine du cinéma de poche ? Comment les films de poche doivent-ils être distribués ? Filmer avec la caméra du téléphone mobile, est-ce une bonne solution pour la réalisation de films à budget réduit ? Ces entretiens nous ont permis de mieux appréhender les valeurs symboliques attribuées à la création mobile, découvrir la façon dont sont produits les courts-métrages et les longs-métrages tournés avec le mobile, identifier les problèmes pratiques posés par les caméras et les solutions alternatives rencontrées, le budget caractéristique de production d'un film mobile, la nécessité de formation des

¹⁰ Sur cette technique d'entretiens exploratoires, voir Luc Van Campenhout et Raymond Quivy, *Manuel de recherche en sciences sociales*, 4^e éd., Paris, Dunod, 2011, p. 58. Voir le guide d'entretiens et la liste des personnes interviewées (Annexe 1 et Annexe 2).

réalisateurs mobiles, la diffusion des films sur le *web*, etc. Ils ont surtout permis de mieux préciser les enjeux théoriques soulevés dans cette thèse.

3.1. Réalisation et analyse des entretiens

Dans la préparation des entretiens, nous avons dû d'abord en définir clairement les objectifs, c'est-à-dire, organiser précisément les informations recherchées et élargir nos perspectives théoriques. Pour organiser ce travail d'application, nous sommes partie de la question qui nous accompagne depuis nos premiers contacts avec les films mobiles, c'est-à-dire, ce qu'est le cinéma de poche pour nous. Est-il cinéma, art, technologie, ou bien est-il aussi distraction, expression, idéologie, langage, culture, réalité, contemporanéité, dispositif, moyen, geste, perception, rêve, éphémère, populaire, économique, démocratique, exploitation, etc. ? Face à un grand univers de réponses, nous avons cherché nos premières références sur ce sujet.

Depuis 2008¹¹, nous avons accumulé diverses informations à partir de nombreux films, festivals¹², travaux et groupes¹³ de recherche. En outre, jusqu'à aujourd'hui, lorsque parlons de notre sujet de recherche avec des personnes non spécialistes, c'est-à-dire, sans regard scientifique sur le cinéma de poche, elles sont toujours enthousiastes et elles ont toujours quelque chose de significatif à dire. C'est très intéressant, et nous croyons que c'est l'une des caractéristiques importantes des images tournées avec un téléphone mobile. Nous avons ainsi associé le cinéma de poche à deux aspects, à savoir, « le cinéma » proprement dit, du point de vue de sa production en général, et « la société », du fait de sa popularité et de ses aspects sociologiques.

¹¹ Lors de notre master à Lisbonne de 2007 à 2009.

¹² Voir aux annexes la liste de festivals (Annexe 4).

¹³ Notamment le groupe « Mobile et création » dans le cadre de l'IRCAV, Université Sorbonne Nouvelle – Paris3.

Nous avons organisé le guide d'entretien sur l'univers du cinéma de poche autour de quatre axes où se manifeste l'influence de l'industrie cinématographique et de la société, à savoir, la technologie, l'économie du cinéma de poche, la diffusion des films et l'avenir de la création mobile. Ces axes nous ont permis d'observer l'espace de la réalisation, l'espace social et aussi l'espace symbolique de la création mobile. Ainsi, nous avons préparé le guide d'entretien et avons fait les premiers contacts par courriel avec nos interlocuteurs.

Le guide d'entretien a été élaboré afin d'éviter des questions trop nombreuses et trop précises, la règle étant d'accorder une grande liberté à l'interviewé pour obtenir des réponses plus profondes, plus riches et complexes, et le laisser parler selon sa propre logique, avec ses propres mots. De cette façon, les interviewés étaient libres de présenter leurs problèmes, leurs expériences, leurs besoins, autrement dit, leurs points de vue concernant le sujet. Une première analyse des expériences de nos interlocuteurs nous a permis de revoir et redéfinir la problématique et les hypothèses de recherche de cette thèse.

Les interviews ont été réalisées soit au cours de rencontres personnelles, soit en ligne, avec enregistrement audio de l'entretien au moyen d'un graveur et d'un téléphone mobile, simultanément. Pendant la réalisation des entretiens, nous avons aussi noté par écrit toutes les observations faites par nos interlocuteurs. Par ailleurs, nous avons tenté d'observer l'expression de la réflexivité des individus interrogés, tant dans le discours que dans la physiologie, le regard, l'émotion, les gestes, même si cette expression était moins visible au cours des entretiens réalisés en ligne. Sur les vingt-six entretiens réalisés, trois interviewés n'ont pas pu nous rencontrer ni personnellement, ni en ligne pour l'entretien, aussi ont-ils envoyé les réponses aux questions par écrit¹⁴. Finalement, nous avons procédé à l'exploitation des interviews. Dans une deuxième phase, nous avons articulé les idées les unes aux autres et nous en avons dégagé les idées principales.

¹⁴ Ces réponses écrites figurent à l'Annexe 3 de la thèse. Les autres entretiens avec enregistrement audio n'ont pas été transcrits dans la thèse.

Les entretiens que nous avons réalisés dans le cadre de cette thèse représentent donc un des éléments les plus enrichissants pour notre recherche. Ils ont joué un rôle déterminant dans le développement de notre approche sociologique de l'usage et des enjeux de la création mobile. Ils nous ont permis de mieux comprendre le phénomène social et cinématographique du cinéma de poche qui est né à certains moments à partir d'une pratique amateur, pour être ensuite exploité par l'industrie cinématographique, ainsi que l'industrie de la téléphonie mobile à travers le développement technologique. Ils nous ont aussi permis d'appréhender les valeurs techniques et symboliques attribuées à la création mobile, à travers le cinéma de poche. Ainsi, nous avons pu revoir notre problématique grâce aux différents points de vue rencontrés au cours des interviews avec les expériences des différents acteurs du cinéma mobile.

4. Cadre théorique

Nous avons recours sur le plan théorique à certains concepts-clés de l'innovation, du cinéma et de l'économie créative, mais aussi à des concepts complémentaires, tels que ceux associés à l'art contemporain, les nouveaux médias, la technologie des téléphones mobiles et le *web*, surtout les plates-formes destinés à divulguer les images en mouvement, à l'exemple de *YouTube*.

Certains théoriciens sont importants dans cette thèse, principalement pour l'élaboration de nos hypothèses et donc pour la réflexion logique de la recherche. Nous nous appuyerons notamment sur les travaux de Vilém Flusser, Roger Odin, Hugo Münsterberg, Maurice Merleau-Ponty, Kristian Feigelson, Philippe Bouquillion, Pierre Mœglin, Pierre-Michel Menger, Howard Becker, Joseph Alois Schumpeter, Linda Williams et Réjane Hamus-Vallée, qui ont soulevé des questionnements théoriques s'appliquant principalement dans les domaines où le cinéma de poche s'insère que sont le cinéma et l'économie créative.

Par ailleurs, il faut observer que le cinéma de poche est né au cours des dix premières années de XXI^e siècle et par conséquent les premières discussions importantes sur ce thème ne sont apparues que très récemment. Le champ de recherche est encore très jeune et amené à se développer¹⁵. Ainsi, nous mettrons en relief certains théoriciens dont nous avons repris les réflexions relatives au cinéma de poche : Roger Odin, Laurent Creton, Laurence Allard, Benoît Labourdette, Maurizio Ferraris et Serge Tisseron, notamment. Quant à la place des images mobiles dans les réseaux sociaux, comme véhicule de l'information et aussi la présence du téléphone mobile comme caméra journalistique, une révolution pour ce métier, nous renverrons également aux travaux d'auteurs comme Pauline Escande-Gauquié et Valérie Jeanne-Perrier. Ces constructions intellectuelles sous forme de systèmes de concepts serviront à organiser notre représentation sur la réalité du cinéma de poche.

Analyser les aspects subjectifs du cinéma de poche est important pour mieux comprendre la présence narrative des films. Pour ce faire, notre base théorique est le modèle sémio-pragmatique de Roger Odin, dans notre tentative de comprendre la position du cinéma de poche face au cinéma, ainsi que son rapport avec l'artiste et la société. Ce modèle aide à comprendre la façon dont fonctionne la relation entre le film et le spectateur. Selon Jacques Aumont et Michel Marie, l'hypothèse de base du modèle sémio-pragmatique d'Odin « *est qu'un film ne possède pas de sens en soi* »¹⁶. Il faut qu'il y ait une relation entre le film et le spectateur pour qu'un sens se fasse jour. Ainsi, une hypothèse complémentaire a émergé dans cette recherche, celle que la création mobile, à travers le cinéma de poche, est un cinéma grâce à la relation qui existe entre le film et le spectateur. Au travers de toutes les hypothèses ici avancées, notre thèse se situe dans un cadre théorique pluridisciplinaire.

¹⁵ Il existe encore très peu de thèses sur le sujet, comme on peut le voir dans la bibliographie à la fin de la thèse.

¹⁶ Jacques Aumont et Michel Marie, *op. cit.*, p. 192. Voir aussi Howard Becker sur les normes collectives de l'art. Howard S. Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 2006.

5. L'étude filmique

La recherche s'est réalisée à partir des théories-clés mentionnées ci-dessus, mais aussi à partir de l'observation des films, de l'opinion des spectateurs sur le *web* (entre autres, la quantité de visualisations sur *YouTube*), l'étude filmique constituant un apport significatif pour l'analyse des images mobiles et des enjeux des films mobiles.

Nous avons constitué une liste de 123 courts-métrages et une série de 8 épisodes rencontrés sur la plate-forme *YouTube* entre 2005 et 2015, une liste des 29 films primés au Festival Pocket Film (France, 2005-2010) et une liste de 7 longs métrages qui pour la plupart ont été présentés dans des salles de cinéma traditionnelles, et ne sont pas disponibles sur des plates-formes de partage de vidéos. Ce sont aussi bien des documentaires que des fictions, autrement dit, ils appartiennent à n'importe quel type de catégorie. Il est bon de mentionner qu'il s'agit de films dans lesquels le réalisateur montrait un intérêt réel à créer une narration filmique. Ce qui importait pour nous dans notre sélection était la créativité et l'exploitation de cette technologie dans le champ des arts visuels provenant d'un utilisateur du téléphone mobile. Nous avons limité la période d'analyse de ces courts métrages aux années comprises entre 2005 et 2015, et notre corpus filmique a été élaboré à partir des cinq critères suivants : la place du film dans l'histoire du cinéma de poche, l'évolution technologique de son image, l'usage créatif du téléphone mobile, le rapprochement avec le cinéma traditionnel, le nombre de vues sur *YouTube* (critère spécifique aux films récoltés sur ce site). Dans notre liste (cf. Annexe 5) comportant les informations techniques sur les films issus de *YouTube*, nous avons aussi inclus le nombre de « vues » et le nombre d'opinions qui figurent pour chaque film, par exemple, « J'aime ce contenu » ou « Je n'aime pas ce contenu »¹⁷.

¹⁷ Les informations techniques que nous avons relevées pour chaque film sont : le nombre de vues ; le nombre d'opinions sur *YouTube* : « J'aime ce contenu »/ « Je n'aime pas ce contenu » ; le titre ; la date de mise en ligne et la durée du film ; la nationalité ; le réalisateur et monteur ; le casting ; l'appareil de filmage ; le compositeur ; le genre ; la catégorie *YouTube* ; le type de film : Couleur/Noir et blanc ; le synopsis ; la source.

6. Plan de la thèse

Notre thèse se structurera en trois parties, afin d'analyser le chemin parcouru par la création mobile, dans la perspective de ses usages et des enjeux de l'innovation. Ces trois moments progresseront dans un mouvement entre les origines du cinéma de poche, ce en quoi ce phénomène a contribué à la culture contemporaine et les perspectives d'avenir pour la création mobile.

La première partie que nous intitulons « L'univers du cinéma de poche », s'attachera à introduire et décrire certaines caractéristiques inhérentes à notre sujet. Dans cette partie, nous essayerons de répondre à la question suivante : dans quelle mesure le cinéma de poche peut-il être un champ d'exploration pour la création de l'image ? Nous examinerons l'évolution de ce phénomène dans deux chapitres. Tout d'abord, nous décrirons la technologie du téléphone mobile, les facilités et les difficultés qu'elle présente pour filmer les images. Il sera pour cela important de dresser un panorama historique des téléphones mobiles avec leurs applications et leurs accessoires, et décrire la situation technologique actuelle en abordant les aspects sociologiques de la culture mobile. Nous présenterons ensuite la culture mobile à travers ses manifestations très populaires comme les *selfies* et les codes esthétiques des réseaux sociaux. Ainsi, nous aborderons la question de la créativité du cinéma de poche et sa contribution à la cinématographie contemporaine et aux arts visuels, ainsi que les usages amateurs et les réalisateurs mobiles. Enfin, nous exposerons certaines réflexions sur la formation pédagogique pour la réalisation des images mobiles comme outil de communication dans la société contemporaine.

Dans **la deuxième partie** de notre thèse intitulée « Usages et enjeux de la création mobile à travers le cinéma de poche », nous nous proposons de montrer l'évolution des images mobiles, l'innovation associée aux appareils mobiles et l'insertion de ces images dans le monde du cinéma. Dans cette partie, nous nous poserons les questions suivantes : Le cinéma de poche peut-il être un facteur important pour le développement de la technologie du téléphone ? Ce phénomène est-il une nouvelle expression du cinéma et comment peut-il contribuer au

développement de l'art cinématographique ? Ainsi, nous discuterons les points qui semblent positifs, tels que les perspectives économiques au cinéma à partir de l'approche de l'économie créative. Ensuite, nous présenterons les nombreux festivals de cinéma de poche dans le monde et la diffusion des films sur *YouTube*. Nous nous poserons la question de la relation entre le succès des documents mis en ligne et leur succès commercial. Nous verrons les résultats concrets de la production artistique, surtout pour le cinéma de poche. Enfin, dans un troisième chapitre nous présenterons des réflexions inspirées d'une part par le sémio-pragmatisme, et d'autre part, par la perception du cinéma et la nouvelle psychologie, dans un point de vue philosophique. Pour finir, nous donnerons une grille d'analyse d'un film de poche et son contexte technologique.

Dans la **troisième partie** intitulée « Aspects des développements récents des images mobiles et perspectives », nous évoquerons certains usages des images mobiles apparus plus récemment pour essayer de dessiner certaines perspectives futures des images mobiles, et nous nous interrogerons sur les effets de la création mobile, à travers le cinéma de poche, sur la culture contemporaine. Nous présenterons ainsi deux axes de la création mobile récente, concernant d'une part la corporalité, pour laquelle nous aborderons la figure du réalisateur mobile et les appareils comme extension du corps humain, et d'autre part, l'utilisation des images mobiles sur les réseaux sociaux. Nous présenterons en particulier plusieurs réflexions sur ce qu'implique de tourner avec une caméra de petite taille. Une de ces réflexions concerne la facilité de filmer la sphère de l'intime. Nous consacrerons le deuxième chapitre de cette troisième partie à l'usage des images sur les réseaux sociaux, notamment une culture participative émergente. Les images produites par des téléphones mobiles ont un rôle protagoniste dans cette culture participative. Enfin, nous réfléchirons sur la présence des images mobiles, notamment les images amateur, dans le domaine journalistique.

PREMIÈRE PARTIE - L'UNIVERS DU CINEMA DE POCHE

« Le cinéma de poche est une façon émergente, populaire, objective et démocratique de faire du cinéma provenant d'une culture visuelle contemporaine avec des images instantanées, axée sur l'authenticité de l'esthétique urbaine, qui utilise la technologie omniprésente de la téléphonie mobile, sans fil, accouplée à des caméras numériques, comme support pour créer des images de qualité propre et enregistrer des mémoires. (...) les films peuvent être tournés et/ou visionnés par de petits appareils portatifs qui tiennent dans la paume de la main, sans fil, d'usage personnel, faciles à manipuler et à transporter. Le cinéma de poche admet n'importe quel appareil ayant ces caractéristiques qui soit toujours prêt à être utilisé. »¹⁸

Lorsque dans la recherche préalable à cette thèse, nous avons défini le cinéma de poche comme une forme « émergente » du cinéma, nous voulions dire que cet « art » est le résultat de l'union d'une technologie de petits appareils munis de caméras numériques en plein essor et d'une société active technologiquement. À cette époque, les créations mobiles bouillonnaient d'idées et elles faisaient leur apparition dans les festivals et sur le *web*. Ainsi, nous avons pu observer des manifestations artistiques très proches des productions que l'on connaît comme cinématographiques. Avec elles, le cinéma a intégré une nouvelle – ou peut-être une autre – expression cinématographique.

Il faut ici considérer l'usage social des téléphones mobiles, qui influence en quelque sorte la création artistique. Certains aspects de la culture mobile ainsi que la

¹⁸ Le concept de cinéma de poche a été développé à partir de notre recherche de master en 2008-2009. c'est ici la définition que nous en donnions dans le manuscrit de notre thèse : Claudia Lambach, *Cinema de Bolso: Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, Mémoire de master en théorie de la culture visuelle, IADE/ESD - Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2009 (*op.cit.*). (Traduction libre du portugais).

massification des *selfies* et leur présence dans le domaine artistique sont importants pour comprendre les codes esthétiques des réseaux sociaux. De plus, notre société vit avec les différentes mobilités qu'offrent les téléphones mobiles, des mobilités physiques et symboliques. Ainsi, par le biais de la technologie de la communication et de l'information, la mobilité a changé nos notions et nos perceptions d'espace et du temps.

Faire des films avec des téléphones mobiles signifie exploiter leur technologie en apportant à la culture contemporaine les multiples facettes créatives de la culture mobile. Plus encore, du point de vue contemporain, c'est un appareil de communication et d'expression créative. Dans ce contexte, même si l'on observe l'interférence de plus en plus poussée de la technologie afin d'améliorer les performances de l'appareil, se pose la question de la création artistique en partenariat avec la technologie, c'est-à-dire, l'importance du rôle de l'artiste technologique dans la création des œuvres novatrices, indépendamment des contraintes que l'appareil impose. Cette question est importante et nous pousse à essayer de comprendre les images mimétiques et le cas échéant, à étudier les solutions adoptées en faveur de la créativité.

Ainsi, avec la démocratisation des caméras à main (en incluant ici les téléphones portables), surgissent des réalisateurs qui s'intéressent à cette technologie pour tourner leurs films. Ce sont les réalisateurs mobiles, tout comme les réalisateurs que l'on connaît déjà, les cinéastes amateurs, les réalisateurs de films de famille et les professionnels. Et on peut remarquer qu'avec les caméras mobiles, ces réalisateurs créent de nouvelles formes de narration et d'expression, entre le domaine du public et du privé, qui proviennent des nombreuses possibilités de points de vue que l'image mobile peut offrir, qui favorise aussi les films tournés dans des contextes plus intimes.

Cependant, c'est de la création d'image numérique que nous voulons nous enquérir. Ainsi, nous présenterons certaines réflexions sur les différents types de formations des réalisateurs, à savoir, la formation formelle et technique, comme solution pour le développement du processus créatif, ainsi que les formations spécifiques tournées vers la connaissance profonde de la technologie des appareils.

Mais au cours de nos interviews des professionnels et des chercheurs, nous avons aussi rencontré des personnes qui sont contre la formation, parce qu'elles croient qu'elle peut inhiber le processus créatif de l'artiste. C'est ainsi sur toutes ces caractéristiques de la culture mobile qui à travers du cinéma de poche a fait son apparition dans notre société, et par conséquent également dans l'industrie cinématographique, que nous réfléchissons dans les prochains chapitres. De cette façon, nous nous proposons de répondre la question soulevée dans la problématique de notre thèse : « Quand le téléphone mobile invente-t-il un cinéma de création ? ».

Chapitre 1 - Les téléphones mobiles sont des appareils multifonctionnels

Au cours de ce *Chapitre 1*, nous nous focaliserons sur la description de la téléphonie mobile, sur la technologie existante et sur l'usage social de cet appareil autour de l'univers du cinéma de poche, en nous appuyant en particulier sur les témoignages des professionnels que nous avons interviewés.

Dans ce contexte de la culture contemporaine, certaines questions sont mises en lumière à travers notre recherche sur le contexte du cinéma de poche. Ainsi, nous choisissons comme idées-clés pour la suite de ce chapitre « la technologie » et « l'usage social » du téléphone mobile et nous commencerons à aborder les questions suivantes : Le cinéma de poche pourra-t-il induire un nouveau développement technologique à la société ? Les aspects technologiques ainsi que les aspects sociaux sont-ils des points importants dans le monde du cinéma de poche ? Quelles sont les caractéristiques principales des films tournés avec des téléphones mobiles ? Quels sont les problèmes essentiels qui se posent dans le domaine du cinéma de poche ?

1. Le développement des téléphones mobiles pour la réalisation de films

« Lorsque nous avons donné la copie de travail du film au post-producteur, il a dû ouvrir les métadonnées du fichier du film, car il doutait que nous ayons tourné avec un iPhone... Il a ouvert le fichier et il a vu que la caméra utilisée était un iPhone... Dans le fichier du film apparaissaient les données de couleur, de contraste... et la compression était parfaite... Moi-même qui travaille toute la journée dans ce domaine, je suis impressionné par les sauts qualitatifs que cela nous apporte... J'ai le contrôle intégral de la caméra...

On a le contrôle de la focale, le contrôle de la lumière, le contrôle de la compression, le contrôle du diaphragme... »¹⁹

Ce récit de Marcel Izidoro, enregistré à une époque où il cherchait un professionnel pour le travail de postproduction de son film, fait partie des différents témoignages que les réalisateurs et les réalisateurs mobiles ont apportés à cette thèse. Ils rapportent des expériences vraiment riches, frappantes de ces professionnels. Ces témoignages spontanés et enthousiastes, parfois positifs ou parfois négatifs, concernent surtout les problèmes techniques qu'ils ont pu rencontrer.

Certains de ces réalisateurs ont un regard plus critique, certains comparent la performance de ces petites caméras à celle des caméras professionnelles traditionnelles, en mettant en avant les limites que les caméras mobiles imposent à leurs réalisations et qui leur font trouver des solutions créatives. Ainsi la réalisatrice Louise Botkay a mentionné que « *le manque de possibilités conduit à envisager d'autres possibilités* »²⁰, et pour elle, réaliser un film est devenu maintenant plus accessible. Mais il faut prendre en compte les limitations de la caméra, surtout en ce qui concerne l'aspect esthétique, par exemple le manque de définition dû aux limitations du zoom, et ainsi « *on va utiliser ces limitations de façon créatives* ». Botkay a ajouté également que « *cela rend le tournage plus léger aussi, car on ne pense pas aux lentilles, aux diaphragmes...* ».

Dans ce contexte, la surexposition et la sous-exposition de l'image ne sont plus aussi importantes. La réalisatrice a observé encore que « *la technique du cinéma qui a toujours été si importante s'est écroulée avec le téléphone mobile* ». Aujourd'hui encore, on ne fait pas certaines mises au point dans les caméras mobiles, comme par exemple laisser le diaphragme sur un bon réglage. Ainsi, le mode automatique de la caméra est devenu le plus important pour les images mobiles. Mais Botkay ne voit pas pour autant de problème à réaliser des films avec un téléphone

¹⁹ D'après l'expérience du réalisateur et réalisateur mobile Marcel Izidoro, sur son film *Amaré*. L'entretien a été réalisé le 6 février 2017, en ligne.

²⁰ Entretien réalisé avec la réalisatrice et réalisatrice mobile franco-brésilienne Louise Botkay, le 23 janvier 2017, en ligne.

mobile et elle pense que les limites rencontrées dans le cinéma de poche sont inhérentes à ce média et à ses modes particuliers de tournage : « *il y a des problèmes que l'on ne contrôle pas, mais comme cela fait déjà partie de ce langage, je ne sais pas si c'est réellement un problème.* ». Certains réalisateurs pensent même que le cinéma de poche a beaucoup perdu à partir du moment où l'industrie de la téléphonie mobile a investi dans la performance technologique de la caméra. Pour eux, la basse qualité de l'image favorise l'aspect artistique du film, en rappelant les images tournées avec une caméra Super8, par exemple. Mais ces expériences et ces points de vue divers sont évidemment ce qui rend la recherche plus riche.

Depuis l'apparition des premiers téléphones mobiles avec des caméras, de nombreuses images ont été prises et de nombreux films ont été réalisés et, parallèlement, de nombreux changements technologiques se sont produits. En tout état de cause, on observe un « partenariat » naturel entre le réalisateur et l'industrie de la téléphonie mobile, dans le sens où ces deux acteurs défendent – en général – le développement technologique en faveur de l'image. Ainsi, nous voulons examiner dans la suite dans quelle mesure les créations mobiles peuvent influencer sur le développement de la technologie de la téléphonie mobile.

1.1. L'image dans la perspective du téléphone mobile

La qualité des images tournées avec les petits appareils mobiles est chaque jour plus proche de la « perfection », avec des images d'excellente qualité. L'industrie continue à développer des solutions technologiques alternatives pour résoudre des problèmes comme la résolution de l'image, l'autonomie de la batterie, le stockage, le son, notamment. Mais tous les réalisateurs ne considèrent pas nécessairement comme un fait positif ces avancées permettant d'améliorer la qualité de l'image mobile.

Aujourd'hui, les films mobiles se rapprochent de plus en plus du cinéma traditionnel et pour le réalisateur Rui Avelans Coelho²¹, ce contexte a un impact négatif sur les films mobiles. Louise Botkay partage l'opinion de Coelho quant à la qualité intéressante que présentaient les images provenant des caméras mobiles plus anciennes.

Dans son témoignage, Coelho a observé qu'aujourd'hui, ce qui se fait avec une caméra « *conventionnelle* » de grande taille se fait aussi avec le téléphone mobile. Au départ, quand on faisait un film avec un téléphone mobile, on ne cherchait pas à se rapprocher du cinéma traditionnel. Mais actuellement, on cherche pratiquement à copier les images cinématographiques, et une grande quantité d'accessoires ont été créés afin de faciliter la captation d'images et favoriser le rapprochement avec le résultat obtenu avec les caméras conventionnelles. Pour le réalisateur, il aurait été meilleur que les téléphones mobiles suivent une voie différente pour la réalisation des images en mouvement, c'est à dire, que les téléphones mobiles aient été utilisés d'une façon autre que celles employées en général avec les caméras dans le monde du cinéma ou de la télévision, au lieu d'essayer de les égaler, une approche qui n'est pas intéressante pour le cinéma de poche selon Coelho.

Ses films mobiles²² sont le résultat d'une expérimentation, parce qu'il a toujours avec lui un téléphone mobile dans sa poche, ce qui favorise la captation des images. Coelho a remarqué aussi : « *dans le fond, c'était seulement moi et le téléphone mobile... ainsi, j'avais plus de liberté pour expérimenter* ». De plus, l'idée du réalisateur dans ses films était de montrer les perspectives offertes par le téléphone mobile. Ainsi, il a recherché des alternatives créatives pour démontrer la validité de sa proposition de cinéma mobile et donner au téléphone mobile une perspective différente. Par exemple, dans le film *The Champion*, on peut voir la facilité qu'il y a de positionner la caméra afin d'obtenir le meilleur angle pour l'image. Le téléphone

²¹ Rui Avelans Coelho, réalisateur et réalisateur mobile portugais, dans un entretien réalisé le 26 novembre 2016, en ligne.

²² Rui Avelans Coelho a fait allusion à trois films qu'il a réalisés avec le téléphone mobile : *The Champion* (voir fiche technique du film aux annexes), *Foot mobile* et *15 Frames*.

mobile est placé d'une telle façon qu'il parvient à capturer tous les mouvements du lanceur de marteau pendant le lancer. Kênia Freitas a bien décrit ce film²³ :

« Dans le premier plan du film, un plan général, on voit un homme en tenue sportive assis sur un banc. Derrière lui, quelques arbres ; devant lui, seulement le sol de terre battue et une anse en fil de fer presque imperceptible au premier plan. L'image est inclinée en diagonale à 45 degrés et avec quelques interférences dans le signal de transmission. Au bout de 15 secondes d'hésitation, l'homme se lève et commence à marcher vers la caméra, en ébauchant quelques mouvements d'échauffement avant l'exercice physique jusqu'à ce qu'il atteigne l'anse métallique et la soulève. Il y a un changement soudain de cadre : on voit de haut en bas le fil de fer, l'athlète qui le tient, une clôture et ciel.

Il se place et l'image commence à tourner en grands cercles en face de lui, en devenant de plus en plus indéfinissable... jusqu'à ce qu'elle mêle frénétiquement dans des mouvements circulaires, le sol, le ciel et la clôture — sans l'homme. Les signaux et les bruits d'interférence s'intensifient pour aboutir à un écran noir. Le générique de fin apparaît. Pour finir, une dernière image du sol et du ciel, inclinée à 90 degrés. »

Coelho a jeté le petit téléphone mobile dans le ciel, « *comme s'il s'agissait d'une boule* »²⁴. Ainsi, on peut suivre tous les mouvements de l'appareil. Coelho permet que le spectateur ait l'optique du téléphone mobile en mettant en évidence le point de vue de la caméra. Outre par l'originalité de sa technique, ce film d'une minute retient l'attention du spectateur en créant un effet de suspense, un sentiment de tension et de soulagement à la fin du film.

Dans ce film de Coelho, le spectateur a l'illusion d'entrer dans la caméra et il se sent lui aussi projeté dans les airs. Une relation corporelle se crée avec le téléphone mobile comme l'observe Freitas :

²³ Kênia Cardoso Vilaça de Freitas, *Versos-livres: A estética do cotidiano no documentário feito com celular*, Mémoire de master en Multimédias, Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, 2010, p. 50-51 (Traduction libre du portugais). Kênia Cardoso Vilaça Freitas est une chercheuse en science de la communication brésilienne qui a été aussi interviewée pour cette thèse.

²⁴ Selon Coelho, lors de son interview pour cette thèse.

*« Plus que d'un ciné-œil vertovien, il s'agit d'un ciné-main. Le corps qui filme, bien plus qu'un point de vue, fonctionne comme une sorte de grue qui soutient la caméra-main. Occupant la place de la main, un membre mobile, la caméra, gagne sa liberté de mouvement et sa gestualité habituelle. C'est une prise de vue subjective ; toutefois, on ne sait pas qui regarde – est-ce la main ? L'objet imaginaire qui va être lancé ? Le téléphone mobile ? Et, peut-être ne s'agit-il plus de voir – du moins, pas dans le sens d'une vision cinématographique traditionnelle. ».*²⁵

La référence à la machine en tant que corps est particulièrement importante dans la recherche de Freitas. À la fin du passage où elle analyse le film de Coelho, Freitas se pose même la question, *« mais qui filme ? »*. Comme le remarque la chercheuse, il s'agit d'une prise de vue subjective. Le téléphone mobile est vraiment présent dans le film, presque un acteur, et les images provoquent beaucoup de réflexions chez le spectateur.

Selon nous, la relation corporelle avec le téléphone mobile est favorisée par sa petite taille. Les films mobiles sont souvent très intéressants, car ils captent le hasard ou l'intime. À travers un mouvement du corps et d'un outil qui lui est lié, on observe le geste expressif de la technologie du film. Dans ce cas, ce sont des mouvements qui vont au-delà de l'usage prévu à l'origine pour l'appareil et dont il est le médiateur. Par conséquent, ces gestes expressifs liés à la technologie qui les produit révèlent sa manière d'être dans le monde contemporain. Nous reviendrons sur la question de la relation corporelle avec la machine et la corporalité dans la troisième partie de la thèse.

²⁵ Kênia Cardoso Vilaça de Freitas (op. cit.), p. 51 (Traduction libre du portugais).

1.2. Quels sont les problèmes essentiels qui se posent dans le domaine du cinéma de poche ?

Dans un entretien réalisé pour cette thèse, Armand Robin²⁶, réalisateur mobile du film *Toi et/ou moi*²⁷, relève que malgré les avantages qu'il a trouvés dans ses expériences de cinéma mobile, il y a aussi des problèmes techniques à résoudre. Il a donné en exemple certains points positifs, comme la perspective de tourner presque partout ou la petite taille de l'appareil, qui favorise les tournages dans des espaces réduits. En revanche, il y a pour lui des aspects qui peuvent être négatifs quand on filme avec un téléphone mobile, notamment la limite de contrôle technique qui est un problème très fort, qui fait qu'il ne peut pas toucher beaucoup à la lumière, la mise en point, etc. Robin croit que même les téléphones mobiles les plus modernes, ou qui sont considérés les meilleurs sur le marché, sont encore limités techniquement pour produire un film, même s'il existe des applications qui permettent une retouche technique des images, ou de mettre un filtre, choisir le diaphragme, etc. Faisant la comparaison avec une caméra professionnelle, Robin estime ainsi que « *ça permet de grandes choses, mais ce n'est pas tout – avec des caméras professionnelles, on pourra choisir l'objectif, on pourra choisir les paramètres – parce que le mobile au départ est limité* ».

En ce qui concerne les aspects techniques, le réalisateur mobile Frank Mora²⁸, parlant aussi de son expérience, nous a raconté qu'il a dû résoudre ses problèmes d'une façon très simple du fait du faible budget dont il disposait. Mora a dit que le téléphone mobile a ouvert des possibilités d'alternatives créatives pour la

²⁶ L'entretien avec le réalisateur et réalisateur mobile français Armand Robin a été réalisé le 15 janvier 2017 en ligne.

²⁷ *Toi et/ou Moi* (prix du public du Mobile Festival 2015) est une histoire d'une minute qui joue avec les émotions, comme la peur, la joie et l'humour. Il s'agit d'une couple de deux jeunes filles qui attendent ensemble dans une salle de bain le résultat des tests de grossesse de chacune d'elles.

²⁸ L'entretien avec le réalisateur et réalisateur mobile brésilien Frank Mora a été réalisé le 08 février 2017, en ligne.

réalisation de son long-métrage²⁹. Il a simplement utilisé un accessoire : une sorte d'étui dans lequel le téléphone mobile était fixé, cette structure le laissant plus robuste et plus lourd, ce qui le rendait plus sûr au moment de la captation des images. Il lui a fallu ensuite recourir à une agence de postproduction pour corriger la couleur et la lumière du film, notamment.

Mora a abordé un autre problème central dans son expérience de tournage de ses films : la captation du son, qui semble être un grand problème technique pour les réalisateurs mobiles. Plus que l'image, le son est un vrai défi à relever, car il est normalement de basse qualité sur les petits appareils mobiles, et il est courant dans les films de poche que le réalisateur filme d'abord les images et introduise après le son capté à part.

Pour Lionel Nakache, par exemple, il faut prévoir un dispositif supplémentaire pour le son, surtout pour le son extérieur³⁰, la captation sonore à partir du mobile n'étant pas suffisante. Il semble que ce soit un problème presque ordinaire parmi les réalisateurs mobiles, mais Nakache considère que l'usage pour ses films de la caméra mobile – insérée dans un dispositif mobile – est favorable, car c'est un outil très maniable qu'il peut installer partout, qui porte en soi la liberté de mouvement, etc.³¹

Très souvent, la captation d'image par les caméras mobiles permet d'obtenir une très bonne qualité d'image, mais avec un son qui laisse à désirer. Il est également courant de voir des films mobiles où la prise de son directe ne permet pas de

²⁹ Le film *Charlotte SP* de Frank Mora a été tourné avec des iPhone 5 et 6 ; sa réalisation a pris deux ans et demi, avec un coût total d'environ 25 000 dollars. Il est sorti dans les salles brésiliennes le 22 septembre 2016.

³⁰ D'après l'entretien réalisé avec le réalisateur et réalisateur mobile français Lionel Nakache, le 22 novembre 2016, en face à face. Nakache a réalisé le film de poche *J'ai grandi (2015)*, « un film très épuré, au style naturaliste, [qui] montre avec force la prise de conscience par une fillette de la réalité difficile que vit son père », **prix du meilleur film au Mobile film Festival 2015**. Voir « VIDEOS. Mobile film Festival 2015 : le palmarès » [En ligne : <http://www.leparisien.fr/cinema/actualite-cinema/videos-mobile-film-festival-2015-le-palmares-10-02-2015-4522151.php>]. Consulté le 27 avril 2017.

³¹ Nakache a également mentionné la légèreté de la caméra, et, outre le fait qu'elle permet de s'installer partout, sa nouveauté et enfin son caractère démocratique.

comprendre les dialogues, par exemple. Dans ce cas, il faut aussi prévoir le doublage dans le devis du film. Surtout si la caméra, et par conséquent le micro, se trouve loin de la scène à tourner. Par exemple, dans le film *Parking*³² d'Alexandre Perez³³ (2014), le réalisateur a eu ce type de problème pour le son. Le film consiste en un plan unique dans lequel la caméra capte un parking avec deux acteurs et deux voitures dans un cadre fixe, comme s'il s'agissait d'une caméra de surveillance ; la prise de son à partir du téléphone mobile était alors presque impossible. La solution adoptée par le réalisateur a été de capturer le son à part avec un autre dispositif.

L'actrice et mobile-réalisatrice Fabienne Galula a dû par exemple utiliser un micro pour tourner son film, alors que la scène était filmée dans un local fermé³⁴. Mais Galula considère de toute façon que tourner avec sa caméra mobile est positif, et elle a énuméré une série de caractéristiques de la performance du petit appareil de communication : plus accessible, libre (désinhibant !), ludique, populaire, léger, à bas coût et « *il ne risque pas grand-chose* ».

Cependant, lors de l'entretien pour cette thèse, Carlos Gerbase³⁵ a quant à lui considéré que les plus grands problèmes du cinéma mobile sont encore les aspects narratifs des films. Pour lui, il faut écrire un scénario de bonne qualité, et ensuite savoir utiliser le langage cinématographique : « *C'est comme écrire [...], c'est difficile, il faut maîtriser le langage. Il peut sembler que le cinéma n'ait pas de*

³² « Alexandre Perez explique la naissance du film *Parking*. J'accompagne un ami pour des courses de Noël. Ce dernier se gare trop loin de l'entrée des magasins. Nous sommes seuls. J'ai tout de suite été frappé par ce lieu qui devenait dans ma tête un décor. Le vide et la géométrie des lieux pouvaient être le moteur d'une petite histoire tournée avec une petite équipe et une petite caméra. », in Christine Siméone, « Mobile Film Festival : Cinq regards à suivre », jeudi 6 février 2014, [En ligne : <https://www.franceinter.fr/cinema/mobile-film-festival-cinq-regards-a-suivre>]. Consulté le 27 avril 2017. Alexandre Perez a reçu pour *Parking* le prix du Meilleur réalisateur au festival français de courts-métrages Mobile Film Festival 2014 jury présidé par Jean-Pierre Jeunet).

³³ L'entretien avec le réalisateur et réalisateur mobile français Alexandre Perez a été réalisé le 26 janvier 2017, en face à face.

³⁴ En entretien réalisé avec l'actrice et réalisatrice mobile Fabienne Galula, le 30 janvier 2017, en face à face. Son film *Carton d'invitation* (2014) a reçu le prix du Meilleur scénario au Mobile film Festival 2015, c'est un film où « *la réalisatrice et scénariste partage avec fraîcheur et spontanéité son regard sur les disparités sociales* ». « VIDEOS. Mobile film Festival 2015 : le palmarès », *op. cit.*

³⁵ L'entretien avec le réalisateur et chercheur brésilien Carlos Gerbase a été réalisé le 24 janvier 2017, en ligne.

langage propre, mais il en a évidemment un. Si on ne maîtrise pas un minimum ce langage, c'est difficile ».

Enfin, il faut relever une caractéristique commune des téléphones mobiles et qui ne constitue pas dans un problème proprement dit pour les réalisateurs mobiles, mais une nouvelle possibilité technique, qui concerne le format de l'image. En effet, pour enregistrer des images en mouvement, la caméra des dispositifs mobiles permet de filmer avec un format aussi bien horizontal que vertical de l'image, avec la même facilité. Selon Laurence Allard³⁶, la verticalisation des vidéos, qui est devenue très courante, est liée à l'adoption des *selfies* par le public en général. Grâce aux *selfies* et aux réseaux sociaux, la culture mobile a amplifié l'utilisation d'images verticales, en contrepoint à l'image horizontale commune dans les images cinématographiques. Nous verrons la question des *selfies* ultérieurement, dans ce même chapitre (*voir la section 2.1.1 du chapitre 1 de la 1^{ère} Partie*).

1.3. La technologie du téléphone mobile : un panorama historique

« Martin Cooper a souvent raconté qu'il avait eu l'idée d'inventer le téléphone mobile en voyant le célèbre Captain Kirk de la série TV Star Trek. Devançant l'équipe de recherche concurrente chez Bell qui travaillait sur le même projet, le 3 avril 1973, il a passé le premier appel depuis un téléphone portable dans une rue de New York. »³⁷

Cette citation étonnante rapporte les premiers pas du téléphone mobile dus à l'inventivité de Martin Cooper³⁸, un ingénieur américain travaillant pour Motorola.

³⁶ L'entretien avec la chercheuse française Laurence Allard pour cette thèse a eu le 21 novembre 2016 à Paris, en face à face. Voir aux annexes.

³⁷ Laurence Allard, *Mythologie du portable*, Paris, Le Cavalier bleu, 2009, p. 17.

³⁸ *Ibidem*, p. 16. Laurence Allard rapporte que selon Jon Agar « l'invention du téléphone portable est généralement attribuée à Martin Cooper, alors directeur de la recherche et du développement chez Motorola ». Cf. Jon Agar, *Constant Touch: A Global History of the Mobile Phone*, Cambridge, Icon Books, 2003.

Le téléphone mobile provient de l'union de la radio avec le téléphone. En fait, la téléphonie mobile fait usage des « *ondes électromagnétiques, tout comme la radio, la télévision et les autres réseaux de communication utiles à la police ou aux ambulanciers* »³⁹.

Les premiers téléphones mobiles ont d'abord été analogiques. La voix était transmise « *sur une voie radio par une modulation de fréquence ou de phase* »⁴⁰. Le téléphonique analogique transformait les données (par exemple, le son) en signal (par exemple, un courant électrique). En 1994, la France avait un pourcentage très bas (0,83 %) de consommateurs touchés par les téléphones mobiles. À la fin de 1997, le gouvernement français a stimulé la croissance de la téléphonie mobile en ouvrant le secteur à la concurrence. L'évolution des téléphones mobiles a connu un véritable saut technologique qui a permis la généralisation rapide de l'usage de ces appareils (64% de consommateurs en 2003) « *grâce au développement de nouveaux systèmes basés sur du tout numérique* »⁴¹.

Le début de 1999 marque le début de la convergence de l'Internet⁴² avec les téléphones mobiles. S'il pouvait revenir à l'époque des premiers pas de l'accès à Internet depuis les appareils mobiles, un utilisateur actuel se sentirait probablement en territoire étranger. Comme l'ont démontré Chris Apers et Daniel Paterson, cette convergence était à cette époque très difficile, et cela en raison aussi du manque de

³⁹ *Ibidem*, p. 18.

⁴⁰ Guy de Lussigny et Isabelle Perié, *Le guide de la mobilité et des téléphones mobiles*, Paris, Eska, 2003, p. 9.

⁴¹ *Ibidem*, p. 10.

⁴² « *Internet est né en 1969 sous l'impulsion du département américain de la défense (DOD). Le réseau, qui s'appelait ARPANET, devait assurer les échanges d'informations électroniques entre les centres névralgiques américains dans le contexte de la guerre froide. Le cahier de charges établi par le DOD imposait que le réseau puisse poursuivre ses activités en cas d'attaque nucléaire soviétique. Si l'un ou plusieurs des sites et lignes de connexion venaient à être détruits, les messages parviendraient à leur destinataire par des itinéraires alternatifs. Un grand nombre de centres de recherche, militaires, publics et privés prirent part à ce projet. C'est pourquoi les réseaux internes de ces entreprises furent les premiers à être reliés entre eux avec ce réseau, reposant sur Ethernet/TCP/IP, devenu un standard et qui fut conçu dès l'origine comme le réseau des réseaux, un réseau permettant d'interconnecter les autres réseaux. Il fut rapidement utilisé pour relier la communauté scientifique et universitaire mondiale. Internet arrive en Europe en 1982. Ce fut l'année 1984 qui permit le démarrage de ce qui va devenir une déferlante mondiale. En effet, cette année-là, Internet perd son caractère militaire.* ». *Ibidem*, p. 12-13.

capacité de mémoire disponible sur les appareils, sans oublier que les utilisateurs naviguaient en tapant sur les touches du clavier du téléphone :

« Les réseaux affichaient des vitesses fortement limitées et étaient extrêmement coûteux, tandis que les écrans étaient de petite taille et souvent en noir et blanc. Seules, quelques lignes étaient lisibles à la fois et, si vous aviez de la chance, une image de la taille d'une vignette pouvait être affichée. »⁴³

Mais depuis lors, les appareils ont évolué, les écrans se sont agrandis et les téléphones tactiles sont apparus. De plus, les réseaux mobiles numériques permettent maintenant de communiquer par la voix, mais aussi de télécharger des données informatiques, des images, des vidéos, notamment ⁴⁴. Le système numérique transforme une donnée – le son ou l'image, par exemple – en une séquence binaire, « c'est-à-dire une suite de 0 et de 1 »⁴⁵. Aujourd'hui, la plupart des informations qui circulent sont numériques.

En ce qui concerne la qualité de l'image, certains téléphones mobiles ont une résolution équivalente à celle de la télévision ou de la caméra DV⁴⁶. Ces appareils sont équipés d'une mini-caméra de haute définition, une caméra mobile parfaite pour tourner des films. Comme l'a constaté Benoît Labourdette, « le tournage avec un téléphone n'est plus seulement une « blague ». Il est réellement possible de tourner des images sérieusement exploitables, aujourd'hui, avec un téléphone bien choisi »⁴⁷.

⁴³ Chris Apers et Daniel Paterson, *iPhone et iPad : développement d'applications web en HTML5, CSS3 et JavaScript*, Paris, Pearson, 2011, p. 65.

⁴⁴ Guy de Lussigny et Isabelle Perié, *op. cit.*, p. 10.

⁴⁵ « En « binaire », un « 1 » correspond à la fermeture d'un circuit électrique (le courant passe) et un « 0 » à son ouverture (le courant ne passe pas) ». *Ibidem*, p. 11.

⁴⁶ Voir glossaire.

⁴⁷ Benoît Labourdette, *Tournez un film avec votre téléphone portable*, Paris, Dixit éd. : Forum des images / Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2008, p. 16.

Nous présentons dans la suite une brève description des différentes technologies dont sont munis les téléphones mobiles et qui sont apparues sur le marché depuis le début du XXI^e siècle.

1.3.1. Les appareils

En fait, la véritable convergence entre le téléphone mobile et l'Internet s'est produite en 2001⁴⁸ grâce au premier réseau de téléphonie 3G⁴⁹ (3^{ème} génération) de l'UMTS (*Universal Mobile Telecommunications System*). Ainsi, il est devenu possible de naviguer sur Internet et de regarder des films en basse résolution avec les téléphones mobiles⁵⁰.

Postérieurement, les caméras photo⁵¹ ont été accouplées aux petits appareils de communication. À partir de 2002, sont sortis les premiers modèles de téléphone mobile avec un écran en couleur et plus large⁵². La même année, les téléphones mobiles ont aussi inclus les caméras vidéo numériques. Ainsi, les téléphones 3G étaient forcément équipés d'une caméra vidéo. Les petits appareils de communication sont devenus des outils dotés de multifonctions, et sur leurs écrans, il était possible de regarder des films et des émissions de télévision.

⁴⁸ Cinto Niqui, *Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet : 1000 obras y webs*, Version Kindle, Barcelone, Oberta UOC Publishing, SL, 2014, chap. 2, emplant. 968.

⁴⁹ Voir glossaire.

⁵⁰ Grâce à la technologie GSM (2G), connue comme Global Packet Radio Service (GPRS) avec une vitesse de transfert de 144 kbit/s Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplant. 966.

⁵¹ « *Le premier téléphone mobile muni d'un appareil photo intégré est apparu au Japon. Il s'agit du modèle J-SH04 de la marque Sharp. (...) Rapidement, la grande majorité des téléphones mobiles allait incorporer un appareil photo, et, dès l'année 2002 ; une caméra vidéo digitale. Sept ans plus tard, en 2007, on estimait que 85 % des mobiles étaient déjà munis d'une caméra intégrée* ». *Ibidem.*, chap. 2, emplant. 1337-1341. (Traduction libre de l'espagnol).

⁵² « Un bref aperçu sur l'histoire des téléphones mobiles | Des vieilles briques aux smartphones d'aujourd'hui », [En ligne : <http://www.stelladoradus.fr/2013/07/07/lhistoire-des-telephones-mobiles/>]. Consulté le 14 mai 2015.

Lors d'un entretien réalisé avec la chercheuse Denize Araujo, celle-ci a commenté un article d'André Lemos de 2004⁵³ dans lequel il définit le téléphone mobile :

« L'aspect intéressant de sa description c'est que, malgré les diverses fonctions énumérées, n'apparaît pas la fonction de caméra ou la possibilité de regarder des films. En fait, c'est seulement après la publication de son article que ces fonctions se sont accentuées. Les appareils photo numériques ont été le début de la révolution. L'abandon du celluloïd pour l'adoption du numérique a été un grand pas dans l'histoire du cinéma. La possibilité de passer de l'appareil photo numérique au smartphone a été une alternative exploitée au départ comme une expérience, qui s'est maintenant déjà consolidée avec les festivals Pocket Films au Brésil et à l'étranger et les résultats positifs des films primés. »⁵⁴

La « révolution » qu'Araujo a mentionnée résulte de l'impact considérable de l'entrée des caméras numériques dans l'univers du cinéma, et les caméras du téléphone mobile relèvent également de ce contexte.

Le développement de ces petits appareils mobiles a avancé à grands pas. En 2005, la qualité des appareils 3G permettait « de tourner des vidéos dont la « résolution », c'est à dire la taille de l'image, était vingt fois plus petite que la taille d'une image de télévision standard »⁵⁵, et il était possible de visionner des longs-métrages et des concerts en live sur les écrans des téléphones mobiles. Le groupe de

⁵³ Dans son article intitulé « Cibercultura e Mobilidade: a era da conexão » [Cyberculture et mobilité : l'ère de la connexion] publié dans la revue Razón y Palabra, octobre/novembre 2004, André Lemos observe que « Le téléphone mobile devient un « télé-tout », un dispositif qui est en même temps téléphone, appareil photo, télévision, cinéma, récepteur d'informations journalistiques, diffuseur de mails et SMS, WAP, « actualisateur » de sites (moblogs), localisateur par GPS, lecteur de musique (MP3 et autres formats), porte-monnaie électronique... Nous pouvons maintenant parler, voir la télévision, payer des factures, interagir avec d'autres personnes via SMS, prendre des photos, écouter de la musique, payer le parking, acheter des billets de cinéma, entrer dans une fête et même organiser des mobilisations politiques et/ou hédonistes (cas des smart mobs et des flash mobs). Le téléphone mobile exprime la radicalisation de la convergence numérique, en se transformant en un « télé-tout » pour la gestion mobile et informationnelle de la vie quotidienne. De média de communication interpersonnelle, le téléphone mobile se transforme en média de masse. » (Traduction libre du portugais).

⁵⁴ Passage de l'entretien pour cette thèse envoyé par écrit par la chercheuse Denize Araujo, en décembre 2016 (traduction libre du portugais). Voir l'annexe 3.

⁵⁵ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 14.

télécommunication britannique *Vodafone* a lancé en Europe une production créée pour être vue par les appareils de communication, certains films de série, par exemple, ayant été également tournés dans la perspective d'utiliser le téléphone mobile comme outil pour regarder les images⁵⁶.

En 2005, l'entreprise de communication finlandaise *Nokia Corporation*⁵⁷ a lancé le modèle Nokia 6630, un des premiers téléphones 3G muni d'une caméra vidéo de résolution standard⁵⁸. Selon Labourdette, la qualité d'image vidéo était déplorable, mais certains artistes ont pu produire des images, « *certes particulières, mais magnifiques* », et le premier long-métrage de fiction au monde à avoir été filmé par un téléphone mobile est « *Nocturnes pour le Roi de Rome* » (2005), de Jean-Charles Fitoussi⁵⁹. Ce film a été entièrement tourné avec le modèle Nokia 6630⁶⁰. La même année, l'entreprise *Sharp* a lancé deux modèles de téléphone, le Sharp 902SH et le 903SH. Ces appareils produisaient une belle image vidéo. En septembre, a été lancé un téléphone mobile par le constructeur américain *Motorola*, le Motorola ROKR, qui était le premier appareil mobile compatible avec *iTunes*⁶¹, le logiciel de téléchargement de musique mis au point par *Apple*⁶². Au moment de son lancement, Steve Jobs a décrit le produit comme « *un iPod Shuffle avec un écran* ». En fait, le téléphone mobile pouvait recevoir jusqu'à cent chansons à partir d'*iTunes*. Il était doté de mini-enceintes stéréo, d'écouteurs et d'une touche permettant de basculer facilement du téléphone vers la musique et vice versa⁶³.

⁵⁶ Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplact. 2370.

⁵⁷ Voir glossaire.

⁵⁸ Avec 176x144 pixels. Cf. Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 29.

⁵⁹ *Nocturnes pour le Roi de Rome* est un film réalisé par Jean-Charles Fitoussi, dans le cadre du Festival Pocket Films (Forum des images) en 2005 et programmé à la Semaine de la Critique de Cannes 2006. *Ibidem*.

⁶⁰ *Ibidem*.

⁶¹ Voir glossaire

⁶² Benoît Labourdette. *Ibidem*.

⁶³ « Motorola ROKR - LesMobiles.com », [En ligne : <http://www.lesmobiles.com/telephones/motorola-rokr.html>]. Consulté le 14 mai 2015.

Une autre étape importante pour le progrès de l'audiovisuel dans les téléphones mobiles a été l'arrivée de la compression vidéo, avec DivX, un codec⁶⁴ de compression de fichiers numériques utilisés notamment pour les longs-métrages. En 2006, il a été intégré à certains modèles de téléphones mobiles comme les 3G. Selon Labourdette, il a été fondamental de compresser les films et il observe :

« Si on enregistre 25 images, ou même 15 images par seconde, la place prise est énorme. On doit compresser la vidéo afin de pouvoir la stocker, la transmettre. Il y a plusieurs méthodes de compression. On compresses d'ailleurs les images et les sons aussi. La façon dont on les compresses s'appelle un Codec (pour Compresseur-Décompresseur). Les Codecs les plus récents donnent une meilleure qualité d'image et de son, mais ne sont pas compatibles avec tous les appareils. Il est donc particulièrement important, surtout lorsqu'on diffuse des films pour téléphone portable par exemple, on sera amené à choisir un Codec plus ancien et compatible avec tous les appareils. »⁶⁵

En 2007, le cofondateur et directeur général d'Apple, Steve Jobs a présenté en personne un appareil révolutionnaire, le tout premier iPhone⁶⁶, baptisé plus tard iPhone 2G ou « Edge » en raison de la technologie *Edge*⁶⁷ qu'il utilisait à l'époque. Bien que certains n'y aient pas du tout cru au départ, l'iPhone a provoqué des files d'attente partout dans le monde, grâce également à une campagne de marketing forte. Ce téléphone était très différent parce qu'il était doté d'un écran tactile. Cette nouveauté apportait des changements considérables par rapport aux anciens téléphones mobiles pour lesquels les utilisateurs devaient naviguer avec les touches 0 à 9 de leurs appareils. En outre, avant l'arrivée de l'iPhone, les téléphones mobiles avaient besoin d'outils (par exemple, un clavier, une souris, entre autres) pour accéder aux fonctionnalités, et après la sortie de l'*iPhone*, le système tactile multipoint

⁶⁴ Voir glossaire.

⁶⁵ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 200.

⁶⁶ Voir glossaire.

⁶⁷ Voir glossaire.

d'Apple a fait que les petits boutons ont été abandonnés⁶⁸. En ce qui concerne le lancement du téléphone de l'Apple, Labourdette observe :

« Un téléphone inventé par Apple, sorti en juin 2007 aux États Unis, qui est révolutionnaire parce qu'il n'a plus de clavier. Tout se pilote par l'écran tactile, l'écran est grand et de bonne qualité, et se contrôle avec les doigts. L'ergonomie est très bien conçue, ce téléphone préfigure les téléphones de demain. Mais il ne filme pas ! (Il ne fait que prendre des photos). »⁶⁹

Au cours de l'année 2007, l'entreprise 3 (Tre)⁷⁰ de téléphonie mobile a lancé en Italie la première plateforme de télévision mobile DVB-H⁷¹ auprès de ses clients qui pouvaient alors regarder jusqu'à douze chaînes dans le bouquet de programmes⁷². L'entreprise Nokia quant à elle a lancé sur le marché le modèle Nokia 6280 avec une haute résolution, presque égale à celle d'une caméra à main conventionnelle. La qualité d'image est « objective » et « froide », mais la finesse de l'image obtenue permet d'envisager des applications réellement professionnelles de production⁷³. Un autre téléphone-caméra par excellence est le Nokia N94i qui fait partie de la série « N » de Nokia. Cet appareil produit des images de très grande qualité, grâce à sa résolution et à un objectif Carl Zeiss⁷⁴. Par la suite, Nokia a lancé les modèles Nokia N95 (2007) et Nokia 6500 slide (2007) qui amélioraient entre autres choses la qualité de l'image et pour lesquels l'objectif Carl Zeiss faisait aussi partie de la caméra photo.

⁶⁸ Chris Apers et Daniel Paterson, *op. cit.*, p. 66.

⁶⁹ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 217-218.

⁷⁰ L'entreprise Tre fait partie du conglomérat multinational d'innovation et de technologie Hutchison Whampoa Limited (HWL). Voir le site de l'entreprise [En ligne : <http://www.ckh.com.hk/en/global/home.php>]. Consulté le 16 mai 2015.

⁷¹ Voir glossaire.

⁷² Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplact. 3455.

⁷³ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 31.

⁷⁴ Voir glossaire.

En juin 2007, *Google*⁷⁵ a présenté au marché un système d'exploitation gratuit, *Android*⁷⁶. Le système *Android* s'appuie sur un noyau *Linux*⁷⁷, l'un des nombreux logiciels libres présents dans notre société, qui gère une grande partie des composants⁷⁸ permettant les échanges de données. L'amélioration du noyau reste à la charge de *Google* et des constructeurs, mais l'essentiel du code est fourni⁷⁹.

Le système d'exploitation (OS : Operating System, en anglais) *Android* de *Google Inc.* va rapidement s'imposer. Selon des données de l'*International Data Corporation (IDC)* et *Gartner Inc.* présentées sur le site d'information sur les nouvelles technologies *ZDNet*⁸⁰, en 2010, *Android* était déjà le leader du marché mondial des OS sur les dispositifs mobiles, notamment pour les nouveaux smartphones livrés dans l'année, avec 23,3 % des parts du marché (243,5 millions de smartphones livrés), suivi par *BlackBerry OS* de *Research In Motion (RIM)* (16%) et *iOS* de *Apple Inc.* (15,6%, 93,1 millions de smartphones livrés), puis *Windows Phone* de *Microsoft* (4,9%, 9 millions de smartphones livrés), les autres systèmes d'exploitations totalisant 40,2% des parts du marché (97,8 millions de smartphones livrés en incluant *BlackBerry OS*)⁸¹. En 2016, *Android* dominait totalement le marché mondial des OS sur les appareils mobiles, avec 85 % des parts du marché (1 246,2 millions de smartphones livrés), suivi par *iOS* (14,3%, 215,4 millions de smartphones

⁷⁵ Google a été un acteur important du monde des logiciels libres. Les développeurs se sont appuyés sur des technologies existantes et éprouvées pour créer *Android* : *Linux* pour le noyau et *Java* pour l'interface. Google a ensuite choisi de proposer gratuitement son système d'exploitation aux fabricants. Cf. Arnaud Faque, *Google Android 4 efficace : Utilisation avancée des smartphones et tablettes Android (Samsung Galaxy, Nexus, HTC...)*, Paris, Eyrolles, 2013, p. VI.

⁷⁶ Voir glossaire.

⁷⁷ *Idem.*

⁷⁸ Ces composants sont : appareil photo, Wifi, affichage, clavier, carte mémoire, audio et batterie. Cf. Arnaud Faque, *op. cit.*, p. 2.

⁷⁹ *Ibidem.*

⁸⁰ Voir Christophe Auffray « Chiffres clés : les OS pour smartphones », lundi 12 juin 2017, [En ligne : <http://www.zdnet.fr/actualites/chiffres-cles-les-os-pour-smartphones-39790245.htm>]. Consulté le 19 août 2017.

⁸¹ Parmi les autres systèmes d'exploitation, on peut citer : *Bada* de *Samsung Electronics*, *Firefox OS* de *Mozilla*, *CyanogenMod HP webOS* (*Palm Inc.*), *Linux* (*Open_source*, *GPL*), *MeeGo* (*Linux Foundation*), *Sailfish OS* (*Jolla*), *Mer*, *OpenMoko*, *QtMoko*, *Symbian OS* de *Symbian Ltd.*, *Tizen* (*Linux Foundation*) et *Ubuntu Touch* (*Canonical Ltd.* et communauté *Ubuntu*). Voir au glossaire les entrées sur les principaux systèmes opérationnels.

livrés), puis *Windows Phone* de *Microsoft* (0,4%, 7,2 millions de smartphones livrés), les autres systèmes d'exploitation totalisant 0,3% des parts du marché (3,9 millions de smartphones livrés).

En 2008, *Apple* a présenté avec l'iPhone 3G l'*App Store*⁸², une plateforme de téléchargement en ligne qui offre à ses utilisateurs des applications compatibles avec les produits *Apple*. Cette même année, la compagnie de production américaine *Fox* lançait *The Cell*, la première web-série multimédia à être diffusée sur les multiplateformes. Cette série était disponible pour visualisation sur Internet, téléphone mobile ou à la télévision. Vingt épisodes de deux minutes ont été tournés pour la première saison qui racontait l'histoire d'un homme enfermé dans une cellule de prison avec un téléphone mobile. Selon François Jost,

*« The Cell est un cas intéressant, car il inaugure un nouveau type d'intermédiation vectorisée non plus dans le sens télévision-internet (type Secret Story), mais dans le sens internet-télévision : le format lancé sur le web a été ensuite racheté par Fox. »*⁸³

Dans son article, Jost montre en outre que les web-séries peuvent mettre en péril la publicité traditionnelle et il ajoute que leur esthétique est encore dépendante de la télévision. Ainsi, Jost conclut que ces modèles esthétiques pourraient envahir les autres écrans, par exemple, les téléphones mobiles et les ordinateurs.

En 2009, est sorti chez *Apple* un nouveau modèle d'iPhone, l'iPhone 3GS, avec caméra vidéo intégrée. Ce téléphone mobile était riche en nouveautés comme, par exemple, le mode paysage, la facilité de copier et de coller, la communication entre les appareils GPS et l'iPhone, notamment.

⁸² Voir glossaire.

⁸³ François Jost, « Nouveaux comportements pour d'anciens médias ou anciens comportements pour de nouveaux médias ? », in *MATRIZES* Ano 4 – n° 2, São Paulo, 2011, p. 97.

Toujours en 2009, l'entreprise *Samsung*⁸⁴ a introduit sur le marché un téléphone mobile intelligent, le modèle Omnia HD, le premier smartphone⁸⁵ capable de tourner des images d'une qualité supérieure grâce à son nombre de pixels⁸⁶. Cet appareil présentait plusieurs caractéristiques nouvelles relatives à la connectivité, les applications, l'écran et la capacité de filmer⁸⁷.

L'année suivante un nouvel appareil de la téléphonie mobile a été dévoilé par *Samsung*, le Wave S8500. Ce smartphone fonctionnait grâce au système d'exploitation *Bada*⁸⁸. Ensuite, celui-ci a définitivement été remplacé par *Tizen*⁸⁹, soutenu par la fondation *Linux*⁹⁰.

Au cours de cette même année, on entend parler pour la première fois du système d'exploitation iOS pour les téléphones *Apple*⁹¹. Ce système a surgi avec le lancement du modèle iPhone 4. Ainsi, *Apple* apporte à ses appareils la fonction multitâche, les dossiers d'applications et une centaine d'autres nouveautés, parmi

⁸⁴ Voir glossaire.

⁸⁵ *Idem*.

⁸⁶ La caméra avait une résolution de 8 mégapixels et était capable d'enregistrer des vidéos en 720p (d'où le sigle HD, 1280x720 pixels) en formats DivX et Xvid (des codecs de compression vidéo basés sur la norme Mpeg-4). Cf. Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplact. 4729, et l'article en ligne d'Ulrich Rozier, « Samsung abandonne Windows Mobile pour son Omnia HD - FrAndroid », 21 mars 2009 [En ligne : http://www.frandroid.com/rumeurs/1768_samsung-abandonne-windows-mobile-pour-son-omnia-hd]. Consulté le 26 mai 2015.

⁸⁷ « Une connectivité GSM/GPRS/EDGE et HSDPA (3G+) intégrant le Wifi et le Bluetooth 2.0 stéréo, un écran AMOLED de 3,7 pouces (360x640 pixels avec 16 millions de couleurs), une caméra avec autofocus (flash LED, détecteur de visages et reconnaissance de sourires et des yeux fermés, une puce GPS avec A-GPS, une mémoire interne de 8 (et une version 16go) et un lecteur de carte SDHC », cf. Ulrich Rozier, « Samsung abandonne Windows Mobile pour son Omnia HD - FrAndroid », *op. cit.*.

⁸⁸ Voir glossaire.

⁸⁹ *Idem*.

⁹⁰ Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplact. 5072.

⁹¹ Le système d'exploitation mobile développé par *Apple* pour ses appareils mobiles, dérivé de MacOS, a été au départ appelé « OS X », puis « iPhone OS » à partir du 6 mars 2008, et iOS, à partir du 7 juin 2010.

lesquelles un appareil photo 5 mégapixels pour la visioconférence via *FaceTime*⁹², un flash LED et surtout, pour la première fois, un écran *Retina*⁹³.

À la fin de l'année 2010, *Sharp* a présenté une nouveauté qui rend cet appareil de communication unique en son genre, l'écran 3D⁹⁴. Cet outil permettait de prendre des photos en 3D ainsi que des vidéos 2D en 720p. Pour garantir un bon résultat, il fallait faire tourner lentement le téléphone mobile autour d'un axe, toujours de droite à gauche. Pendant ce mouvement, l'appareil photo prenait une succession d'images qu'il convertissait ensuite en photo 3D. Toutefois, le résultat n'était pas aussi probant que le prétendait le fabricant. Les photos étaient mauvaises et de qualité inférieure à celle des photos prises par d'autres téléphones mobiles existant déjà sur le marché. Dans ce cas, la nouveauté technologique de l'appareil photo du téléphone mobile, que ne possédait ses concurrents, semblait l'aspect le plus important pour le constructeur.

Après le modèle de l'iPhone 4 (2010), *Apple* a lancé l'iPhone 4S (2011), un appareil ayant la même apparence que le modèle précédent, mais qui présentait comme principales innovations un appareil photo 8 Mpx et la reconnaissance vocale *Siri*⁹⁵. Ensuite, de nouveaux téléphones comme l'iPhone 5 (2012) et l'iPhone 5S et iPhone 5 C (tous les deux en 2013) ont fait leur apparition. Ces téléphones sont plus grands que les modèles précédents de la marque *Apple*.

En septembre 2014, a été lancé l'iPhone 6, ayant comme caractéristiques d'être plus grand (avec un écran de 4,7 pouces), plus réactif et plus autonome. En même temps, *Apple* a lancé le modèle « iPhone 6 Plus » à mi-chemin entre le *smartphone* et la tablette. Ainsi, *Apple* pouvait mieux répondre aux usages

⁹² Voir glossaire.

⁹³ *Idem*.

⁹⁴ Sur le téléphone portable modèle Lynx-SH 3C de *Sharp*, voir « [Mini revue] Lynx SH-03C de Sharp, le 1er téléphone 3D de chez Docomo « Akihabara News », [En ligne : <http://fr.akihabaranews.com/85785/review/mini-revue-du-lynx-sh-03c-de-sharp-le-1er-telephone-3d-de-chez-docomo>]. Consulté le 3 juin 2015.

⁹⁵ Voir glossaire.

multimédias. Il n'est pas possible de passer au mode manuel sur l'appareil photo de l'iPhone 6 et de l'iPhone 6 Plus. Cependant, le mode automatique est très intéressant parce qu'il est possible de régler la mise au point de l'exposition.

En revanche, les modes manuels des téléphones mobiles LG G4 et Samsung Galaxy S6 permettent d'avoir accès à de nombreux autres réglages⁹⁶. Le LG G4 présente un avantage de plus par rapport à ses concurrents, puisqu'il supporte pleinement l'API (*Application Programming Interface*) Camera2, l'API permettant d'accéder aux services d'une application à travers le langage de programmation⁹⁷.

Apple promet quant à lui offrir au marché une meilleure définition des images tournées, l'iPhone 6 Plus est aussi muni d'un stabilisateur optique⁹⁸. Ainsi, les réalisateurs mobiles bénéficient déjà des solutions technologiques des appareils mobiles. Par exemple, lors de son interview, le réalisateur et réalisateur mobile Marcel Izidoro nous a fait part de son expérience en ce qui concerne la résolution des images de son film *Amaré*⁹⁹, un long-métrage entièrement tourné avec un téléphone mobile, dont le lancement est prévu pour l'année 2018. Izidoro a expliqué la solution qu'il a adoptée pour le problème de résolution : il a en fait tourné les images en 4 K¹⁰⁰, c'est-à-dire, en haute résolution, et les a finalisées en 2 K¹⁰¹. Selon Izidoro, c'est une résolution courante dans les films projetés dans les salles de cinéma, et de cette façon, son film peut être vu dans les grandes salles des circuits de distribution.

⁹⁶ Parmi les réglages disponibles : balance des blancs, mise en point, ISO et support du format DNG (RAW). Voir l'article en ligne de Vincent Sergère : « Comparatif photos : le LG G4 face aux Samsung Galaxy S6 et iPhone 6 - FrAndroid », 07 juin 2015 [En ligne : http://www.frandroid.com/marques/samsung/287574_comparatif-photos-lg-g4-face-aux-samsung-galaxy-s6-iphone-6]. Consulté le 9 décembre 2015.

⁹⁷ « Langages informatiques - API », [En ligne : <http://www.commentcamarche.net/contents/613-langages-informatiques-api>]. Consulté le 9 décembre 2015.

⁹⁸ « Apple iPhone 6 Plus : Test complet », [En ligne : <http://www.lesnumeriques.com/telephone-portable/apple-iphone-6-plus-p21659/test.html>]. Consulté le 13 décembre 2015, p. 6.

⁹⁹ Dans l'entretien que nous a accordé le réalisateur et réalisateur mobile Marcel Izidoro le 6 février 2017. Selon Marcel Izidoro, son long-métrage *Amaré* a coûté cinq mille dollars et il a reçu le soutien financier d'*Apple*.

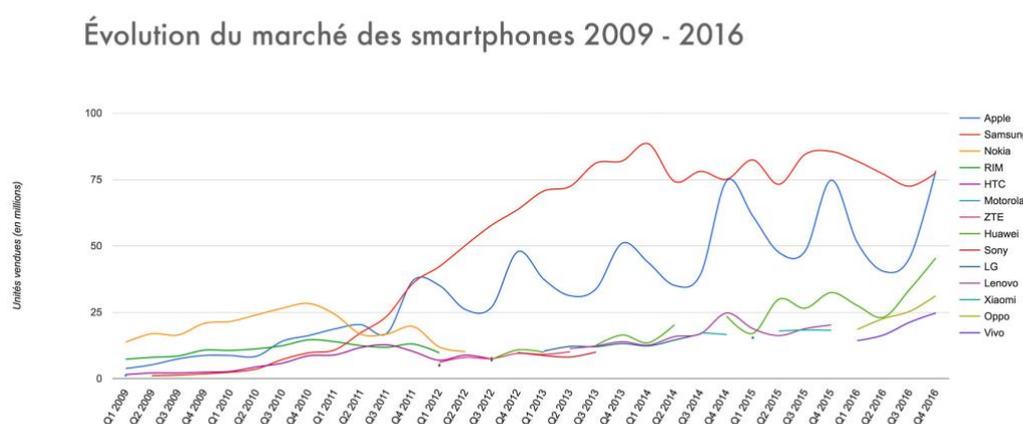
¹⁰⁰ Voir glossaire.

¹⁰¹ Voir glossaire.

D'autres options dans les appareils contribuent aussi à améliorer la qualité de l'image mobile. Ce sont les applications d'édition d'image que l'on peut télécharger sur les téléphones mobiles et qui permettent la production et la postproduction des images, en faisant le travail d'édition, de montage et de finalisation des films. Nous présenterons ces applications dans la suite de ce chapitre (*chapitre 1, section 1.3.2*). Il nous semble donc que les téléphones mobiles se sont maintenant beaucoup rapprochés des caméras conventionnelles, et s'ils ne filment pas encore avec la même qualité que ces caméras, on peut dire que la technologie des caméras mobiles avance rapidement vers une résolution de l'image équivalente.

L'évolution de la consommation sur le marché des téléphones mobile

Depuis 2009, *Samsung* (qui est muni du système Android) est de loin le fabricant leader du marché des mobiles et smartphones, suivi par *Apple* :



Source : IDC, mise en forme par le site Numerama¹⁰².

¹⁰² Julien Cadot. « Apple, Samsung et les autres : évolution du marché des smartphones (Q4 2016) », mis à jour le 14 février 2017. Disponible en ligne : <http://www.numerama.com/tech/174972-apple-samsung-et-les-autres-evolution-du-marche-des-smartphones.html>. Consulté le 22 août 2017.

Si début 2009, avant le lancement des premiers Samsung Galaxy, *Motorola* représentait encore environ 3,4% du marché mondial des smartphones, *Nokia* 39%, *BlackBerry* 21%, *Apple* 11%, début 2011, les parts des principaux fabricants étaient pour *Nokia* 24%, *BlackBerry* 14%, *Apple* 19%, *Samsung* 11%, et *HTC* 9%. En 2016, sur les 1,47 milliards de smartphones livrés dans le monde, *Samsung* est le premier fabricant avec 311,4 millions de smartphones livrés (21% du total), suivi par *Apple* (215,4 millions), *Huawei* (139,3 millions), *Opportunity* (99,4 millions), *Vivo* (77,3 millions), les autres fabricants totalisant 627,8 millions de smartphones livrés¹⁰³.

La consommation de smartphones a par ailleurs progressé constamment par rapport aux autres dispositifs mobiles, et s'ils représentaient en France 45% du marché par rapport aux téléphones mobiles classiques en 2011, ils correspondaient à 75% du marché en 2014¹⁰⁴.

En revanche, les réalisateurs mobiles semblent dans leur grande majorité privilégier l'iPhone d'*Apple*. Ainsi, sur les 123 films et une série de 8 épisodes que nous avons analysés qui publiés sur *YouTube* et tournés de 2008 jusqu'à 2015, 58% films ont été tournés avec des modèles iPhone 4, 4S, 5, 5S, 6 et 6 Plus. Le deuxième appareil le plus utilisé dans ces films postés sur *YouTube* est *Nokia* avec 22%., le modèle préféré étant le Nokia N8 et le Lumia 1020. Les appareils *Samsung*, *Sony*, *HTC* et *LG* sont apparus dans cette recherche comme des appareils utilisés en association avec d'autres smartphones.

¹⁰³ *Ibidem*.

¹⁰⁴ Par Christophe Auffray | Jeudi 03 Août 2017, « Chiffres clés : les ventes de mobiles et de smartphones », [En ligne : <http://www.zdnet.fr/actualites/chiffres-cles-les-ventes-de-mobiles-et-de-smartphones-39789928.htm>]. Consulté le 21 août 2017.

Tableau 1 : Marque des appareils utilisés dans les films de réalisateurs mobiles postés sur *YouTube* entre 2008 et 2015 que nous avons analysés.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Marque non précisée	3	4	4					1
Nokia			8	16	1	3	2	
iPhone			7	6	16	19	21	7
Samsung						2	2	
iPhone et iPod Touch			8					
iPhone et Sony							1	
HTC et LG							1	
iPhone et Galaxy							1	

Parmi les quinze réalisateurs mobiles que nous avons interviewés : trois ont utilisé l'appareil *iPhone* modèle 5 ou modèle 6, un a utilisé l'appareil Sony modèle V 600 I et un a utilisé l'appareil Sharp modèle 903SH. Les autres réalisateurs mobiles n'ont pas informé la marque ou le modèle utilisé dans leurs films.

Par ailleurs, parmi les 86 festivals et 3 concours de cinéma de poche que nous avons analysés, sept festivals sont ou étaient destinés à des films tournés avec des marques spécifiques de téléphones mobiles, et en général sponsorisés par elles : *Nokia Shorts Competition* (2003/2011 – Royaume-Uni), *Nokia Mobifest Toronto* (2006/2009 – Canada), *iPhone 4 Film Festival* (2010 – Corée du Sud), *IFF – iPhone Film Festival* (2010/2018 – États-Unis), *Sony Mobile Festival* (2011/2012 – Italie), *The Original iPhone Film Festival* (2011/2015 - États-Unis) et *iPhone Popup Film Festival* (2012 – Angleterre).

1.3.2. Les applications

Les téléphones mobiles en général, mais surtout les *smartphones*, doivent une grande partie de leur succès à leurs applications, les « apps ». Les appareils vendus sont munis d'une série d'applications de base, les autres devant être téléchargées sur une plateforme de téléchargement – *Google Play Store* pour les appareils munis du système d'exploitation Android, ou l'*App Store*, la boutique virtuelle d'*Apple*, accessible à partir des modèles iPhone – même si l'application est gratuite. On peut remarquer que suite à la facilité d'accès à Internet à partir avec les téléphones mobiles, les applications sont devenues des véritables outils de travail. De fait, les appareils de communication mobile, à condition d'être bien équipés, sont capables d'obtenir excellents résultats en termes de qualité d'images.

Avec les innovations technologiques des petits appareils de communications multifonctions, il convient également de noter que les applications sont devenues très importantes pour les réalisateurs mobiles et elles ont maintenant un rôle indispensable dans le tournage des films. Un des outils disponibles sur l'*App Store* est le *Filmic Pro*¹⁰⁵ (2011) qui est devenu la plus populaire et la plus importante des « apps ». Pour cela, elle a obtenu plusieurs prix, ainsi que l'*App Vidéo de l'Année 2011* sur le blog officiel d'*Apple*¹⁰⁶. En 2012, *Apple* a mis sur le marché une autre application qui permet de contrôler plusieurs caméras en parallèle, le *RecoLive MultiCam*¹⁰⁷. Cet outil permet d'afficher l'image en direct de chaque caméra et il est possible de visionner toutes les caméras qui tournent les vidéos, de combiner leurs images et de créer des transitions entre une caméra et une autre.

Les applications pour les téléphones mobiles représentent un véritable instrument de tournage, de postproduction (montage, effets spéciaux, bruitage,

¹⁰⁵ Voir glossaire.

¹⁰⁶ Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplact. 6440.

¹⁰⁷ Voir glossaire.

mixage, etc.) et la visualisation de vidéos et d'émissions télévisées en direct¹⁰⁸. Les applications liées au domaine du cinéma ont été mises en service à partir de 2011. Parallèlement, les films, et par conséquent les festivals de films tournés avec les téléphones mobiles, se multipliaient déjà, et avec les nouvelles applications, ce phénomène s'est intensifié.

Une autre application gratuite importante pour la réalisation de films est le *Snapchat*¹⁰⁹, de l'entreprise *Snap Inc.*, qui permet le partage éphémère de photos et de vidéos. Un exemple d'images faites à partir de *Snapchat* est le film d'horreur *Sickhouse* (2016), entièrement réalisé en utilisant une centaine de photos et de vidéos trouvées depuis l'application de partage. Le résultat est un long-métrage de soixante-huit minutes de terreur tourné en cinq jours avec un iPhone. La démarche est inédite, mais le film présente plusieurs problèmes concernant la mise en scène. Certains disent que nous sommes arrivés dans l'ère du film *Snapchat* ou, comme Laurence Allard¹¹⁰, qu'à l'heure actuelle, ce qui surgit de plus créatif en termes d'images est produit à travers des applications comme *Snapchat*.

En septembre 2016, *Snap Inc.* a lancé sur son site un nouvel appareil vidéo qui s'appelle *Spectacles*. Il s'agit d'une paire de lunettes de soleil avec une très petite caméra qui permet d'enregistrer les images. Cette caméra est connectée directement à *Snapchat* via *Bluetooth* ou *Wifi*, et les images vidéo ont un format circulaire. D'après le site de *Snap Inc.*, « *Les vidéos au format circulaire peuvent se visionner en plein écran sur n'importe quel appareil, quelle que soit l'orientation de l'écran, et capturent le point de vue de l'œil humain, dont le champ de vision est de 115*

¹⁰⁸ *Ibidem.*, chap. 1, emplact. 148. Outre l'application *RecoLive MultiCam* déjà mentionnée, on peut citer le *Filmic Pro* pour les *iPhone* et les *iPad*. Il y a aussi l'application *ReelDirector* et le logiciel à l'interface *iMovie* et *Splice*. Pour le système opérationnel *Android* l'application idéale pour l'image est *Cinema FV-5* (2014). Voir aussi au glossaire.

¹⁰⁹ Voir glossaire. On peut trouver l'annonce suivante sur le site de *Snap Inc.* : « *Snap Inc. is a camera company. Nous réinventons la façon de prendre des photos et des vidéos mais aussi de les partager. Nos produits permettent de communiquer plus facilement, profiter de chaque instant, et découvrir le monde en s'amusant.* », [En ligne : <https://www.snap.com/fr-FR/>]. Consulté le 1^{er} mai 2017.

¹¹⁰ Entretien avec la chercheuse Laurence Allard réalisé pour cette thèse le 21 novembre 2016 à Paris. Voir annexe.

degrés. »¹¹¹. Comme les caméras qui sont fixées sur le corps, telle que la *GoPro*, ces lunettes *Spectacles* nous renvoient à la notion de corporalité et deviennent en quelque sorte une « caméra-habit », une idée qui sera revue ultérieurement dans la troisième partie de cette thèse avec la question de la relation de corporalité avec les caméras.

Il est intéressant de noter que dans ce contexte des applications, la technologie est réinventée ou recrée par la créativité humaine. Dans l'entretien avec Laurence Allard, la chercheuse met en relief certains points cruciaux de la création mobile à travers le cinéma de poche, parmi lesquels l'un concerne la création provenant des applications mobiles, surtout à partir de *Snapchat*. D'après elle, actuellement, même avec toutes les images mobiles qui circulent dans le monde des arts visuels et sur le web, la création à travers des applications semble être une bonne alternative créative. Allard a ajouté également que l'usage des applications pour la conception d'images renouvelle même parfois aussi l'esthétique. Nous allons voir ces aspects de la créativité plus loin dans la première partie de la thèse avec le point de vue de Vilém Flusser (cf. *Chapitre 2, section 2 « La liberté de création et la philosophie de Vilém Flusser »*).

1.3.3. Les accessoires

Il existe aujourd'hui une vaste gamme de produits additionnels pour les mobiles, en particulier, de nombreux accessoires permettent aux utilisateurs des caméras mobiles d'améliorer leurs images, comme les objectifs, les trépieds, les flashes. *Apple*, par exemple, offre un kit de photographie pour l'iPhone 6 et l'iPhone 6 Plus dans lequel il est possible d'unir un téléobjectif et un objectif grand-angle au téléphone mobile, et un autre accessoire important pour les images, un

¹¹¹ Voir la newsletter de *Snapchat* en ligne sur le site : <https://www.snap.com/fr-FR/news/>, 24 septembre 2016. Consulté le 1^{er} mai 2017.

objectif doté de quatre options de lentilles¹¹² incluses dans le même objet. On peut inclure aussi parmi les nombreux accessoires pour enregistrer des images avec des téléphones mobiles, la télécommande photo *Bluetooth*, le flash LED sans fil, le stylo *Bluetooth*, les câbles et adaptateurs audio et vidéo, les cartes mémoires, les stabilisateurs, les poignées, les perches à *selfie*, etc. Les batteries des téléphones mobiles sont aussi des accessoires qui sont critiques. En fait, la batterie constitue un défi pour les réalisateurs mobiles et les artistes mobiles, même si les réglages sont choisis en général afin de faire durer la batterie au maximum¹¹³ et s'il existe la possibilité de recourir à des chargeurs de secours. Finalement, il existe aussi d'autres caméras externes qui peuvent être des accessoires des *smartphones* : la caméra *GoPro*, la caméra de sécurité résidentielle et les drones,

Dans l'entretien avec Nadine Bénichou¹¹⁴, photographe et co-fondatrice du *Mobile Camera Club*¹¹⁵, celle-ci a mentionné que grâce aux accessoires, les images deviennent plus faciles à prendre (elle a d'ailleurs également noté que lors d'interviews, les journalistes utilisent leur téléphone et recourent toujours à des accessoires). Elle utilise parfois des objectifs pour prendre ses photos, surtout si cela permet de multiplier les focales et faire du gros plan. Elle aime aussi les lentilles grands-angles ou les macros, notamment. Pour les caméras mobiles, les lentilles sont importantes, comme avec tous les autres appareils photos classiques.

Il est important de s'arrêter aussi sur les perches à *selfie* puisqu'il s'agit d'un accessoire très répandu, populaire et social. De fait, on observe sur les réseaux

¹¹² Fisheye, grand angle, macro 10x ou 15x « Objectif d'olloclip - Apple (FR) », [En ligne : <http://www.apple.com/fr/shop/product/HH582ZM/B/objectif-4-en-1-d%E2%80%99olloclip-pour-iphone-6-et-iphone-6-plus?fnode=96>]. Consulté le 8 décembre 2015.

¹¹³ Certains guides d'utilisation des téléphones mobiles suggèrent des paramètres pour prolonger l'autonomie de la batterie, tels que : adapter la luminosité, réduire le nombre des notifications, limiter la synchro automatique des données en « push », limiter ou désactiver les actualisations en arrière-plan, garder un œil sur les applis qui consomment une grande quantité d'énergie, notamment. Cf. Fabrice Neuman, *Le guide pratique iPhone et iOS 10*, 2016, p. 156.

¹¹⁴ L'entretien avec la photographe française Nadine Bénichou a été réalisé le 22 janvier 2017, en ligne.

¹¹⁵ Cette galerie est consacrée à la photographie mobile sous toutes ses formes artistiques et représente des artistes mobiles. « La première galerie consacrée à la photographie mobile », [En ligne : <https://www.mobilecameraclub.fr/>]. Consulté le 22 avril 2017.

sociaux une grande quantité de *selfies* avec des angles inhabituels et des lieux insolites. Toutefois, considérée comme un danger potentiel, elle a été proscrite de certains lieux publics, dont des musées¹¹⁶. De toute façon, la perche à *selfie* reste un outil important qui, avec la démocratisation des outils numériques, permet aux personnes de faire des autoportraits et ainsi de créer des « archives » de leurs vies, surtout les adolescents qui vivent une période où ils sont en recherche d'identité, une question sur laquelle nous reviendrons dans la section 2.1 « La culture mobile » de ce chapitre et dans la troisième partie de la thèse.

Depuis 2016, les drones à *selfies* sont à la mode. Cet accessoire a surgi probablement pour substituer la perche à *selfie*. Pour les *selfies*, ces drones sont très intéressants parce qu'ils permettent de prendre des photos avec différents angles de vision. Il existe des drones de poche pour les *selfies* avec des caméras HD et que le contrôle est basé sur les gestes de l'individu qui utilise ou via l'application pour les téléphones mobiles. De toute façon, les drones sont d'excellents appareils pour tourner les films de poche.

2. Réception, enregistrement et transmission des images

Lorsque nous discutons le cinéma de poche, nous devons également prendre en compte, entre autres choses, l'utilisation de la technologie du téléphone mobile pour la réalisation de films. Ainsi, nous observons le déplacement de la fonction ce petit appareil, de sa fonction initiale qui était simplement la communication entre les personnes, vers une autre, celle d'objet réalisateur d'images. Cette articulation est propre à la contemporanéité, qui apporte au milieu artistique un objet conçu pour exécuter d'autres fonctions dans notre vie quotidienne qui ne sont pas artistiques. Ce déplacement n'est cependant pas analogue aux *ready-mades* de Marcel Duchamp,

¹¹⁶ Emmanuelle Jardonnet, « La « perche à selfie » bannie du château de Versailles », *Le Monde*, 6 mars 2015. [En ligne : http://www.lemonde.fr/arts/article/2015/03/06/la-perche-a-selfie-bannie-du-chateau-de-versailles_4588619_1655012.html]. (Consulté le 1^{er} août 2017).

dans lesquels les objets du quotidien gagnent une nouvelle visualité. Dans les *ready-mades* des objets ont été agrégés de manière inhabituelle et ils ont alors donné lieu à de nouveaux symboles inconnus et parfois même des obstacles. Quant à la technologie du téléphone mobile, quand on déplace la fonction des dispositifs, on les soumet à d'autres fonctions pour qu'ils prennent en compte les desiderata des réalisateurs, des musiciens, des auteurs, etc. Dans ce sens, on peut faire une analogie avec les *ready-mades*, dans la mesure où l'objet vit une réalité nouvelle et un nouvel usage dans ses fonctionnalités.

La relation de l'homme avec les objets nous fait donc réfléchir à la façon dont les gens traitent « les choses » qui les entourent. Le déplacement de la fonction des objets induit à questionner la relation avec la technologie, avec l'image et avec l'autre, ainsi que sur la relation de l'individu avec la contemporanéité. Le monde contemporain est un monde de consommation de « choses » et, dans ce contexte, le téléphone mobile est une « chose » tirée de son environnement habituel pour devenir un outil d'une création artistique très proche de ce que l'on connaît comme images cinématographiques. Depuis quelques années, beaucoup de propositions et d'expériences artistiques visent à créer une nouvelle forme d'art ayant le téléphone mobile au centre du processus créatif¹¹⁷.

Du point de vue social, jamais une expression artistique n'a autant participé à la vie des gens que dans le cas des images et des films réalisés avec le téléphone mobile, en particulier chez les adolescents. Le cinéma de poche fait partie de la culture mobile issue d'une société qui utilise les nouvelles technologies de communication et, par conséquent, se manifeste par des images variées sur les thèmes urbains, du quotidien, carnets de voyage, journaux intimes, soirées, groupes d'amis ou *tribus*, une infinité donc de sujets qui peuvent être développés dans ces images, avec l'aide de petits appareils cinématographiques. Selon Roger Odin, le téléphone mobile crée « *une nouvelle relation avec les autres via le cinéma : le portable fait du*

¹¹⁷ *Téléphone mobile et création*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, Paris, A. Colin, 2014, p. 15.

film un « instrument de sociabilité » »¹¹⁸. Actuellement, ce dispositif est un vecteur de l'industrialisation de l'image et de la popularité de l'écran. On regarde et on filme l'image en mouvement à travers le petit appareil et, avec lui, surgit un nouveau monde dont les caractéristiques sont propres au cinéma : images, production, montage, budget, etc.

Ainsi, pour comprendre la culture mobile à travers le cinéma de poche, il faut connaître un peu des expressions populaires et artistiques qu'offre la société contemporaine. Comme l'observent Patrice Flichy et Chantal De Gournay¹¹⁹, il y a dans le monde mobile « *deux perspectives différentes de changement social* », à savoir, la mobilité « *d'avantage liée à la performance du réseau investi de la capacité de localiser un abonné en n'importe quel point du territoire* », qui pose « *la question du déracinement et de l'appartenance multiple, à un lieu, à une communauté culturelle, à une institution ou à une structure d'activité* » et la portabilité¹²⁰, « *associée à la miniaturisation du terminal et à son détachement par rapport à une source énergétique ou à une prise de branchement (le sans-fil)* », qui accentue « *la tendance à l'individualisation des pratiques, à l'atomisation des univers personnels de communication* ». Ces perspectives suggérées par Patrice Flichy et Chantal De Gournay-sont pour nous les outils de la créativité dans la culture mobile, surtout en ce qui concerne la mobilité.

2.1. La culture mobile

L'une des questions principales liées à la culture mobile est la connexion. En fait, si l'individu est connecté à Internet à travers son appareil – en principe

¹¹⁸ Roger Odin, « Quand le téléphone portable rencontre le cinéma », in . *Téléphone mobile et création*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, Paris, Armand Colin, 2014, p. 43.

¹¹⁹ Patrice Flichy et Chantal De Gournay, « Présentation », in *Réseaux*, vol. 12 n° 65 (numéro spécial « La communication itinérante »), 1994, p. 5.

¹²⁰ Les auteurs entendent ici par « portabilité » la propriété d'un objet que l'on peut porter. Ils ne se réfèrent pas à la « portabilité » au sens de la possibilité pour un utilisateur de changer d'opérateur téléphonique.

toujours proche et accessible, comme dans le cas des téléphones mobiles –, c'est pour se mettre en relation avec un réseau informatique. Ainsi, tout ce qui est vit et expérimenté par un individu peut être capté par images et partagé sur les réseaux sociaux, et ces moments sont diffusés pour que d'autres personnes, qui sont également connectées, puissent les voir. Par conséquent, on peut voir sur ces réseaux sociaux des événements sociaux, mais aussi des événements privés comme certains moments de la sphère familiale et intime.

Parmi les formes d'expressions que l'on trouve dans la culture mobile, l'une des plus importantes et populaires est le *selfie*¹²¹. Les utilisateurs connectés en permanence à Internet font des *selfies* et les partagent facilement. Ainsi, avec cette abondance d'autoportraits numériques contemporains, on peut remarquer certains effets que la pratique du *selfie* entraîne sur les films de poche, comme le format de l'image, par exemple.

2.1.1. Le *selfie*

*« Le selfie, ce geste très simple de se prendre soi-même en photo avec un Smartphone et de publier instantanément le cliché sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) est devenu planétaire. »*¹²²

Comme le mentionne Pauline Escande-Gauquié, le *selfie* « est né avec l'essor des téléphones intelligents, des applications numériques et la démocratisation de la photographie amateur prise avec un Smartphone »¹²³, une très bonne

¹²¹ Cf. Simone Korff-Sausse, « Selfies : narcissisme ou autoportrait ? », *Adolescence*, vol. t.34 3, n° 3, 2016, p. 623-632. La psychanalyste Simone Korff-Sausse rapporte l'étymologie du *selfie* dans son article : « Un phénomène apparu récemment dans la culture adolescente a pris une ampleur impressionnante, celui des *selfies*. Le mot vient du terme anglais *self*, « soi », et a fait son apparition dans la nouvelle version du dictionnaire Oxford en 2013, où il a été élu « mot de l'année ». Se « *selfiser* » consiste ainsi à se photographier soi-même à l'aide du portable, puis à diffuser la photo sur les réseaux sociaux (Facebook ou autres) », *Ibidem*, p. 623.

¹²² Pauline Escande-Gauquié, *Tous selfie ! : pourquoi tous accro ?*, Paris, Éditions François Bourin, 2015, p. 9.

¹²³ *Ibidem*, p. 10.

observation de ce que l'on connaît comme *selfie*, où l'auteur met en relief les racines de la culture mobile. Le geste en est effectivement « très simple », puisqu'il suffit maintenir le téléphone mobile dans la main, étirer le bras et prendre la photo. Grâce à la fonction « *reverse* » de la caméra mobile, le *selfie* est un acte « indépendant » ou « autonome » dans lequel le bras lui-même joue le rôle d'un trépied ou d'une perche à *selfie*.

Une des caractéristiques de la contemporanéité est qu'elle produit une culture qui tourne autour de l'image mobile. Ainsi, il faut bien considérer certaines expressions visuelles comme les *selfies* très répandues dans notre société¹²⁴. En fait, le *selfie* est un phénomène de la culture mobile dans lequel la grande majorité des individus a déjà fait ou a déjà participé à un *selfie* au moins une fois dans sa vie. La massification du *selfie* est souvent attribuée au téléphone mobile, mais aussi à la mimésis social (cf. le chapitre 2 de la Partie 1). Les applications consacrées à la retouche des images ont également beaucoup de succès. Ainsi, avec les téléphones mobiles qui combinent appareils photo et applications, il est possible de partager l'image telle qu'on la voit ou telle que l'on voudrait être vu. Ce phénomène a pris une grande dimension grâce aux adolescents, la popularisation des *selfies* provenant probablement du fait que la jeunesse montre avoir plus de facilité à utiliser les nouvelles technologies. Simone Korff-Sausse observe dans son article la prédominance des *selfies* dans la culture adolescente, quand « 62% des adolescents âgés de quatorze à dix-huit ans déclarent être adeptes, soit trois fois plus que le reste de la population (22%) »¹²⁵.

Selon la chercheuse en sciences sociales danah boyd, chez les adolescents, « toutes les interactions générées par ce qu'ils postent en ligne sont perçues comme

¹²⁴ Quant à la popularité du *selfie*, Simone Korff-Sausse donne quelques exemples : « C'est facile, magique, et de plus, cela ne coûte rien. C'est ludique et toute la planète s'est mise à jouer. Le pape François est apparu, très décontracté, sur un *selfie* avec un groupe d'adolescents en visite au Vatican. Barack Obama a suscité des polémiques à propos d'un *selfie* réalisé par un ministre lors de la cérémonie en honneur de Nelson Mandela. » Simone Korff-Sausse, *op. cit.*, p. 623.

¹²⁵ « Selon une enquête OpinionWay pour Avanquest (logiciels informatiques) publiée le 11 juin 2014 ». *Ibidem*.

des marques d'attention qui leur font du bien »¹²⁶. La chercheuse croit aussi que les autoportraits ne sont pas le « *reflet d'un nouveau narcissisme* », mais une manifestation dans laquelle les adolescents peuvent montrer un moment vécu. Il est vrai que la pratique d'autoportrait qui alimente les flux des réseaux sociaux actuellement n'est pas si nouvelle. Il est possible de faire une analogie entre les « *selfies* » qui ont surgi en même temps que la photographie dans la première moitié du XIX^e siècle et les *selfies* qui ont envahi l'espace public virtuel d'aujourd'hui. Les autoportraits sont aussi banals que de se regarder dans un miroir¹²⁷.

De notre point de vue, le *selfie* a un rôle central dans les expressions artistiques et sociales contemporaines. Pauline Escande-Gauquié observe ainsi que

*« Notamment, le selfie est une synthèse visuelle de sensations vécues lors d'un évènement commun (mariage, mets sur une table du restaurant, etc.) ou d'une expérience dont on veut faire partager les qualités sensorielles (photo de vacances, de voyage, de participation à un évènement collectif comme un concert, la manifestation, etc.). »*¹²⁸

Escande-Gauquié rappelle aussi dans son livre une réflexion importante de l'historienne et photographe Gisèle Freund sur l'art et la société : « *tout changement dans la structure sociale influe sur les modalités d'expression artistique* »¹²⁹, une affirmation très actuelle, qui selon nous s'applique tout à fait à la culture mobile et par conséquent au cinéma mobile, la société en général et l'artiste amateur ayant

¹²⁶ Voir l'interview de danah boyd dans l'article publié dans le journal *Le Monde* : Alexandre Léchenet et Michaël Szadkowski « 6 clés pour comprendre comment vivent les ados sur les réseaux sociaux », *Le Monde*, 10 mars 2014 [En ligne : http://www.lemonde.fr/technologies/article/2014/03/10/6-cles-pour-comprendre-comment-vivent-les-ados-sur-les-reseaux-sociaux_4380123_651865.html]. Consulté le 9 décembre 2015. « *Après dix années de travail auprès de jeunes Américains, danah boyd (elle écrit son nom en minuscules), chercheuse chez Microsoft Research et professeure associée à l'université de New York, a publié un livre pour éclairer l'usage que les adolescents ont des réseaux sociaux* ». *Ibidem*. Le livre de danah boyd, *It's complicated. The social lives of networked teens*, New Haven, CT: Yale University Press, 2014 a été ensuite traduit en français : *C'est compliqué. Les vies numériques des adolescents*. C&F éditions, 2016.

¹²⁷ « The Photographer's Mirror | MCNY Blog: New York Stories », [En ligne : <https://blog.mcny.org/2013/02/26/the-photographers-mirror-2/>]. Consulté le 9 décembre 2015.

¹²⁸ Pauline Escande-Gauquié, *op. cit.*, p. 35-36.

¹²⁹ Pauline Escande-Gauquié, *op. cit.*, p. 99.

également un rôle central dans cette expression artistique. Escande-Gauquié observe aussi que

« Le selfie, compris dans ce qu'on appelle maintenant communément l'Art Mobile, est une nouvelle forme d'expression vernaculaire (c'est-à-dire dire populaire et sociale) qui pénètre le milieu artistique, notamment à travers la formation de collectifs internationaux de professionnels du monde de l'art qui lui ont permis d'infiltrer les musées. »¹³⁰

Ainsi, les *selfies* sont entrés dans le domaine artistique et amènent aussi une autre discussion importante pour l'art mobile, à savoir la frontière entre l'art et le non-art :

« La parution d'ouvrages très récents, comme #artselfie (2013), réalisé par le collectif d'artistes new-yorkais DIS, marque un phénomène d'artification en cours, de même que le concept Museum Selfie Day lancé sur twitter en janvier 2013 par Culture Themes. Cette artification désigne la transformation d'un non-art en art. Elle est le résultat d'un travail social et de changements tels que la déqualification des actions d'exposition, la reconnaissance de certains photographes mobiles en artistes ou la fixation d'une frontière entre art et non-art par des critères concrets (comme le point de vue du photographe, la valeur esthétique de la photo, etc.). Le caractère indéniablement innovant de la prise photographique selfique a été propice aux détournements du genre par des artistes, qui se sont saisis du phénomène et ont rejoint l'Art Mobile. Ce qui distingue donc le selfie créatif et artistique du selfie social c'est le désir du photographe de se réapproprier les potentialités techniques propres au genre afin de construire un « regard ». »¹³¹

Actuellement, les *selfies* sont insérés dans un contexte artistique qui est « profondément modifié par la diffusion illimitée des images sur Internet »¹³². Ces modifications se produisent grâce aux différents langages qui sont imposés par les

¹³⁰ Escande-Gauquié cite en exemple « l'initiative #LoveKoons, jeu organisé par le Centre Pompidou à Paris en mars 2015 invitant les visiteurs à se photographier avec le Hanging Heart de Jeff Koons. ». *Ibidem*, p. 100-101.

¹³¹ *Ibidem*, p. 101.

¹³² Simone Korff-Sausse, *op. cit.*, p. 624.

réseaux sociaux. Nous croyons que la culture mobile résulte de l'union entre la société, la technologie mobile et l'Interne, ainsi, nous voulons réfléchir sur les influences des réseaux sociaux sur les images numériques actuelles.

2.1.2. Les codes esthétiques des réseaux sociaux

Lors de l'entretien avec le réalisateur Marcel Izidoro¹³³, celui-ci a expliqué le point de vue esthétique basé par le langage visuel, ou codes esthétiques, que chaque réseau social impose. Izidoro est un réalisateur professionnel et pour lui l'usage de la connaissance technique pour ses films professionnels est crucial. Mais les films qu'il publie sur *YouTube* sont des images obtenues en général sans ressources techniques ou sans utilisation d'accessoires pour la caméra. Ainsi, il dit s'adapter à l'image « idéale », propre au langage visuel de chaque réseau social. Il a aussi ajouté qu'il a besoin d'« oublier » certains aspects techniques tels que la lumière, les lentilles et la caméra. Pour exemplifier, Izidoro a expliqué que dans le langage visuel utilisé pour *YouTube*, l'image doit souvent être tournée avec une caméra tenue dans la paume de la main, dans une situation de préférence « réelle » et avec un acteur qui regarde directement la caméra. C'est la mise en scène habituelle pour *YouTube*. Par contre, il est rare de voir des films sur *YouTube* qui aient été réalisés de façon classique, c'est-à-dire, avec l'utilisation de techniques comme champs et contre-champs, notamment. Le réalisateur a expliqué que si l'on publie ce type d'images sur *YouTube*, le nombre de visualisations est presque toujours bas. Pour Izidoro, le langage esthétique est défini par les réseaux sociaux où l'image sera insérée et par les personnes qui publient sur ces plateformes. Pour lui, tous ces aspects sont plus cruciaux dans la culture mobile que la qualité technologique de la caméra utilisée ou la façon dont le film a été produit, etc. Et il a ajouté également que « *ce qui importe, c'est le style narratif du film* »¹³⁴.

¹³³ Entretien avec le réalisateur Marcel Izidoro, réalisé pour cette thèse, le 6 février 2017. En ligne.

¹³⁴ Selon les propres mots de Marcel Izidoro. (Traduction libre du portugais).

En considérant l'opinion d'Izidoro et ce que nous comprenons comme le langage visuel des réseaux sociaux, nous souhaitons réfléchir un peu sur les formats des images mobiles, un aspect qui montre un changement important dans le cadrage de l'image fixe et de l'image en mouvement également.

Cadrer l'objet qui sera photographié ou filmé est, pour les professionnels de l'image, le secret d'une bonne photographie. Cependant, avec une caméra mobile, un aspect du cadrage de l'image devient beaucoup plus simple, c'est la façon de positionner la caméra, et les images publiées dénotent une société qui exploite la technologie mobile de façon très créative. Ces résultats esthétiques qui peuvent également être insérés dans un champ professionnel démontrent ainsi qu'actuellement, la culture mobile, comme la « *selfiemanía*¹³⁵ » ou les films de poche, notamment, est un ensemble de nouvelles fonctions d'expression, de communication et de socialisation¹³⁶.

2.1.3. Les formats de l'image mobile

Plusieurs chercheurs comme Laurence Allard¹³⁷, font l'analogie des *selfies* avec des miroirs. Cependant, Allard¹³⁸ a suggéré également une autre analogie pour les *selfies* : « *une feuille de notes blanche* », la page blanche et verticale sur laquelle on est invité à « *écrire* » une nouvelle image. Ce que cette idée d'Allard a de prenant est le format de la feuille blanche. La verticalisation de l'image est liée justement à l'adoption des *selfies* comme code esthétique dans la culture contemporaine où on

¹³⁵ Pauline Escande-Gauquié, *op. cit.*, p. 16.

¹³⁶ Cf. André Gunthert, *L'image partagée : la photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015. (Série « L'écriture photographique »).

¹³⁷ Laurence Allard, « Selfie, un genre en soi. Ou pourquoi il ne faut pas prendre les Selfies pour des profile pictures », in *Images en bref*, revue en ligne : <http://imagesenbref.com/selfie-un-genre-en-soi-ou-pourquoi-il-ne-faut-pas-prendre-les-selfies-pour-des-profile-pictures/>. Consulté le 7 mai 2017.

¹³⁸ Entretien avec Laurence Allard réalisé pour cette thèse, le 21 novembre 2016, en face à face.

observe une tendance à la verticalisation de l'image qui s'oppose au régime de l'image horizontale pour les images en mouvement.

Les cadrages des *selfies* influent non seulement sur la photographie produite par les appareils mobiles mais sur le cinéma de poche également. Ceux qui prennent la photo, ceux qui la regardent et la publient sur les réseaux sociaux ne se posent probablement pas la question du format choisi pour l'image, horizontale ou verticale. D'un point de vue technique, ces *selfies* peuvent être tant horizontaux que verticaux. D'une façon générale, une image a l'air plus « équilibrée » si elle est cadrée dans le format horizontal, ou, suivant la nomenclature, format « paysage ». Ce format semble plus « naturel » du fait que l'horizontale est le format du champ de vision humaine. Par conséquent, les écrans de tous les appareils photos traditionnels ont un format horizontal qui reflète ce format physiologique du champ visuel et ils « *sont conçus pour réaliser des clichés à l'horizontale* »¹³⁹. Ainsi, d'un point de vue ergonomique, les caméras sont projetées pour assurer de bonnes conditions de travail et une bonne relation entre le photographe et l'appareil photo, afin d'améliorer son métier. Ce cadrage est aussi adapté à autres formats d'écrans comme la télévision, l'ordinateur et les écrans de cinéma. Le photographe Denis Dubesset observe ainsi que

*« En premier lieu, lorsqu'on découvre une photographie, son sens de lecture est étroitement lié à notre appartenance culturelle. Plus précisément, nous sommes influencés par notre façon d'écrire et donc de lire un texte. Cette approche de l'information est tellement ancrée en nous que nous abordons toutes les œuvres visuelles de la même façon. Ainsi, dans une culture dite occidentale, nous avons tous tendance à lire une image de gauche à droite et de haut en bas. »*¹⁴⁰

Quant à la verticalisation de l'image – ou le format « portrait » – on peut remarquer que si dans le domaine de la photographie, ce format vertical, moins fréquent¹⁴¹ est justement celui utilisé traditionnellement en photographie pour le

¹³⁹ Denis Dubesset, *Les secrets du cadrage photo : paysage, portrait, reportage*, Paris : Eyrolles, 2014, p. 10.

¹⁴⁰ Denis Dubesset, *op. cit.*, p. 4-5.

¹⁴¹ *Ibidem*, p. 10.

portrait, tout comme en peinture où il est courant de peindre les paysages sur des toiles horizontales et les portraits sur des toiles verticales.

En particulier, pour le photographe, le plan serré du visage est mieux servi s'il opte pour le format vertical¹⁴², et ce cadrage donne une impression de proximité¹⁴³. Selon Denis Dubesset, « *Cette orientation permet en effet d'utiliser complètement l'espace disponible, car elle est adaptée à la forme humaine du visage* »¹⁴⁴. Dubesset pense que le choix du cadrage vertical par le photographe dans les photos du visage est un choix naturel et instinctif, mais si le photographe choisit de montrer aussi l'endroit où se trouve le modèle, le photographe peut opter pour un format de photo horizontal. Dubesset suggère que le choix de certains plans, comme le plan moyen ou portrait en pied, le plan américain, le plan poitrine, le gros plan et le très gros plan¹⁴⁵, va déterminer l'orientation du cadre¹⁴⁶.

Contrairement aux appareils photos, il semble que les téléphones mobiles enregistrent le plus souvent des images verticales, en particulier dans le cas des *selfies* ou des films amateurs publiés sur les réseaux sociaux ou sur *YouTube*. Dans le geste qui peut être rapide et spontané de prendre un *selfie*, en tenant l'appareil mobile dans la paume de la main, il est plus facile, d'un point de vue ergonomique, d'aligner l'axe de la longueur de l'appareil avec l'axe du bras. Pour maintenir l'appareil à distance du corps, le bras s'étend, et physiologiquement, l'effort est bien moindre si le bras se dresse verticalement au lieu d'être à l'horizontale, qui serait la position permettant de maintenir la longueur de l'écran horizontale et faire une image dans un format « paysage ». Ainsi il semble que d'un point de vue ergonomique, le format « portrait », avec un écran de l'appareil orienté verticalement soit le plus pratique.

¹⁴² *Ibidem*, p. 68.

¹⁴³ Administrator, « Cadrage et composition », [En ligne : <http://cours-photophiles.com/index.php/les-bases-techniques-photo/102-cadrage-et-composition>]. Consulté le 17 août 2017.

¹⁴⁴ Denis Dubesset, *op. cit.*, p. 68.

¹⁴⁵ *Ibidem*, p. 71.

¹⁴⁶ *Ibidem*, p. 75.

Peut-être cela explique-t-il aussi pourquoi le format « portrait » domine dans les *selfies*.

Le format de l'image vertical ou horizontal est une caractéristique que le réalisateur mobile doit choisir et exploiter. Selon Alexandre Perez¹⁴⁷, l'image verticale est une forme qui est très liée au téléphone mobile et « *ça change beaucoup pour l'image si le film est tourné verticalement* ». On trouve ainsi des images en mouvement qui sont publiées sur *YouTube* dans un format vertical. Les vidéos faites par des personnes se versant un seau d'eau glacé sur la tête pour une campagne de collecte de dons pour lutter contre la maladie de Charcot, sont un bon exemple de la verticalisation des vidéos sur les réseaux¹⁴⁸.

Un des problèmes rencontrés dans le cas des images verticale réside dans les bandes noires qui apparaissent de chaque côté de l'image. Mais l'application Snapchat permet déjà de résoudre ce problème :

« Le réseau social a pris le pari d'utiliser tout l'écran du smartphone pour tirer le meilleur de l'image en mode portrait. Le selfie qui a inondé les réseaux sociaux à partir des années 2010, y a d'ailleurs trouvé son meilleur support. (...) Face au succès de Snapchat, les réseaux sociaux ont compris l'importance du format 2:3. Avant de se résigner à afficher les vidéos en verticale sur le fil d'actualité, Facebook s'était lancé à la conquête de la verticalité avec Instagram, où le format carré n'est plus la règle. »¹⁴⁹

Le petit geste de tourner la caméra mobile pour encadrer l'image qui constitue aussi un geste filmique, différent de celui du cinéma classique, est lié au monde du téléphone mobile et par conséquent au cinéma de poche. Il s'agit d'un geste

¹⁴⁷ Lors d'un entretien avec Alexandre Perez, le 26 janvier 2017.

¹⁴⁸ Lauren Provost. « Ice Bucket Challenge : comment le défi s'est-il propagé à travers le monde entier », *Huffingtonpost*, le 23 août 2014, mis à jour le 5 octobre 2016 [En ligne : www.huffingtonpost.fr/2014/08/23/ice-bucket-challenge-origine-histoire_n_5698784.html]. Consulté le 22 août 2017.

¹⁴⁹ Gary Assouline. « Snapchat a démocratisé la vidéo verticale et plus personne ne s'en plaint », *Huffingtonpost*, le 18 septembre 2016, mis à jour le 5 octobre 2016 [En ligne : www.huffingtonpost.fr/2016/09/09/snapchat-video-verticale-reseaux-sociaux_n_11931352.html]. Consulté le 22 août 2017.

presque « naïf », spontané et qui n'entraîne pas de difficulté technique particulière. Par ailleurs, l'usage de la technologie mobile entraîne une mobilité même sans que son utilisateur se déplace, à travers la connectivité, et c'est une caractéristique très contemporaine de la culture mobile. Ainsi, certaines réflexions sur l'usage contemporain de cette technologie sont significatives pour la création mobile, en particulier dans le cinéma de poche, comme nous le verrons par la suite.

2.2. La technologie de la communication et de l'information

Lorsque nous avons commencé à écrire cette thèse nous nous sommes demandé précisément quel serait le terme le plus correct pour nous référer au petit outil de communication téléphonique sans fil : téléphone mobile ou téléphone portable ? Nous avons choisi à ce moment-là le terme *mobile* parce que le terme *portable* fait référence également à un ordinateur portable. Cependant, en poursuivant nos recherches sur la culture mobile et par conséquent sur les téléphones mobiles, nous avons pu observer que les deux termes, *mobile* et *portable*, sont également utilisés dans la littérature. Marc Guillaume¹⁵⁰ relève que ces outils sont, de fait, tant *portables* que *mobiles*. Il existe un troisième terme utilisé également pour ces mêmes outils : les téléphones *cellulaires*, peut-être, reprenant l'argument de Guillaume, parce que grâce au téléphone *cellulaire*, « *chacun devient une cellule communicante, un être hybride qui appartient à deux espaces en même temps, celui de l'environnement immédiat et celui de l'espace virtuel de tous les réseaux potentiels* »¹⁵¹. Ainsi, selon nous, les trois termes représentent chacun une propriété de l'outil et ne sont pas incompatibles.

¹⁵⁰ Marc Guillaume, « Le téléphone mobile », in Réseaux, vol. 12, n° 65 (numéro spécial « La communication itinérante »), 1994, p. 27-33. L'article est disponible en ligne : http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1994_num_12_65_2550.

¹⁵¹ *Ibidem*, p. 31.

Cependant, la perspective de Guillaume va au-delà de la simple nomenclature des téléphones mobiles et elle concerne l'usage de ces appareils qui, à travers les mobilités qu'offre la technologie, arrive à transformer la notion de mobilité d'un point de vue sociologique également. Ainsi, d'après John Urry : « *Les processus sociaux doivent donc être repensés en fonction des multiples mobilités qu'ils comportent, ainsi que des nouveaux espaces et des temporalités* »¹⁵².

2.2.1. La mobilité

Le sujet de la mobilité est étudié dans différents champs de recherche, et on parlera de mobilité physique, organique, anatomique, humaine, géographique, urbaine, populationnelle, sociale, économique, culturelle, éducationnelle, électrique, électronique, virtuelle, informationnelle et communicationnelle¹⁵³. Dans le champ social, la mobilité obtenue à partir des objets technologiques facilite la réception, l'enregistrement, la transmission d'une grande quantité d'images et de messages, et la connexion, notamment.

La mobilité est inhérente à l'être humain et dans cette culture mobile dont il participe, il existe un entrelacement d'aspects technologiques, sociaux et anthropologiques¹⁵⁴ qui fait percevoir la mobilité en général. En fait, dans une approche sociologique, la mobilité personnelle peut être comprise « *métaphoriquement et littéralement* »¹⁵⁵. Et avec les appareils technologiques personnels, notre mobilité est autant virtuelle que physique.

¹⁵² John Urry, *Sociologie des mobilités : une nouvelle frontière pour la sociologie ?*, Paris, Armand Colin, 2005, p. 189.

¹⁵³ Silvio Koiti Sato, *Mobilidade, comunicação e consumo: expressões da telefonia celular em Angola, Brasil e Portugal*, Thèse de doctorat, Universidade de São Paulo, 2015, p. 65.

¹⁵⁴ André Lemos, « Cultura da Mobilidade », in *Revista FAMECOS*, vol. 16 / 40, décembre 2009, p. 28.

¹⁵⁵ John Urry, *op. cit.*, p. 189.

Dans la perspective de la mobilité métaphorique, Christine Buci-Glucksmann a écrit, « *la machine du temps s'est mondialisée et, dans cette optique géante, tous les êtres virtuels, morlocks ou non, sont possibles, en direct, dans le temps réel de la téléprésence* »¹⁵⁶. Dans ce commentaire, Buci-Glucksmann a très bien montré ce qui se passe dans la communication actuelle. La téléprésence, par exemple, est une solution de communication de vidéo de haute définition qui offre une expérience sonore et visuelle, comme dans les vidéoconférences. Il y a aussi la téléprésence immersive qui essaie reproduire les espaces et les ambiances à l'identique, avec, par exemple, les mêmes meubles. Ainsi, avec la téléprésence immersive, les individus se sentent présents physiquement dans un lieu pourtant situé à distance. On peut également signaler les vidéoconférences à partir d'une réalité virtuelle, dans lesquelles les rencontres virtuelles sont faites à travers des avatars (hologrammes).

Il peut sembler qu'une vie à travers des écrans est plus sûre, parce que dans ce cas, on peut croire que l'on n'est pas exposé à des dangers réels. Ainsi, la présence virtuelle et les apparences sont véritablement exploitées « *pour faire disparaître les réalités* »¹⁵⁷, selon Buci-Glucksmann. À nos yeux, les *selfies* sociaux, par exemple, ont le pouvoir de célébrer à la fois le présent et les apparences.

Il faut considérer aussi le phénomène de la mobilité dans notre vie pratique. Marc Guillaume a commenté l'usage des téléphones mobiles dans le contexte urbain et la transformation que cet usage a offert :

« C'est donc une nouvelle ponctuation urbaine que les usages devront acclimater, bien au-delà de l'usage des cabines téléphoniques qui étaient

¹⁵⁶ Christine Buci-Glucksmann, « Temps et modèles du virtuel », in Christine Buci-Glucksmann (dir.), *L'art à l'époque du virtuel*, Paris, L'Harmattan, 2003. (Collection « Arts 8 », UFR Arts, Philosophie et Esthétique - Université de Paris 8), p. 10.

¹⁵⁷ Christine Buci-Glucksmann, *Esthétique de l'éphémère*, Paris, Galilée, 2003, (« Collection Écritures/figures »), p. 60.

des balises, des abris dans la ville et qui constituaient des espaces mixtes, à la fois privés (provisoirement) et publics. »¹⁵⁸

Il est important de noter que la ville contemporaine est une ville qui se tourne vers à la mobilité, où les technologies mobiles transforment les paysages urbains, comme le suggérait Guillaume en 1994¹⁵⁹, ainsi que son architecture. La technologie mobile et les différentes façons de communiquer redéfinissent les espaces publics et privés comme des espaces flexibles, indépendamment du local où se produit la communication. Guillaume a écrit son article *Le téléphone mobile* pour la revue *Réseaux* en 1994 et sa vision est étonnamment actuelle. Exposant un point de vue prospectif très original à l'époque, Guillaume ajoutait également que « *les citoyens branchés pourront vivre en public leur socialité privée, faire coexister la métrique géographique et celle de leurs proches* »¹⁶⁰.

En ce qui concerne la vie quotidienne et les problèmes liés à la mobilité urbaine, c'est-à-dire, les transports et les distances, l'usage des petits appareils mobiles et surtout d'internet est une vraie solution. Par exemple, pour les gens qui vivent dans une grande ville ayant des problèmes de circulation et d'embouteillages, une réunion par vidéoconférence, ou téléprésence peut être une grande avancée. Cette solution s'applique d'ailleurs depuis assez longtemps et les entreprises travaillent déjà de cette façon, par exemple quand elles ont des dirigeants et des cadres qui se répartissent sur différents pays. Ainsi, les problèmes liés à la mobilité physique qui sont une caractéristique de l'époque contemporaine peuvent être résolus à travers la mobilité virtuelle. De cette façon, comprendre la technologie d'un point de vue

¹⁵⁸ Marc Guillaume, *op. cit.*, p. 30.

¹⁵⁹ « *Sur le plan de la technologie et de l'audiovisuel, l'année 1994 a été marquée par la popularisation des pages web, par l'apparition d'une entreprise permettant de créer et de diffuser des contenus audiovisuels interactifs pour la télévision et pour l'Internet (Lavinia, en Catalogne) et par la création d'une plateforme de courts métrages indépendants sur Internet qui a organisé le premier festival de cinéma en ligne (Zoie Films, Atlanta, États-Unis). De plus, à cette époque le langage audiovisuel devient de plus en plus présent sur Internet par rapport au langage textuel* ». Cf. Cinto Niqui, (*op. cit.*), chap. 2, emplact. 667-674. (Traduction libre de l'espagnol).

¹⁶⁰ *Ibidem*.

pratique et aussi sociologique devient un enjeu déterminant pour que la société puisse en tirer le meilleur parti et accroître son efficacité.

Avec la mobilité virtuelle, certains problèmes d'échange d'informations ont été résolus. Comme le suggère le réalisateur et chercheur Erik Bullot¹⁶¹, les usages sociaux du téléphone mobile représentent une de ses dimensions les plus importantes. Pour lui, tous les événements de contestations sociales et les manifestations publiques récents ont beaucoup bénéficié de la présence de cette technologie, dont l'usage dans l'espace social a permis de disséminer les images et les informations. Les appareils multifonctionnels, surtout le téléphone mobile, tendent à suivre une voie dans laquelle c'est la fluidité de leurs fonctions qui les rend importants.

Toujours quant à cet usage dans des manifestations publiques, Kênia Freitas a affirmé que le téléphone mobile, « *comme appareil d'enregistrement politique est un outil important* »¹⁶². Elle a rappelé aussi que dans certains pays de régime autoritaire, les manifestations populaires sont toujours refoulées, et le plus souvent le gouvernement bloque l'internet afin d'éviter la diffusion d'images et d'informations. Pour tenter d'échapper de ces blocages, la population enregistre des images et essaye d'envoyer des informations en utilisant d'autres ressources, telles que l'Internet à bas débit (avec une connexion RTC). Cette possibilité de mobilité a donc une importance effective du point de vue politique et également social. S'il y a une restriction politique, le téléphone mobile représente une très bonne solution. Dans les situations où les contacts sont difficiles, les technologies qui offrent des mobilités virtuelles sont la clé principale pour ouvrir la porte de la communication et de l'information.

Avant de poursuivre ces réflexions sur la mobilité sociale, virtuelle et physique, nous voulons présenter un film qui illustre les commentaires faits par Bullot et Freitas. Ce film a été intégralement réalisé grâce à l'omniprésence des caméras de téléphone mobile et d'Internet. Il s'agit du documentaire intitulé *Eau*

¹⁶¹ Lors de l'entretien avec le réalisateur et chercheur français Erik Bullot, pour cette thèse, le 5 février 2017 à Paris, en face à face.

¹⁶² Entretien avec Kênia Cardoso Vilaça de Freitas réalisé pour cette thèse, le 27 janvier 2017.

argentée, Syrie autoportrait (cf. Annexe 5) (2014)¹⁶³ réalisé par le cinéaste syrien Ossama Mohammed et la cinéaste syrienne kurde Wiam Simav Bedirxan. En 2011, le réalisateur s'est exilé en France, et il a suivi ce qui se passait dans son pays à travers l'Internet. Ainsi, il ne pouvait que voir son pays et les atrocités de la guerre que sur les réseaux sociaux. Mohammed a commencé à reconstruire une histoire et un film à partir de ces images. Les images publiées sur YouTube, en général par des amateurs, étaient réelles et elles ont plusieurs fois servi d'arme à la population pour montrer ce qui se passait alors en Syrie. La grande majorité de ces images était tournée avec un téléphone mobile, par conséquent la présence de *pixels* est courante dans le documentaire. Ensuite, il a été contacté, sur Internet également, par une « voix », celle d'une jeune syrienne d'origine kurde appelée Wiam Simav Bedirxan (Simav signifie « eau argentée » en kurde) qui lui a posé cette question : *Qu'est-ce que tu filmerais si tu étais à ma place ?* C'est ainsi qu'a commencé l'interaction entre les deux. Simav tournait et devenait ainsi en quelque sorte les yeux et les oreilles de Mohammed. Ses images constituent la deuxième partie du documentaire, et pour Mohammed, ce témoignage en direct et ce partenariat ont parfaitement fonctionné, le film est un récit douloureux et poignant de la réalité dans la Syrie. Il est possible de noter l'émotion et l'espoir de la jeune syrienne lorsqu'ils parlaient par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Toutes ces sources d'images ont été utilisées dans leur documentaire (« *C'est un film de mille et une images prises par mille et un Syriens et Syriennes, et moi.* » dit Ossama dans le générique d'ouverture du film¹⁶⁴) et ce film n'a été rendu possible que grâce aux connexions technologiques ; à notre avis, il s'agit d'un bel exemple des vertus de la mobilité virtuelle.

¹⁶³ Ce film a été présenté en séance spéciale, hors compétition, de la sélection officielle du festival de Cannes en mai 2014 (voir l'article de Jacques Mandelbaum. « *Eau argentée, Syrie autoportrait* » : *mille et une images de Syrie, et un miracle*. in *Le Monde* du 17 mai 2014, disponible en ligne : www.lemonde.fr/festival-de-cannes/article/2014/05/17/eau-argente-syrie-autoportrait-mille-et-une-images-de-syrie-et-un-miracle_4420526_766360.html. Ce film a été diffusé par la chaîne Arte le lundi 15 septembre 2014 (voir l'interview d'Ossama Mohammed faite par la chaîne à cette occasion : « Ossama Mohammed retrace le conflit syrien grâce aux vidéos des réseaux sociaux » [en ligne : <http://creative.arte.tv/fr/episode/ossama-mohammed-retrace-le-conflit-syrien-grace-aux-vidéos-des-reseaux-sociaux>]. Consulté le 18 août 2016.

¹⁶⁴ Les premières minutes du film, bouleversantes, ont été mises en ligne par La SCAM (Société civile des auteurs multimédia) : <https://www.youtube.com/watch?v=17tzItg7ebI>. Le film a reçu une étoile de la SCAM en 2015.

Aujourd'hui, on ne lit pas seulement une nouvelle dans un journal, mais on voit aussi des images vidéo de cette même nouvelle tant à la télévision que sur l'Internet. Grâce aux appareils mobiles, des informations sont envoyées en direct aux réseaux sociaux et aux médias journalistiques. Ce flux d'images est une réalité actuelle, et la grande majorité de ces images provient d'amateurs. Ainsi, le développement croissant de la technologie de ces appareils influe vertigineusement sur notre société, dont, en même temps, les structures traditionnelles comme la famille, la religion, le travail, notamment, connaissent des changements profonds.

Marc Guillaume commente dans son livre *L'empire des réseaux* la prolifération des images, des sons et des textes qui surgissent sur des outils technologiques de plus en plus présents et les « livres dotés d'une encre électronique » qui se sont ajoutés aux autres écrans¹⁶⁵. Dans cette perspective, il observe que le regard contemporain est soumis à diverses images grâce à la puissance de la communication, et c'est un fait de la réalité contemporaine. Par ailleurs, Guillaume a suggéré une relation très intéressante entre l'homme et la machine, puisque « ces nouveaux outils ne changent pas seulement la façon de voir, de percevoir d'une époque, c'est tout le régime de la pensée qui en est bouleversé », et tout ce changement est une « singulière mutation »¹⁶⁶. Ainsi, avec des modes de communication variés, on peut « voir plus, entendre plus et sentir plus »¹⁶⁷, mais avec la technologie la façon de penser contemporaine a changé aussi :

« Toutes ces machines n'arraisonnent plus seulement l'environnement humain mais l'homme lui-même et sa pensée. Tout se passe comme si nos capacités perceptives et intellectuelles voulaient se mettre au niveau des

¹⁶⁵ Marc Guillaume, *L'empire des réseaux*, Paris, Descartes & Cie, 1999, (« Collection Essai »), p. 96.

¹⁶⁶ *Ibidem*.

¹⁶⁷ Selon le compositeur allemand Stockhausen (in Derrick Kerckhove, *A pele da cultura: uma investigação sobre a nova realidade eletrônica*. Lisboa: Relógio d'Água, 1997. p. 126) cité par Vani Moreira Kenki dans son article. Vani Moreira Kenski, « Novas tecnologias O redimensionamento do espaço e do tempo e os impactos no trabalho docente », XX Reunião Anual da ANPEd, Caxambu, setembro de 1997, in *Revista Brasileira de Educação*, n° 8, maio/junho/julho/agosto 1998, p. 63.

machines, commuter comme les hypertextes, court-circuiter les émotions et les rythmes de la lecture, de la mémoire, du regard, de l'imaginaire. »¹⁶⁸

Derrière cette idée de Guillaume, il y a aussi une notion de corporalité dans laquelle la technologie a avancé. Des appareils intelligents sont construits de façon à exécuter certaines actions humaines – des machines, comme les calculatrices, font déjà ce travail – et prendre des décisions, comme dans le cas de projets de robotique ou d'intelligence artificielle. Selon nous, les êtres humains interagissent avec les machines au point de s'entremêler avec elles. Nous reviendrons sur le sujet de la corporalité plus loin dans cette thèse (*cf. Troisième partie, chapitre 1*).

Dans une approche sociologique, les processus sociaux peuvent être « *repensés en fonction des multiples mobilités qu'ils comportent, ainsi que de nouveaux espaces et temporalités* »¹⁶⁹. L'évolution technologique qui a entraîné l'avancement des ordinateurs, d'Internet et surtout des téléphones mobiles est l'un des moteurs de l'actuel modèle social. Ces appareils ont la communication et l'information comme priorités dans leur usage et la mobilité comme caractéristique cruciale de leur évolution technologique. Ainsi, André Lemos a écrit :

« La culture de la mobilité entrelace des questions technologiques, sociales, anthropologiques. Pour la communication, la mobilité est centrale parce que communiquer, c'est déplacer des signes, des messages, des informations, tous les médias (dispositifs, environnements et processus) représentant des stratégies pour transporter des messages qui affectent notre relation avec l'espace et le temps. »¹⁷⁰

La mobilité est la première particularité intrinsèque des appareils technologiques contemporains. Dans la culture mobile, les objets mobiles, et par conséquent les perceptions et les comportements, sont des circonstances sociales.

¹⁶⁸ Marc Guillaume, *op. cit.*, p. 97.

¹⁶⁹ John Urry, *op. cit.*, p. 189.

¹⁷⁰ André Lemos, *op. cit.* p. 28. (Traduction libre du portugais).

Ainsi, ces objets tout au long de leur évolution technologique ont transformé la relation de l'être humain avec le temps et avec l'espace.

2.2.2. L'espace et le temps

Les appareils technologiques actuels ont modifié la façon dont l'être humain comprend et gère le temps et l'espace autour de lui. Depuis longtemps déjà, des concepts issus des sciences de la matière comme le *quantum d'énergie* ou des dimensions de l'infiniment petit comme le *nanomètre* – utilisé dans les nanotechnologies avec des objets comme les nanotubes à l'échelle du nanomètre (10^{-9} m) – ou la *nanoseconde* sont rentrés dans le langage courant et circulent dans les médias grand public. Pour les chercheurs qui étudient les nouvelles technologies et en analysent les usages, l'espace-temps est un aspect particulièrement important.

Actuellement, nous croyons que la mobilité est un style de vie dans une société contemporaine imprégnée de culture mobile. En fait, la technologie offre une capacité de mobilité dans laquelle l'individu peut « être » simultanément dans différents espaces, qu'ils soient publics et privés¹⁷¹, sans avoir besoin de quitter l'endroit où il se trouve. Cette idée est liée à la « *téléprésence* » évoquée plus haut par Christine Buci-Glucksmann (*chapitre 1, 2.2.1 « La mobilité »*). Outre à la communication beaucoup plus efficace, l'individu fait également face au pouvoir de l'information généralisée.

Le flux massifiant de l'information agit sur l'individu, mais surtout sur la collectivité. Ainsi, les images, les normes et les objets transforment les comportements par rapport à autrui. Il est impossible pour l'individu de ne pas être touché par toute cette information sur ce qui se passe autour de lui. Dans cette même

¹⁷¹ D'après Emília Rodrigues Araújo, « A Mobilidade como objecto sociológico », Universidade do Minho - ENCONTROS EM SOCIOLOGIA II - Ciclo de Seminários - « O Público e o Privado na Modernidade Tardia », 13 décembre 2004, p. 2. Cité par Silvio Koiti Sato dans sa thèse. Cf. Silvio Koiti Sato, *op. cit.* p. 80.

idée, Buci-Glucksmann présente dans son livre *Esthétique de l'éphémère*¹⁷² une réflexion très intéressante sur ce flux d'information et de culture qui change profondément la notion du temps qu'a l'individu et qui donne lieu à une esthétique de la fluidité et du transitoire.

Les nouveaux appareils technologiques ont apporté une perception différente du temps. Avec une technologie de l'information qui se multiplie chaque jour, le monde contemporain est devenu plus rapide d'un point de vue sensoriel. C'est le résultat de l'ère postindustrielle où ont changé effectivement les façons de vivre et de penser de la société. L'individu perçoit son contexte et son groupe et la manière dont il se projette par rapport l'environnement autour de lui. Si le contexte change, l'individu change également. Comme l'observe Christine Buci-Glucksmann, « *La mondialisation et le développement des nouvelles technologies ont conduit au passage d'une culture de stabilités à une culture de flux, en modifiant la conscience et la forme du temps.* »¹⁷³. La perception du temps s'est transformée de telle sorte que même la vitesse d'exécution des œuvres musicales a subi des changements substantiels¹⁷⁴.

Ce temps rapide et contemporain « *est une variable essentielle de la production capitaliste – toujours plus et toujours plus vite* »¹⁷⁵. Dans l'expérience personnelle de l'individu, la perception du quotidien est chaque jour plus rapide. L'usage des téléphones mobiles, surtout les multifonctionnels, induisent l'individu à traiter des informations plus rapidement pour être plus efficace. Ainsi, l'exécution de

¹⁷² Christine Buci-Glucksmann, *Esthétique de l'éphémère*. Paris : Galilée, 2003 (*op. cit.*).

¹⁷³ Christine Buci-Glucksmann, *Uma estética do efêmero*. Conférence à Institut Franco-Portugais, de Lisboa, le 16 septembre 2008, Texte consulté le 22 octobre 2008, sur *e-vai*, plateforme portugaise virtuelle pour la communauté des arts plastiques et visuels : <http://www.e-vai.net/content/view/1293/44/>. Cité dans Claudia Lambach, *Cinema de Bolso: Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, Mémoire de master en théorie de la culture visuelle, IADE/ESD - Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2009 (*op. cit.*), p. 72. (Traduction libre du portugais).

¹⁷⁴ « *Le tempo allegro des œuvres musicales du baroque, qui déterminent la vitesse d'exécution rythmique est différent d'un allegro composé par le compositeur allemand Karlheinz Stockhausen (1928-2007). Cet allegro de Stockhausen est plus rapide parce qu'il suit la vitesse que la vie moderne exige de l'être humain. Stockhausen a été le premier avant-gardiste qui s'est consacré intégralement à la musique électronique.* » Claudia Lambach, *Ibidem*. (Traduction libre du portugais).

¹⁷⁵ Christine Buci-Glucksmann, *Esthétique de l'éphémère*. Paris : Galilée, 2003 (*op. cit.*), p. 60.

certaines tâches s'accélère, ce qui se traduit par un gain significatif de temps. La communication et la circulation de l'information entraînent donc effectivement une plus grande mobilité spatiale et une accélération des activités humaines au point de changer les perceptions quotidiennes d'espace et de temps.

Cet effet est sensible dans tous les usages d'appareils mobiles et par conséquent, il va aussi toucher le cinéma de poche. Erik Bullot a ainsi affirmé que les caractéristiques esthétiques des films mobiles sont liées effectivement à la mobilité et à l'immédiateté. Les images sont de basse résolution et même avec les bonnes performances des appareils actuels, on peut remarquer que les images sont souvent encore « pauvres ». Cependant, pour Bullot, ces aspects sont très intéressants pour l'image. Dans les films qui ont été tournés jusque vers 2008, il y avait des problèmes pour produire une image de bonne qualité, ce qui donnait à ces films un caractère plus expérimental, comme nous l'avons déjà mentionné (*cf. la section 1 « Le développement des téléphones mobiles pour la réalisation de films », dans ce chapitre*). De plus, il y avait un autre problème concernant les limites de stockage des données et des images. Ainsi, les films devaient être tournés rapidement et le temps influait véritablement sur la création du réalisateur mobile. Aujourd'hui, la capacité de stockage et la résolution ont augmenté et « on est passé d'un art plus expérimental au début, jusque 2007-2008, à l'utilisation d'une image plus figurative, (...), plus réaliste, (...) où l'on fait un cinéma plus conventionnel »¹⁷⁶. Un autre facteur d'accélération, qui est peut-être le plus important aujourd'hui dans l'usage des appareils mobiles, est la possibilité de diffusion rapide des images sur les réseaux sociaux et sur Internet en général, ce qui change radicalement par rapport au mode de diffusion cinématographique classique.

Maurizio Ferraris note dans son livre *T'es où ? Ontologie du téléphone mobile* que l'objet a changé et par conséquent les *sujets* ont changé aussi. Pour lui, il

¹⁷⁶ Selon Kênia Cardoso Vilaça de Freitas. Entretien réalisé pour cette thèse le 27 janvier 2017, en ligne.

existe une différence concrète entre « être-au-mobile » et « être-au-téléphone »¹⁷⁷. À notre avis, ces expressions révèlent combien la mobilité et le mouvement sont caractéristiques de l'usage de cette technologie. On est « au mobile » toujours n'importe où, par contre on n'est « au téléphone » qu'à certains endroits. L'expression « être-au-téléphone » est souvent attachée à un lieu ou un espace délimité, puisqu'en fait, une personne est liée à un téléphone fixe (ou à un téléphone sans fil qui a une base fixe) lui-même lié à un câble et par conséquent à une prise fixe ou une borne fixe. Par contre, avec le mobile, le chemin est inverse : le réseau est connecté au téléphone indépendamment de sa position géographique (dans la limite de couverture par les opérateurs) et alors cet appareil permet divers types de communication, même si ce téléphone mobile n'est pas multifonctionnel et s'il ne possède que la fonction d'appel téléphonique ou d'envoi de message SMS (en anglais *Short Message Service*).

Pour que les fonctions téléphoniques soient disponibles, il faut également une carte à puce appelée dans certains pays carte SIM (de l'anglais *Subscriber Identity Module*). Cette carte est toujours liée à un opérateur mobile¹⁷⁸, fournisseur d'accès aux services. Pour la connexion à Internet à partir d'un dispositif mobile, il est possible d'utiliser les services payants d'un opérateur et, dans certains lieux publics, tels que musées, salles de concerts, restaurants, gares, parcs, notamment, il est aussi possible de connecter gratuitement le dispositif mobile au réseau Internet.

Donc, ce n'est plus l'utilisateur qui se déplace jusqu'à un endroit où il peut utiliser les fonctions du dispositif mobile, c'est en quelque sorte les fonctions qui viennent à sa rencontre. Les outils de connexion impliquent les espaces, les temps et les usagers dans une même articulation. Ainsi, plusieurs chercheurs font référence dans leurs études sur la mobilité au nomadisme et à l'ubiquité¹⁷⁹.

¹⁷⁷ Maurizio Ferraris, *T'es où ? Ontologie du téléphone mobile*, trad. Pierre-Emmanuel Dauzat, Paris, Albin Michel, 2006, (« Bibliothèque Albin Michel idées »), p. 42.

¹⁷⁸ Voir glossaire.

¹⁷⁹ Corinne Martin, *Représentations sociales du téléphone portable chez les jeunes adolescents et leur famille. Quelles légitimations des usages ?*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Metz, 2004, p. 156 ; et André Lemos, « Cibercultura e mobilidade: a

Parmi les différentes significations que l'on peut trouver du mot nomade, il y en a une qui se réfère justement au contexte des appareils technologiques contemporains. En effet, d'après une édition récente du dictionnaire Le Robert, l'*appareil nomade* est « un objet de taille réduite qui permet la consultation, l'échange d'informations sans être relié à une installation fixe (téléphones, ordinateurs portables, agendas, répertoires électroniques) »¹⁸⁰. Par ailleurs, Corinne Martin relève que « le nomadisme constitue l'un des motifs d'usage, aux côtés du sentiment d'urgence, de l'autonomie et du besoin de sécurité, tels qu'ils sont analysés par les sociologues »¹⁸¹ et c'est aussi pour cela que la culture mobile s'est insérée dans la société contemporaine à travers ces appareils.

Le mot nomadisme renvoie aussi à la quête que poursuit le « nomade » entre certains points connus de lui :

« Le nomade est celui qui passe par les points, qui cherche ce qui se trouve entre eux (Deleuze et Guattari, 1980). Les nouveaux nomades virtuels créent des territorialisations au milieu des mouvements dans l'espace urbain. Les nomades possèdent un territoire, ils suivent des trajets habituels, en passant d'un point à un autre (par exemple, une source d'eau) et ces points n'existent que pour être abandonnés. Ce qui compte, c'est ce qui est entre les points. La vie de nomade est l'intermezzo (Deleuze et Guattari, 1980). Les nomades virtuels cherchent de nouveaux territoires, les territoires informationnels. Ils passent d'un point à l'autre en quête non pas d'eau, de chasse ou de lieux sacrés, mais de lieux de connexion. Ils n'ont pas besoin de transporter leurs effets personnels sur leur dos puisque tout ce dont ils ont besoin est virtuellement sur le réseau. »¹⁸²

era da conexão », in Lucia Leão (org.), *Derivas: cartografias do ciberespaço*, São Paulo: Annablume, 2004, p. 18-19. Disponible en ligne : <https://books.google.com.br/books?id=yzNb9EantGwC>. Consulté le 6 août 2017.

¹⁸⁰ Paul Robert, Josette Rey-Debove et Alain Rey, *Le Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris, Le Robert, 2017.

¹⁸¹ Corinne Martin, *op. cit.*, p. 156. Corinne Martin renvoie pour ce passage à un article de Pascale Krémer « Les sociologues observent à la loupe le « phénomène portable » », *Le Monde*, 25-26 octobre 1998.

¹⁸² Cf. André Lemos, « Cultura da Mobilidade », in *Revista FAMECOS*, vol. 16 / 40, décembre 2009, *op. cit.*, p. 31.

Dans le cas des appareils mobiles, cette quête se produirait à travers la connexion avec les réseaux et sur les territoires de l'information, ces territoires étant le résultat de l'union entre l'espace physique et l'espace virtuel. Urry défend lui que le nomadisme, en tant que métaphore de la mobilité, est « *caractéristique d'une société dé-territorialisée, faite de lignes de fuite et non de points et de nœuds* »¹⁸³.

Lemos observe également : « Nous sommes à l'ère de la connexion. Ce n'est pas seulement l'ère de l'expansion des contacts sous la forme de relation télématique. Cela caractérisait la première phase de l'Internet, celle des « *ordinateurs collectifs* » (CC). *Maintenant, nous avons les « ordinateurs collectifs mobiles » (CCm)* »¹⁸⁴, et ces derniers représentent une évolution des ordinateurs et des technologies nomades, comme les tablettes ou les téléphones mobiles, au XXI^e siècle. De cette façon, le chercheur explique les différentes connexions qui se produisent dans l'usage de la technologie, c'est-à-dire, les relations entre les hommes, les relations entre les hommes et les machines et finalement les relations entre les machines. Ceci est le résultat du nomadisme contemporain et également de l'ubiquité (3G, Wifi, etc.). Pour nous, le nomade contemporain est lié à la mondialisation dans laquelle il est confronté à un espace et un temps transformés.

L'ubiquité est la possibilité d'être présent à plusieurs endroits simultanément. De fait, les appareils et les ordinateurs sont omniprésents dans la vie quotidienne contemporaine. Les ondes et les signaux de la radio, de la télévision, de l'Internet, et des communications mobiles sont (presque) disponibles partout et à tout moment. Cette omniprésence permet en quelque sorte l'ubiquité à l'individu contemporain. L'ubiquité, l'existence de réseaux sociaux et les interconnexions dans la société contemporaine sont fondamentalement liées à la technologie mobile. Dans

¹⁸³ John Urry, *op. cit.*, p. 41.

¹⁸⁴ André Lemos, « Cibercultura e mobilidade: a era da conexão », in Lucia Leão (org.), *Derivas: cartografias do ciberespaço*, São Paulo: Annablume, 2004, *op. cit.*, p. 19. (Traduction libre du portugais). Lemos renvoie dans son article à l'ouvrage de Gilles Deleuze et Félix Guattari, *Mille plateaux. Capitalisme et Schizophrénie*. Paris : Les Éditions de Minuit, 1980.

la culture mobile, les individus sont liés à d'autres individus et à différentes informations, à tout moment et partout, grâce également à l'internet mobile.

Maurizio Ferraris pose la question de l'ubiquité et il pose aussi celle de l'individualité. Selon lui, un individu peut être trouvé partout, ce qui renvoie à la notion d'ubiquité, et le contact peut être établi exclusivement avec cet individu, ce qui renvoie donc à la notion d'individualité. Pour Ferraris, en général, une personne ne peut pas répondre à un appel sur le téléphone mobile d'une autre sans que celle-ci le sache, car c'est une propriété individuelle. Ferraris suggère également que les appareils mobiles sont de vrais objets individuels en les comparant notamment à un objet très personnel de la vie de tous les jours qui est une brosse à dents :

*« employer le mobile d'un autre, ne fût-ce que pour répondre, c'est une question de familiarité, de confiance, presque d'intimité (c'est comme utiliser la brosse à dents de quelqu'un d'autre ou, vu qu'il est plein de données, fouiller dans un sac ou un tiroir). »*¹⁸⁵

Ainsi il considère que le téléphone mobile est un objet « nôtre », essentiellement privé.

Conclusion du *Chapitre 1*

L'histoire de l'évolution de la téléphonie mobile montre un développement continu de la technologie et une consommation en forte croissance. Les appareils de téléphonie mobile jouent maintenant le rôle de véritables « ordinateurs » de poche, dans le sens où ils offrent, outre les fonctions de communication téléphonique, des fonctions équivalentes aux ordinateurs personnels (portables ou de bureau). Le développement des téléphones mobiles a favorisé non seulement la vie quotidienne de leurs utilisateurs, mais aussi les arts visuels. La préoccupation de l'industrie de la

¹⁸⁵ Maurizio Ferraris, *op. cit.* p. 42-43.

téléphonie mobile au long de ce son histoire d'optimiser les appareils est évidente. Les premiers téléphones mobiles avec caméras, en 2005, présentaient des problèmes importants dans la définition de l'image, dont certains ont déjà été résolus aujourd'hui. Cependant, ces problèmes ne sont pas considérés négatifs en soi par certains réalisateurs mobiles, mais plutôt vus comme des éléments de leur expression artistique. Par ailleurs, d'autres réalisateurs mobiles profitent au maximum de cette technologie pour leurs projets artistiques et économiques.

Avec le développement des appareils médiatiques (téléphones portables, smartphones, tablettes, caméras, appareils-photos, microphones, et autres dispositifs) qui visent l'automatisation de la réception, de la production, de la distribution et de la consommation de l'information, surgissent des concepts importants et novateurs autour de cet univers mobile dans divers domaines, dont celui de la création artistique. En fait, les images provenant des équipements numériques marquent le début d'un nouveau rapport avec le visible.

Ainsi, dans une société contemporaine dominée par les technologies, il est intéressant de remarquer que l'usage d'appareils mobiles fait émerger de vieilles habitudes comme réaliser des autoportraits, à l'instar des *selfies*. Ce qui a changé dans la société contemporaine, c'est l'accès des *selfies* aux réseaux sociaux et par conséquent l'exposition de l'image. Cela démontre la nécessité que les personnes ont d'être perçues par leur « tribu » et aussi approuvées par elle, surtout les adolescents. Du point de vue de l'image, les *selfies* ont aussi favorisé l'introduction du format vertical pour le cinéma mobile, qui est un format très différent de celui des images du cinéma créé à partir de caméras conventionnelles.

Dès 2005, la culture mobile s'est imposée à travers les images de poche. Depuis cette époque, ont été créées des expressions et des articulations nouvelles liées aux moyens technologiques mobiles. L'immense quantité d'images mobiles en circulation en font une véritable expression sociale. Il est important d'observer que le téléphone mobile s'est inséré dans le domaine des arts comme un objet de création artistique, et de nombreuses images produites à partir des mobiles sont vraiment innovantes. Ainsi, on peut espérer que l'évolution technologique des appareils pourra

stimuler la créativité mobile en favorisant de nouvelles formes originales de création, des questions sur lesquelles nous réfléchirons dans le prochain chapitre sur la créativité de la culture mobile à travers le cinéma de poche.

Chapitre 2 - Quand le téléphone mobile invente un cinéma de création

La création mobile est la capacité qu'un individu a de découvrir une solution artistique originale à partir des appareils mobiles dont il dispose, tels que le téléphone mobile. Cependant, il y a un point important à considérer dans ce contexte de la création artistique à travers la technologie mobile. Il s'agit de la mimesis imagétique. Avec la démocratisation des caméras et le grand volume d'images produites qui en découle, on remarque qu'il existe une prédisposition à la répétitivité de ces images. Plusieurs facteurs peuvent y contribuer, sociaux, économiques et aussi technologiques. Quant à ce dernier aspect, on sait que les images produites par les caméras numériques sont le résultat d'un logiciel préalablement mis au point. Ainsi, selon Vilém Flusser, cette perspective peut être négative pour la création artistique, car l'artiste risque de faire des images déjà planifiées par d'autres au moment de la construction de l'appareil, ce qui caractérise aussi la répétition. De cette façon, la création artistique à partir de la technologie mobile tend malheureusement à être mimétique.

Ainsi, selon la théorie « flusserienne » l'idéal pour pousser encore plus loin la création contemporaine est de découvrir « les secrets de l'appareil ». De plus, pour Flusser, la liberté de création artistique ouvre de nouvelles portes à l'image, à l'artiste et à l'industrie cinématographique. Une autre solution pour impulser cette création, serait une formation formelle tournée précisément vers la création numérique. Nous croyons que cet aspect est aussi lié à la théorie de Flusser et il alimentera nos réflexions pour les questions posées dans ce chapitre, à savoir : dans quelle mesure le cinéma de poche peut-il être un champ d'exploration pour la création d'images ? Combien les études sur la créativité sont-elles importantes pour notre recherche sur le cinéma de poche ?

1. La technologie dans le domaine artistique

« Dans les années 1980 a débuté ce que Frank Popper a appelé la véritable rupture par rapport aux inventions artistiques produites dans les décennies précédentes. Cette rupture a entraîné une intensification des propositions artistiques en vertu de l'interférence des nouvelles technologies, en particulier l'ordinateur, les télécommunications et l'audiovisuel, tous déjà présents dans la vie quotidienne. Depuis lors et jusqu'à aujourd'hui, nous pouvons dire que nous vivons un moment de changements importants, résultant d'une transformation numérique qui permet de convertir du texte et des images, ou un autre langage comme l'audio et la vidéo, et de les transmettre sous forme de données n'importe où dans le monde. Pour Popper, ces changements qui dérivent d'une révolution, transforment les arts visuels de façon décisive dans le sens où de « nombreuses créations artistiques ne peuvent plus passer sans calculs et systématisation ». »¹⁸⁶

La rupture que Frank Popper a mentionnée n'a certainement pas été la seule rupture vécue dans l'histoire des arts visuels, d'autres ruptures ont eu lieu, certaines plus significatives que d'autres. Dans certaines circonstances où le changement réside dans la technologie des appareils, ces ruptures se produisent grâce à l'apparition de nouveaux outils. Aujourd'hui, lorsqu'on regarde une œuvre d'art numérique, on doit prendre en compte aussi la présence des médias, de l'informatique et des technologies de l'information.

Le domaine spécifique du cinéma, qui a toujours été étroitement lié aux innovations technologiques et qui est aussi une technologie, a toujours été très influencé par les changements liés à l'apparition de chaque nouvelle caméra. De plus, quand un nouvel appareil apparaît, un nouvel usage qui peut permettre des exploitations créatives pour la cinématographie lui est souvent associé.

¹⁸⁶Claudia Lambach, *Cinema de Bolso: Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, Mémoire de master en théorie de la culture visuelle, IADE/ESD - Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2009. (*op. cit.*). Cf. POPPER, Frank, « As Imagens Artísticas e a tecnociência (1967-1987) », in André Parente (org.) *Imagem-maquina: era das tecnologias do virtual*, trad. Ivana Bentes, Rio de Janeiro, Editora 34, 1999, p. 201-213 (Traduction libre du portugais). Frank Popper est un théoricien de l'art franco-britannique qui a été professeur à l'université Paris VIII où il a dirigé le Département d'Arts Plastiques.

Pour la chercheuse Anna Flávia Lesnovski¹⁸⁷, le processus de rupture qui a eu lieu dans le monde du cinéma a commencé lorsque les réalisateurs ont opté pour l'utilisation de caméras moins chères, portatives, et donc, plus accessibles. Ainsi, on est passé par les caméras 16mm, les caméras Super-8¹⁸⁸ (avec des pellicules également plus petites¹⁸⁹), par la vidéo analogique, la vidéo numérique, pour arriver aux caméras des téléphones mobiles. Ces caméras plus accessibles ont permis aussi d'autres méthodes, d'autres types de production plus intimes et d'autres économies de production. Quant aux méthodes de production, Lesnovski a affirmé que chaque caméra induit dans son mode d'utilisation des relations différentes avec le réalisateur. En fait, certaines caméras sont si proches physiquement de la personne que Lesnovski a les appelées « caméras vestimentaires » (*wearable camera*). De cette façon, surgissent certains concepts par rapport à la corporalité et à la technologie, comme nous le verrons plus tard (cf. la Troisième partie de cette thèse).

¹⁸⁷ Lors de l'entretien réalisé avec la chercheuse brésilienne Ana Flávia Lesnovski, le 19 janvier 2017, en face à face.

¹⁸⁸ La société Kodak a lancé, d'abord aux USA (au printemps 1965) puis en France (à l'automne de la même année), un nouveau format de pellicule destiné aux amateurs ainsi que le matériel nécessaire à son utilisation (caméras et projecteurs) : le Super-8. Cf. Bernard Germain, « Madame Kodak contre l'amateur, ou les conquêtes du super-8 », in *Le cinéma en amateur*, éd. Roger Odin, Paris, Seuil, 1999, p. 171-189, p. 171.

¹⁸⁹ Selon Roger Odin le format 16 mm « est plus ou moins professionnel (moins professionnel que le 35 mm mais plus professionnel que le Super-8) on subit plus ou moins de contraintes, etc. », cf. Roger Odin, « La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion », in Odin, Roger, (éd.). *Le cinéma en amateur*, éd. Odin, Roger, Paris, Seuil, 1999, p. 47-84, p. 47. « **16 MM. a- Format.** Film réduit lancé par Kodak et Victor en 1923 à destination du public amateur. Il est devenu depuis le format substandard [16mm]. L'image inscrite sur le film est de 7,5 x 10, 4 mm, l'image projetée de 7,21 x 9, 65 mm. Avec le progrès des émulsions, de plus en plus fines et performantes, le 16 mm a conquis dès les années 1930 la petite exploitation puis est devenu, de 1950 à 1980, le format principalement utilisé par la télévision. [...] Le 16 mm était également utilisé comme format de prise de vues pour des productions économiquement modestes. L'image pouvait être ultérieurement « gonflée » au format standard. On préfère employer, dans cette dernière hypothèse, le Super 16 qui récupère au profit de l'image la surface de la bande sonore (image inscrite de 7,21 x 12, format 1 x 1,66). », in Vincent Pinel, *Dictionnaire technique du cinéma*, Paris, Armand Colin, 2008, p. 254. « **8 MM. a- Format.** Film réduit destiné au public amateur et lancé en 1932 par Kodak. Le champ enregistré était de 3,51 x 4,80 mm, le champ projeté de 3,28 x 4,37 mm. Synonyme : 8 [...] Le rapport de la surface utile à la surface totale de la pellicule était très médiocre compte-tenu de la disproportion des perforations. Kodak remédia à cet aspect en lançant en 1965 le Super-8 aux perforations plus étroites. » *Ibidem*, p. 142. Il y a encore les formats 9,5 mm, 17,5 mm, 35 mm, 70 mm, 65 mm, notamment.

De plus, le cinéma traditionnel est un « art de collaboration ». La production d'un film est organisée avec la participation d'une équipe et ne peut être faite qu'en groupe. Cela explique pourquoi l'industrie cinématographique est structurée de façon à ce que la production soit exécutée collectivement. Toutes les étapes, telles que la production avec ses hiérarchies et ses fonctions, font partie des étapes du cinéma traditionnel. Pour Lesnovski, la *machine*, dans le sens de l'outil mais aussi de l'organisation, établit sa méthodologie. De plus, cette *machine*, surtout du point de vue organisationnel, est chère et exige une équipe spécialisée.

Pour le cinéma de poche, la méthode de création est tout à fait différente, et selon Lesnovski, il s'agit là d'une caractéristique du cinéma de poche. La caméra mobile – et surtout sa technologie – favorise la création artistique et influence directement le film. Ce qui est intéressant est la façon dont l'appareil joue sur le rapport de l'utilisateur à l'image. Il s'agit d'une autre relation entre la caméra et l'individu qui se répercute aussi sur certains comportements sociaux, par exemple, la massification des *selfies*, ou l'usage de caméras « incorporées » au corps de la personne qui filme, comme on peut l'observer avec l'usage des caméras *GoPro*.

Cependant, une bonne utilisation de la technologie des petites caméras peut se révéler fondamentale pour la création mobile. En fait, si la caméra et sa technologie sont bien mises à profit pour la réalisation d'images, on aura un film au moins instigant. C'est le cas du film *SpaceBalloon* (voir la fiche technique du film aux annexes) qui a été réalisé en 2010 avec une *GoPro* par le réalisateur nord-américain Luke Geissbühler et son fils Max, de 7 ans, qui a été l'instigateur de ce projet. La caméra *GoPro* et un iPhone4 ont été attachés à un ballon de météo. Ce mobile était muni d'une application GPS gratuite pour que les deux appareils puissent être retrouvés après l'atterrissage. Ainsi, le ballon avec les appareils a été lancé vers le ciel et a atteint la stratosphère, à plus de 30 kilomètres de hauteur. Le résultat est incroyable. En fait, la petite caméra a pu filmer tout ce qui se passait durant son parcours. À l'altitude à laquelle la caméra est parvenue, elle a permis de capter la courbure de la terre et l'obscurité de l'atmosphère supérieure. Le projet qui ne comptait que l'aide du frère de Luke Geissbühler, un physicien qui a calculé tout le projet, a été un succès.

Finalement, le ballon s'est percé et est tombé au sol avec les appareils qui lui étaient attachés en toute sécurité grâce à un petit parachute. La caméra a été retrouvée ensuite grâce au GPS du téléphone mobile et donc grâce aussi à internet¹⁹⁰.

Nous ne pouvons donc pas laisser de considérer l'influence que la technologie du téléphone mobile exerce sur la culture mobile. Et nous nous posons les questions suivantes : Dans quel mesure l'influence de la technologie est-elle effectivement importante pour la création artistique contemporaine ? L'image mobile est-elle vraiment créative ? Pour ce faire, nous examinerons les changements que la « révolution mobile » a apportés à notre culture à partir de certaines réflexions sur l'usage massif de la technologie mobile et ses enjeux, et sur certaines théories qui analysent la créativité.

1.1. Les images mobiles mimétiques

Il existe un ensemble de sens différents du mot *mimésis*, qui a déjà été largement discuté sur le plan technique et philosophique. Cependant, notre objectif n'est pas d'entrer dans un débat plus profond sur la signification de la mimésis. Ce qui nous intéresse maintenant est le point de vue sur la création mobile à partir du processus répétitif des images mobiles qui est souvent la conséquence d'une mimésis sociale. De nos jours, il s'agit d'un comportement très répandu du fait de l'usage des téléphones mobiles.

Selon Roberto Diodato dans son livre *Esthétique du virtuel*, « La mimésis se situe au carrefour de la reproduction mécanique et de la représentation créatrice, en traversant les significations de ressemblance et d'expression, de simulation et d'assimilation »¹⁹¹. En fait, pour Diodato, la mimésis actuelle implique l'homme dans ses différentes dimensions, la technologie, ainsi que les ressemblances et les

¹⁹⁰Sam Grobart, « D.I.Y. Space Program: Weather Balloon Takes a Trek to the Stratosphere », *The New York Times*, 12 octobre 2010.

¹⁹¹Roberto Diodato, *Esthétique du virtuel*, trad. Hélène Goussebayle, Paris, Vrin, 2011, p. 63.

différences entre les sociétés et les cultures. Il considère que la dernière mutation de la mimésis réside dans le corps virtuel.

Aujourd'hui, les relations mimétiques se produisent aussi dans l'environnement des réseaux sociaux. Ainsi, on observe une multitude d'images grâce à la possibilité de la production et de la reproduction numérique. Dans le monde virtuel, il existe également une mimésis sociale tout comme dans le monde non-virtuel, où l'individu continue à s'identifier avec l'autre. Dans cette perspective, rien n'a changé avec la technologie mobile. En fait, ce sont les outils qui ont changé. Et ici, c'est la technologie qui a favorisé la mimésis sociale contemporaine.

1.1.1. La mimésis sociale

Pour comprendre les images mimétiques du point de vue des images numériques de poche, il faut comprendre la mimésis sociale. Selon l'hypothèse de Gunter Gebauer et Christoph Wulf, « *Dans l'agir mimétique, un individu produit son propre monde, mais il se réfère pour cela à un autre monde qui est déjà là – en réalité ou en représentation.* »¹⁹². Ainsi, il existe une caractéristique très active du processus de la mimésis dans la société : parfois un groupe est une référence pour l'individu, et à d'autres moments, ce même individu est une référence pour le groupe. Il s'agit d'un échange mutuel et dynamique. Ceci s'explique par le fait que l'individu s'intègre à l'autre à travers des valeurs et des comportements, et il a la certitude que ses actions sont correctes si elles sont compatibles avec son « milieu ». Ces comportements peuvent concerner différents niveaux de relation d'un point de vue plus particulier, mais aussi d'un point de vue général comme : les comportements qui distinguent les hommes et les femmes, les comportements ethniques, certains comportements qui différencient la culture des jeunes et la culture des adultes, les comportements de tribus, ou même les comportements caractéristiques de chaque profession,

¹⁹²Gunter Gebauer et Christoph Wulf, *Jeux, rituels, gestes : les fondements mimétiques de l'action sociale*, Paris, Anthropos, 2004, 298 p., (« Anthropologie »), p. 2.

notamment. Parmi les pratiques les plus mimétiques dans la société contemporaine, il y a celles que l'on observe sur les réseaux sociaux, par exemple, les *selfies*, ces images étant un « mot de passe » pour être inséré dans un groupe. Pour Gebauer et Wulf, la mimétique se développe dans l'agir social, c'est-à-dire, « comment *les personnes se conduisent* physiquement, *comment elles se meuvent*, *quels gestes elles manifestent*, *quels rituels elles accomplissent*, *comment elles jouent leur jeu*. »¹⁹³. Par ailleurs, la mimésis est aussi un concept relevant de l'esthétique, car la référence à partir de laquelle le rapport mimétique a lieu est produite à l'aide des sens, esthétiquement, et si l'acte mimétique a un caractère démonstratif et représentatif, sa réalisation produit des qualités esthétiques qui lui sont propres¹⁹⁴, un phénomène dont la culture mobile participe très effectivement.

Les images qui circulent à travers les médias et les réseaux sociaux servent aussi de modèles de références de comportement social. Il est intéressant de noter la réelle importance de l'image pour notre société qui est pleine de représentations « imagétiques » de différents types, synthétiques ou non. De plus, l'individu ne veut pas seulement ressembler à l'autre, il veut aussi ressembler à l'image qu'il a de l'autre. Et cette image le fait bouger et le transforme.

Dans une société régie par des modèles sociaux préétablis, on peut se demander ce que devient l'imprévisible, la liberté et surtout la créativité. Selon Gebauer et Wulf, la créativité que permet la mimésis réside dans la capacité de produire de nouvelles relations avec d'autres mondes « *de sorte que des signes qui fondent l'appartenance à une famille soient trouvés* »¹⁹⁵. Il nous semble qu'il s'agit d'une mimésis libre et créative mais qui est aussi contrôlée et dépendante des similitudes. Dans la création artistique, la mimésis se manifeste dans ce contexte où l'expérience créative est toujours liée à l'expérience des relations humaines¹⁹⁶.

¹⁹³*Ibidem*, p. 5.

¹⁹⁴*Ibidem*, p. 10.

¹⁹⁵*Ibidem*, p. 9.

¹⁹⁶ La mimésis devient sensible dans les discussions sur la représentation corporelle des autres personnes, dans le cas de la danse, de la musique et du théâtre, et dans la représentation par l'écriture

Nous vivons dans une époque où tout est transformé en image, grâce aux évolutions technologiques et à la facilité d'achat des caméras domestiques. Selon Gebauer et Wulf,

*« Les images sont mixées, échangées contre d'autres et se réfèrent mimétiquement à d'autres. On en extrait des éléments pour en faire un nouveau montage ; les images fractales fabriquées constituent à chaque fois une nouvelle entité. Des images différentes se ressemblent à cause de leur forme unidimensionnelle et de leur caractère électronique et miniaturisé, malgré les distinctions de leur contenu. Elles participent à la profonde transformation mimétique des mondes d'images d'aujourd'hui ; elles désagrègent les choses et les transposent dans un monde de l'apparence. De plus en plus, des images produites n'ont pour référence qu'elles-mêmes. Finalement, tout devient art, un jeu d'images qui ne se rapportent plus à rien, qui ne sont pas non plus des modèles et qui ne ressemblent plus qu'à elles-mêmes. »*¹⁹⁷

Le processus de références mutuelles entre les images entraîne souvent une action répétitive. Par contre, on ne peut pas affirmer que toutes les images mobiles sont des imitations les unes des autres, mais on doit reconnaître l'existence d'un grand nombre d'images répétitives, en partie du fait que les images numériques sont faciles à transformer avec des logiciels. De plus, l'acte mimétique actuel est contesté quand on attend de la création artistique numérique une image totalement nouvelle, et dans ce cas, il y aura toujours un rejet avant qu'elle ne soit acceptée.

Pour finir, les auteurs ont conclu que la généralisation de la mimésis signifierait sa disparition. Ce qui entraînerait probablement une révolution pour la société et effectivement un problème pour la création artistique. Cette conclusion est très intéressante, principalement si l'on considère que la mimésis est l'inverse de la création.

ou la création artistique. Gunter Gebauer et Christoph Wulf, *Mimésis culture - art - société*, Paris, Ed. du Cerf, 2005, p. 13.

¹⁹⁷*Ibidem*, p. 493.

Vilém Flusser observe aussi cette situation à partir de la relation entre l'homme et la technologie. Pour lui, les images mimétiques sont le résultat d'une technologie dominante dans une société dominée. De plus les usagers, que Vilém Flusser appelle *fonctionnaires*¹⁹⁸, sont programmés pour appuyer en permanence sur le bouton de l'appareil, et la société est entraînée pour exécuter ce geste simple. Cela résulte en ce qu'il appelle la « *photomanie* », un phénomène qui signifie un éternel retour d'images toujours très semblables, qui fait aussi que le photographe se sente « *aveugle* » en l'absence de l'appareil. Le photographe a alors un point de vue dans lequel existe une relation de dépendance et il ne va regarder l'objet à photographier qu'à partir de la lentille de la caméra. Ainsi, Flusser dit que

*« Désormais, le photographe ne pourra regarder le monde qu'à travers l'appareil. Sa vision du monde sera alors programmée, et indépendante de sa position individuelle, sociale, culturelle ou géographique. Tous les photographes amateurs du monde entier auront une vision identique du monde. « Culture de masse ». C'est à dire démocratie post-industrielle. »*¹⁹⁹

Il ne s'agit plus ici d'un rapprochement social comme nous l'avions suggéré dans les paragraphes précédents. Pour Flusser, ce qui aujourd'hui domine le monde, c'est la machine, et ceci explique la culture de masse. De cette façon, Flusser a justifié l'existence d'images répétitives produites à partir des appareils photo. Nous transposons ces théories à la culture mobile dans laquelle l'acte de se faire un autoportrait est devenu répétitif, ce qui se manifeste par la massification des *selfies*.

Il y a de plus actuellement une tendance de transformer toutes les expériences en images. L'accès facilité à des technologies évoluées comme la télévision, l'ordinateur, les tablettes et les téléphones mobiles, favorise la

¹⁹⁸ Vilém Flusser a défini le *fonctionnaire* comme un « *homme jouant avec des appareils et agissant en fonction de ces derniers* ». Cf. Vilém Flusser, *Pour une philosophie de la photographie*, Strasbourg, Circé, 1996, p. 91.

¹⁹⁹ Traduction libre du portugais. Vilém Flusser, « *Da democratização da fotografia* », in *Iris*, n° 359, São Paulo, 1983, p. 8. [En ligne : <http://www.flusserbrasil.com/art329.pdf>]. Consulté le 24 septembre 2017.

dissémination et l'usage par tous de l'image. Ainsi, l'accessibilité aux technologies est grandement responsable de la massification des images.

1.1.2. La mimésis et la création mobile

Au cours de l'entretien qu'elle nous a accordé, Laurence Allard²⁰⁰ a relevé des aspects cruciaux pour la culture mobile en ce qui concerne la créativité et les images mimétiques, en particulier l'importance de l'usage des applications mobiles pour la création (*cf.* la section 1.3.2 *Les applications* au Chapitre 1 de la 1^{ère} Partie de la thèse). Allard a ajouté également que l'usage banal des appareils mobiles pour la culture contemporaine est vraiment innovant. En fait, avoir une caméra mobile comme seule alternative pour la réalisation du cinéma de poche est intéressant pour la culture mobile. Et on peut observer que pour presque tous les réalisateurs mobiles qui ont été interviewés pour cette thèse, la caméra mobile était la seule option pour la réalisation de leurs films. Ainsi, ils ont eu des expériences de création avec leurs téléphones mobiles en recherchant toujours des solutions originales pour la réalisation de leurs projets. Dans ces situations, il est très courant qu'apparaissent certaines possibilités très créatives pour la résolution des problèmes qui se présentent, qu'ils soient esthétiques, techniques ou économiques, notamment.

Ainsi, pour Allard, aujourd'hui, la création mobile est innovante si elle vérifie l'un de ces deux points fondamentaux : l'usage banal et la création à travers des applications. Mais pour elle, la confrontation du cinéma traditionnel avec le cinéma de poche n'est pas intéressante pour la création mobile. Ainsi, si l'on compare les images que les deux cinémas produisent dans un même niveau, on est confronté à la question des images répétitives du cinéma de poche, et on risque, selon Allard, de considérer que « *ce serait souvent très mimétique* ». Et plus, d'un point de vue

²⁰⁰ L'entretien avec Laurence Allard pour cette thèse a eu lieu le 21 novembre 2016 à Paris, en face à face.

esthétique, le cinéma de poche est un autre cinéma, fait avec une caméra du téléphone mobile.

Par contre, on peut dire également que grâce au rapprochement de ces deux domaines, des aspects importants du cinéma de poche, tels que la technologie miniaturisée en pleine évolution, les diffusions sur le *web* et les petits budgets, peuvent être mis à profit dans le cinéma traditionnel. Selon Ana Flávia Lesnovski²⁰¹, le budget est toujours un problème pour la production d'un film. Ainsi, toutes les possibilités d'économiser dans la production sont toujours bienvenues.

À notre avis, l'industrie cinématographique a déjà absorbé l'usage de la caméra mobile, en conséquence de quoi certaines caractéristiques du cinéma de poche sont également absorbées par le cinéma traditionnel, et influent directement la créativité des cinéastes. Cela nous semble une évolution naturelle.

1.2. La créativité

Avant d'entrer dans le vif du sujet de la liberté de création, nous voulons réfléchir à quelques concepts importants de la créativité et du processus créatif. Nous discutons ces concepts à deux moments dans cette thèse. Ici tout d'abord, quand nous examinons la créativité du réalisateur mobile et le contexte du cinéma de poche, par exemple, l'influence de sa technologie sur l'image mobile. Et ensuite, dans un autre moment de la thèse, nous traiterons de l'intégration de l'artiste de poche dans l'industrie de la téléphonie mobile par l'intermédiaire de sa créativité (*cf. Deuxième partie, section 3.2. « Expressions artistiques : axe stratégique du développement technologique contemporain »*). Nous allons maintenant prendre tout simplement en considération la créativité de l'artiste qui fait usage de la technologie du téléphone mobile pour son activité de création.

²⁰¹ L'entretien avec la chercheuse brésilienne Ana Flávia Lesnovski pour cette thèse a eu le 19 janvier 2017 à Curitiba, au Brésil, en face à face.

Bien que divers ouvrages soient consacrés à la définition de la créativité, ils ne sont pas selon nous parvenus à la définir avec précision. En revanche, nous ne pouvons pas nous abstenir de faire observer d'importantes réflexions sur ce sujet. Il existe en effet des concepts intéressants et qui répondent bien à nos perspectives par rapport à l'expressivité artistique de la culture mobile.

Selon Freud, par exemple, quand les artistes créent, ils montrent en général leurs désirs inconscients. Ainsi, notre inconscient s'exprime par l'intermédiaire de codes, c'est-à-dire, par images et par métaphores²⁰². D'autres théoriciens²⁰³ s'intéressent dans leurs recherches au rôle de l'intelligence, de l'émotion et de l'inconscient dans la pensée créatrice. Ainsi, les chercheurs ont commencé à tracer le profil d'une personne créative afin de développer des méthodes de recherches. Au fil des ans, les questions sociales, culturelles et historiques ont été prises en compte également comme des aspects-clés pour la recherche sur la créativité. Dans les années 90, ont surgi quelques théories privilégiant l'intelligence, l'intellect, la connaissance, la personnalité, la motivation et le contexte environnemental²⁰⁴.

À partir du point de vue de l'esthétique, Olivier Revault d'Allonnes a considéré des questions importantes sur la création et la liberté. Dans les premières lignes de l'introduction de son livre *La création artistique et les promesses de la liberté*²⁰⁵, il a décrit ce qu'est la création, et compare l'acte de création avec une œuvre de Marc Chagall²⁰⁶,

« *La création est, comme l'indique la lithographie de Chagall, chose pluraliste, multiforme, bariolée. Elle suppose l'existence en puissance, déjà*

²⁰² « *Inspiré par ces recherches, une approche psychodynamique de la créativité est développée par des auteurs tels que Kris (1952) ou Kubie (1958).* », in Todd I Lubart, Christophe Mouchiroud, Sylvie Tordjman [et al.], *Psychologie de la créativité*, Paris, Armand Colin, 2015, p. 20.

²⁰³ Comme Théodule Ribot, *Essai sur l'imagination créatrice* (1900). Un fac-similé de l'édition de 1900 a été récemment publié par L'Harmattan, Paris, 2007.

²⁰⁴ Eunice Soriano de Alencar et Denise de Souza Fleith, « *Contribuições Teóricas Recentes ao Estudo da Criatividade* », *Psicologia : Teoria e Pesquisa*, vol. 19, janvier 2003, p. 1-8, p. 1.

²⁰⁵ Olivier Revault d'Allonnes, *La création artistique et les promesses de la liberté*. Paris, Éditions Klincksieck, 1973.

²⁰⁶ *La création*, lithographie originale. (Collection particulière – DR).

*quelque part dans l'ombre, de ce à quoi elle va donner l'être en acte : homme, femme, oiseaux, poissons, fleurs et trompettes. L'acte de création serait alors une mise en lumière, ou une illumination, et l'œuvre serait une virtualité promue à être grâce à un certain éclairage. »*²⁰⁷

Cette description poétique et subjective nous rappelle que la création n'est jamais dépourvue de sensibilité, ni d'imagination, à notre avis, deux points importants dans son essence. Parmi ces points importants, nous incluons aussi le contexte environnemental, le style d'intellectualité, la connaissance, la motivation, l'individualité, mais aussi, la société, la culture et la liberté.

Cependant, il existe des théories, comme par exemple la théorie *Gestalt*²⁰⁸, selon lesquelles le processus créatif n'est rien d'autre qu'une solution qui surgit comme une réponse à un problème²⁰⁹, un phénomène connu aussi comme *insight* qui, selon sa définition originelle en anglais²¹⁰, signifie la perspicacité, l'aperçu et l'idée. En fait, il s'agit d'un moment dans le processus créatif. D'après la chercheuse Ivana S. Marková, l'*insight* peut être compris « *comme la réorganisation d'une situation particulière par une compréhension des rapports fonctionnels particuliers entretenus par les éléments* »²¹¹. C'est une recherche menée avec des chimpanzés²¹² afin de découvrir la manière dont l'animal perçoit une situation déterminée et réagit, qui a permis de parvenir à la conclusion que les éléments d'une situation peuvent être

²⁰⁷ Olivier Revault d'Allonnes, *op. cit.*, p. 5.

²⁰⁸ « *La théorie de la Forme (Gestalttheorie) est à la fois une philosophie et une psychologie. D'une part, elle introduit les notions de forme ou de structure dans l'interprétation du monde physique comme dans celle du monde biologique et mental ; elle établit la parenté de faits que les conceptions traditionnelles séparent et fonde sur ces rapprochements une philosophie moniste de la nature. D'autre part, elle applique ces mêmes notions, dans le domaine spécial de la psychologie, à des problèmes précis et concrets.* » Paul Guillaume, *La psychologie de la forme*, Paris, Flammarion, 1992 (1^{ère} éd. 1937), (« Champs »), p. 5.

²⁰⁹ Eunice Soriano de Alencar et Denise de Souza Fleith, *op. cit.*

²¹⁰ Claude Nimmo, *Harrap's unabridged dictionary. [Dictionnaire Harrap's]*, vol. 1, Paris, Larousse, 2014.

²¹¹ Ivana S Marková, *L'insight en psychiatrie*, trad. Nematollah Jaafari et al., Rueil-Malmaison, Doin, 2009, p. 40.

²¹² Marková cite l'ouvrage de Wolfgang Köhler, *Intelligenzprüfungen an Anthropoiden*, 1917. Une seconde édition révisée est parue en 1921 puis a été traduite en anglais sous le titre *Mentality of Apes* (1925), et en français sous le titre *L'intelligence des singes supérieurs*. Paris, Félix Alcan, 1927.

perçus de différentes façons et que la « réorganisation » fait partie du processus de la perception²¹³ et aussi, à notre avis, du processus créatif.

Parmi de nombreuses définitions relevant de la psychologie, il en existe une qui a plus retenu notre attention : l'*insight* est « *un moment de révélation (ou flash)* »²¹⁴, une définition que nous pouvons mettre en rapport avec le commentaire de Revault d'Allonnes cité ci-dessus, sur l'acte de création qui correspond selon lui à « *une mise en lumière, ou une illumination* ».

Cependant, en quoi les études de la créativité sont-elles importantes pour notre recherche sur le cinéma de poche ? Comme nous l'avons déjà suggéré au début de cette section, nous voulons réfléchir sur deux aspects : la créativité proprement dite de l'individu qui réalise les images, c'est-à-dire ici, la production créative du réalisateur mobile, et la créativité dans la pratique de filmer des images avec un téléphone mobile, qui concerne l'insertion de l'appareil mobile comme caméra dans le monde de la réalisation des images. Ainsi, de ces deux points de vue, la création d'images mobiles, comme la grande majorité des arts visuels, est également un « art » créatif.

1.2.1. Les motivations pour une production créative

Certains théoriciens comme Carl Rogers, Abraham Maslow et Rollo May croyaient que la prédisposition humaine à l'autoréalisation est le moteur de

²¹³ « En outre, là encore en conformité avec une partie des premiers travaux de la théorie Gestalt, Köhler analysait cette réorganisation comme porteuse d'un processus de la perception. Par conséquent, l'*Insight* du chimpanzé apparaît principalement déterminé par son appréhension optique de la situation. Cependant, il commence même à résoudre des problèmes à partir d'un point de vue trop visuel, et dans beaucoup de cas le chimpanzé cesse d'agir avec *Insight*, peut-être, tout simplement, parce que la structure de la situation était trop complexe pour son appréhension visuelle. » Ivana S Marková, *op. cit.*, p. 40. (Marková se réfère ici à Wolfgang Köhler *The Mentality of Apes*, trans. E. Winter, 1925, 2nd ed. Harmondsworth, Middlesex, Penguin Books Ltd 1957, p. 228).

²¹⁴ Howard E. Gruber, « *Insight and affect in the history of science* ». In *The Nature of Insight*, Eds. R. J. Sternberg & J. E. Davidson. Cambridge, MA, MIT Press, 1995, pp.397–431. Cité par Marková. *Ibidem*, p. 44.

commande pour la créativité²¹⁵. Ils considéraient par ailleurs que la créativité demande un « *environnement favorable à la liberté de choix et d'action* »²¹⁶, et cette liberté est à notre avis primordiale dans le processus créatif. L'artiste est par-dessus tout un créateur. Mais, pour Revault d'Allonnes²¹⁷, il existe également une autre réalité de la condition d'artiste, une réalité plus pénible : l'artiste est aussi obligé de créer. Il est contraint par le devoir de la création. Cela pour nous est contradictoire parce que la liberté de la création devait être un prérequis naturel de la condition d'artiste, tenant compte, par exemple, du travail de l'artiste amateur qui semble être dépourvu de techniques, de règles ou de normes imposées par la société, une caractéristique qui peut-être favorise plus la création. Notons que certains réalisateurs mobiles²¹⁸ sont d'accord avec cette observation (voir ci-après dans ce chapitre).

Cependant, nous ne considérons pas que la créativité ne résulte que d'un ensemble de caractéristiques personnelles « spéciales » des individus dits « créatifs ». En effet, ces individus ne sont pas toujours suffisamment motivés pour créer ce qui peut affecter considérablement la qualité de leur production²¹⁹. Par ailleurs, des recherches ont démontré qu'avec la motivation, d'autres facteurs sont également importants pour la créativité : le milieu social et l'apprentissage de la créativité (que nous allons aborder plus loin dans ce chapitre). Par contre, des points négatifs ont été également soulevés par certaines recherches²²⁰ où les chercheurs ont remarqué que

²¹⁵ Eunice Soriano de Alencar et Denise de Souza Fleith, *op. cit.*, p. 1.

²¹⁶ *Ibidem*.

²¹⁷ Olivier Revault d'Allonnes, *op. cit.*, p. 290.

²¹⁸ Il s'agit d'opinions données par certains réalisateurs mobiles, Marcel Izidoro, Fabienne Galula et Rui Avellans Coelho, notamment, lors d'entretiens réalisés pour cette thèse.

²¹⁹ À ce sujet, Teresa Amabile et Julianna Pillemer ont observé : « *Second, the motivation to do creative work, which can surely shift from day to day and even moment to moment, appeared to be a factor in the fluctuating performance of even widely-recognized creative individuals. Poet Anne Sexton demonstrated a generally consistent drive to write simply because she loved doing so. However, there were times in her life when the promise of fame or money, urging from mentors to create good work, or family obligations, threatened to hamper her ability to perform at her best.* » Teresa M. Amabile et Julianna Pillemer, « Perspectives on the Social Psychology of Creativity », *The Journal of Creative Behavior*, vol. 46 / 1, mars 2012, p. 3-15, p. 4.

²²⁰ Amabile et Pillemer citent par exemple, Amabile, T.M., Goldfarb, P., & Brackfield, S.C., "Social influences on creativity: evaluation, coaction, and surveillance". *Creativity Research Journal*, 3, 1990, pp. 6-21. Cf. Amabile et Pillemer, *Ibidem*, p. 7.

les personnes qui avaient pris part à l'enquête n'avaient pas eu la même performance créative quand ils savaient que leurs travaux seraient observés par les chercheurs. Cette observation a eu un effet d'inhibition de la créativité. Par ailleurs, les chercheurs qui ont mené cette enquête ont conclu que les motivations basées sur la satisfaction individuelle, les intérêts propres et les enjeux personnels donnaient de meilleurs résultats. L'enquête a montré que pour une production créative, la motivation intrinsèque est plus favorable que la motivation extrinsèque, la motivation extrinsèque étant caractérisée par une demande externe, ainsi que la promesse d'une récompense ou d'une punition. Ainsi, les personnes dont la motivation intrinsèque est plus stimulée sont plus susceptibles de montrer leur créativité. Le propre plaisir et le libre choix, autrement dit, l'autonomie dans les activités, sont primordiaux pour l'individu créatif. Cette recherche a d'ailleurs été aussi mise à profit pour améliorer la créativité dans le travail de grands groupes de personnes dans les entreprises, les organisations, les équipes de projets, notamment. Quand on parle d'une créativité artistique liée à la technologie, comme dans le cas de la culture mobile, on doit aussi considérer le travail de l'artiste créateur en faveur de l'innovation industrielle et, par conséquent, la concurrence entre produits dans le monde capitaliste.

1.3. La création artistique et l'innovation technologique

Dans son livre *Portrait de l'artiste en travailleur : métamorphoses du capitalisme*, le sociologue Pierre-Michel Menger analyse l'innovation créatrice et il souligne l'importance de la créativité artistique dans une société en mutation. Son analyse est axée sur le travail de l'artiste créateur en faveur de l'innovation dans la machine capitaliste. Menger observe ainsi que « *La question du « travail de création » gagne encore en pertinence si l'on considère l'extraordinaire valorisation*

des ressources de connaissance et de créativité dans les économies capitalistes modernes. »²²¹.

Dans son analyse, Menger examine la figure du créateur artistique dans différents secteurs de la société, comme les technologies de pointe (*high-tech*), l'économie, l'exploitation scientifique, la communication et l'information, etc. Cette mise en perspective est intéressante parce que l'artiste a toujours été isolé des autres secteurs et considéré hors du monde dit pragmatique. Ainsi, nous croyons qu'il existe une liaison productive entre les valeurs artistiques et créatives et l'industrie en général.

L'échange qui se produit entre le savoir-faire des différents secteurs et celui la créativité artistique fait que « *le monde des arts et des spectacles devient un secteur économiquement significatif.* »²²². Ainsi, l'idée d'innovation technologique à travers la réalisation d'images mobiles répond à la proposition de rapprocher les arts et les secteurs industriels. Nous réfléchissons plus loin dans cette thèse sur la présence de l'artiste et l'importance de sa création dans les industries (*cf. Chapitre 1 de la Deuxième partie*).

Les valeurs caractéristiques des artistes sont le principal instrument de la création, et « *l'imagination, le jeu, l'improvisation, l'atypie comportementale, voire l'anarchie créatrice – sont régulièrement transportées vers d'autres mondes productifs.* »²²³. Menger défend l'égale importance du travail de création dans l'activité artistique et la recherche scientifique, et observe que « *Les arts révèlent en effet, bien plus directement que la recherche scientifique, la part d'arbitraire et d'imprévisible qui habite toute activité créative.* »²²⁴. Selon nous, la part « arbitraire

²²¹ Pierre-Michel Menger, *Portrait de l'artiste en travailleur : métamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil, 2002, 96 p., (« La république des idées »), p. 6.

²²² *Ibidem*, p. 7.

²²³ *Ibidem*.

²²⁴ *Ibidem*, p. 8.

et imprévisible » dans l'activité de l'artiste est un vrai atout pour la créativité et par conséquent pour l'innovation.

La versatilité de l'artiste est l'un des points de départ les plus importants pour la création artistique, mais son activité est « *intrinsèquement incertaine de ses résultats* » ainsi la dimension de cette incertitude et l'activité de l'artiste en tant que travail sont souvent difficiles à appréhender²²⁵, L'art est une source de la création et un moteur important de l'innovation dans le monde industriel, mais surtout dans la machine capitaliste, où, selon Menger, le besoin de satisfaction immédiate des désirs entraîne une « *course effrénée vers des plaisirs sans cesse renouvelés* » que cette machine « *s'ingénie à multiplier pour alimenter le développement d'une économie de production fondée sur l'innovation, sur la « destruction créative* », selon le mot de Schumpeter. »²²⁶.

Joseph Schumpeter est l'un des théoriciens les plus importants de l'innovation. L'analyse faite auparavant (*cf. le chapitre 1 de cette Première partie*) sur le développement technologique des premières caméras du téléphone mobile jusqu'à aujourd'hui rappelle par exemple sa théorie sur la *destruction créatrice*.

Les théories de Schumpeter ont été élaborées dans le contexte historique de la première moitié du XX^e siècle. Dans cette période, le monde a connu de très nombreux développements technologiques et inventions dans différents domaines, comme la physique (la théorie de la relativité, qui sera suivie plus tard par le laser, etc.), l'informatique (à l'origine des réseaux, des ordinateurs puis de la micro-informatique), les télécommunications (les centrales téléphonique, suivies des satellites artificiels, puis du mobile), les transports (l'industrie aéronautique, l'industrie automobile, etc.), les arts et la culture (la culture de masse, l'art abstrait, le jazz, etc.), notamment. Ainsi, les pays industrialisés vivaient l'apogée de leur

²²⁵ *Ibidem*, p. 14.

²²⁶ *Ibidem*, p. 20-21. Le concept de destruction créative a été proposé par l'économiste Joseph Alois Schumpeter dans son ouvrage *Capitalism, Socialism, and Democracy*, New York, Harper & Row, 1942 (traduction française : *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Payot, 1951 ; une nouvelle édition de la deuxième partie de l'ouvrage a été publiée sous le titre *Le capitalisme peut-il survivre ?* en 2011).

productivité grâce aux mutations constantes que connaissait le monde. Selon Schumpeter, les transformations du cadre social et naturel de la vie économique lors des guerres ou révolutions « conditionnent fréquemment les mutations industrielles. »²²⁷. Schumpeter a observé aussi que

« En fait, l'impulsion fondamentale qui met et maintient en mouvement la machine capitaliste est imprimée par les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transport, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle – tous éléments créés par l'initiative capitaliste. »²²⁸

Selon la théorie de la *destruction créative* de Schumpeter, il existe une dynamique essentielle dans laquelle les nouvelles solutions, ou les nouveaux produits, prennent place des produits obsolètes. « Ce processus de destruction créatrice constitue la donnée fondamentale du capitalisme : c'est en elle que consiste, en dernière analyse, le capitalisme, et toute entreprise capitaliste doit, bon gré ou mal gré, s'y adapter. »²²⁹.

Un produit (ou une idée, ou un objet, etc.) est innovant lorsqu'il présente des caractéristiques différentes vis-à-vis de ses concurrents. Dans cette logique, on peut considérer le cinéma de poche comme un produit innovant. On analysera alors l'objet technologique qui réalise le cinéma de poche – et qui est toujours relancé sur le marché – sous le prisme de ses nouvelles caractéristiques innovantes par rapport à ses concurrents. Et on analysera le cinéma de poche en considérant ses caractéristiques également innovantes par rapport au cinéma traditionnel, du point de vue technologique, social, esthétique et économique.

La concurrence revêt une dimension considérable pour les nouveaux produits lancés dans le marché. Les produits au palmarès des ventes, comme les téléphones mobiles par exemple, connaissent cette réalité propre du monde

²²⁷ Joseph Alois Schumpeter, *Le capitalisme peut-il survivre ?*, trad. Gaël Fain, Paris, Payot, 2011, p. 50.

²²⁸ *Ibidem*.

²²⁹ *Ibidem*, p. 51.

capitaliste. La conception traditionnelle de la concurrence basée sur les prix des produits doit être laissée à côté, et si on admet une conception centrée sur « *la concurrence des qualités et l'effort de vente dans l'enceinte sacrée de la théorie, la variable prix cesse d'occuper sa position dominante.* »²³⁰. Ce qui compte alors est

*« la concurrence qui s'appuie sur une supériorité décisive aux points de vue coût ou qualité et qui s'attaque, non pas seulement aux marges bénéficiaires et aux productions marginales des firmes existantes, mais bien à leurs fondements et à leur existence même. »*²³¹.

L'innovation peut laisser les grandes entreprises dans une position instable face aux nouveautés du marché et à la forte concurrence. Même les hommes d'affaires qui ne connaissent pas de concurrence dans leurs branches respectives peuvent ressentir ce contexte de grandes compétitions. L'instabilité semble inhérente à la situation de concurrence qui existe dans le monde capitaliste.

*« Au fur et à mesure que des nouveaux venus s'établissent, le quasi-équilibre antérieur est détruit, mais dans des conditions qui ne sont aucunement avantageuses pour la clientèle. L'espace économique ménagé autour de chaque boutique s'étant rétréci, les commerçants ne sont plus en mesure de gagner leur vie et ils vont tenter d'améliorer leur sort en rehaussant leurs prix par voie d'accord tacite. Or une telle hausse aura pour effet de comprimer davantage leurs ventes et, sous l'effet de ce rétrécissement progressif, une situation se développera dans laquelle une offre virtuelle croissante sera associée à des prix croissants (et non décroissants) et à des ventes décroissantes (et non décroissantes). »*²³²

L'instabilité est une constante dans ce tableau. Mais il existe d'autres aspects aussi importants qu'apporte l'innovation. Dans cette conjoncture par exemple, l'innovation donne le pouvoir aux petites entreprises d'être également connues sur le marché.

²³⁰ *Ibidem*, p. 53-54.

²³¹ *Ibidem*, p. 54.

²³² *Ibidem*, p. 55.

Nous allons réfléchir dans la suite sur un deuxième point concernant la créativité mobile qui est la création à partir de la technologie. En fait, si la caméra mobile est bien exploitée afin de créer de nouvelles images, il s'agit d'une vraie possibilité pour la création. Dans le contexte de la création artistique, et surtout pour la création mobile, nous voulons également réfléchir sur la théorie que Vilém Flusser a développée sur la philosophie de la photographie et l'exploitation de la machine en faveur de la créativité. Ainsi, nous examinerons le point de vue à certain moment extrême et surtout réaliste de Flusser sur la création artistique à partir de la technologie.

2. La liberté de création et la philosophie de Vilém Flusser

Le philosophe Vilém Flusser a proposé un essai sur la technologie et les arts visuels à partir de réflexions sur l'appareil photo. Son ouvrage *Pour une philosophie de la photographie* est une mise en garde²³³ où le penseur tchèque suggère :

*« qu'une analyse des aspects esthétiques, scientifiques et politiques de la photographie peut être la clef pour une recherche sur l'actuelle crise culturelle et les nouvelles formes existentielles et sociales qui, à partir d'elle la photographie, sont en train de se cristalliser. »*²³⁴

En d'autres mots, Flusser a réfléchi sur la liberté de création au sein d'une société de plus en plus axée sur la technologie, dans lequel il appelait les appareils « boîte noire » et les usagers, « fonctionnaires ». Il croyait qu'il était important de découvrir les secrets de l'appareil, ainsi le photographe pourrait prendre ses photos de façon plus créative en comparaison aux autres photographes qui n'ont pas eu ce même soin. En effet, pour Flusser, le plus grand danger que pourrait courir le

²³³ Vilém Flusser. *Für eine Philosophie der Fotografie*, Göttingen : European Photography, 1983. Traduction française de Jean Mouchard : *Pour une philosophie de la photographie*, Saulxures, Circé, 1996.

²³⁴ Traduction libre du texte de couverture de l'édition en portugais : Vilém Flusser, *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma filosofia da fotografia*, São Paulo, Hucitec, 1985.

« fonctionnaire » serait de se limiter uniquement et passivement à l'utilisation externe de son appareil. Le logiciel est programmé pour traduire une action humaine et la transformer en image. Ainsi, Flusser questionnait le caractère créatif des images numériques. Il pensait qu'au moment où l'artiste utilise un appareil photo pour une création, cet artiste crée avec tous les professionnels qui projettent et programment ce système. Dans cet essai, si le photographe découvre les secrets de l'appareil, il peut favoriser également la performance de cet appareil en générant d'autres formes d'utilisation et en profitant de la technologie en faveur de ses objectifs et afin de multiplier les possibilités artistiques créatives. Flusser croyait qu'une étude approfondie de la technologie de l'appareil génère pour l'artiste le sentiment de puissance et de liberté²³⁵. Ainsi, il est fondamental que cet artiste ne se laisse pas dominer par l'appareil.

Dans la théorie de Flusser, lorsque l'on prend des photos, ces images ne sont pas inédites, dans le sens où elles ont déjà été prévues auparavant. S'il est possible de prendre des photos, c'est qu'elles ont déjà eu été préalablement projetées par un groupe de techniciens, ingénieurs, informaticiens, notamment. Selon Flusser, il n'existe pas dans le simple acte de photographier de conception créative, parce que l'on choisit ce qui va être photographié, on règle le logiciel qui transcode en image (ceci est déjà prévu dans l'appareil) et finalement, on appuie sur le bouton. Pour Flusser, il y a dans ce geste un danger pour la créativité lorsque l'on se base seulement sur le « *mode d'emploi* » de l'appareil²³⁶ comme si l'on était un véritable opérateur de machines industrielles.

Ainsi la question de la créativité pour les artistes qui utilisent la technologie digitale a une importance primordiale. Il faut déchiffrer les secrets de la *boîte noire* afin d'avoir un résultat artistique plus positif, moins répétitif. L'idée est d'utiliser l'appareil sans s'assujettir à ses fonctions principales. Autrement dit, il faut faire en

²³⁵ Cf. Vilém Flusser. *Pour une philosophie de la photographie*, Saulxures, Circé, 1996, p. 86-87.

²³⁶ Définition de l'appareil selon Flusser : « jouet simulant la pensée ». Vilém Flusser, *Pour une philosophie de la photographie*, Strasbourg, Circé, 1996, p. 91.

sorte que la technologie soit un vrai outil pour ses usagers et non le contraire, et que l'artiste ne soit pas limité par les restrictions imposées par l'appareil.

Flusser expose une théorie très claire sur l'usage de la technologie. À certains moments, cette théorie nous semble pragmatique, c'est pourquoi nous nous laissons convaincre, surtout lorsqu'il montre les points négatifs de la technologie pour le travail artistique en argumentant que l'appareil est le résultat du travail d'un groupe d'ingénieurs et que ces ingénieurs ont déjà pensé à toutes les possibilités d'effets créatifs que l'artiste pourrait imaginer. Ainsi, dans ce point de vue (pessimiste), la créativité de l'artiste n'existerait pas. Et nous nous demandons s'il a raison. Si l'artiste dépend de l'appareil pour créer, cela nous semble vrai. Il s'agit d'une situation désolante surtout pour l'art numérique. Mais si l'artiste va au-delà des limites imposées par l'appareil, c'est alors en fait idéal pour la créativité artistique numérique. Cette réflexion de Flusser sous-tend l'idée que la créativité artistique est une condition pour l'amélioration et le développement de nouvelles expressions artistiques et, par conséquent, de nouvelles technologies.

Comme nous l'avons déjà signalé auparavant, dans cette perspective présentée par Flusser, la solution réside dans deux aspects importants : le premier serait une formation pour l'artiste tournée également vers l'apprentissage de la technologie afin de pouvoir contrôler de la meilleure manière l'appareil et obtenir des images vraiment créatives (*cf.* la section 4 à la fin de ce chapitre) ; le deuxième point serait que l'artiste puisse intégrer les équipes de développement technologique dans les industries afin d'élargir ses compétences, connaître le métier technique de l'entreprise et apporter ses expériences artistiques en faveur du développement technologique (*cf.* le Chapitre 1 « *Les enjeux économiques du cinéma de poche* » de la Deuxième partie de cette thèse).

Dans le contexte de la technologie du téléphone mobile, les caractéristiques inhérentes aux images et films mobiles renvoient à l'objet qui les a produites et donc aussi à la compréhension de la façon dont le rapport entre l'homme et l'appareil se produit, afin de pouvoir profiter au maximum de l'appareil dans la production d'images.

De toute façon, nous croyons que plus le contenu culturel d'une société est créatif, diversifié et riche, plus les possibilités de développement humain s'accroissent. En conséquence, ces dispositifs de communication qui offrent plus de pouvoir à l'utilisateur représentent un nouvel ensemble de solutions de rechange pour la capture d'images. Ce contexte actuel montre l'émulation positive entre l'échange d'informations et les expériences créatives découlant des nouvelles découvertes technologiques.

2.1. Les calculs de l'image contemporaine

Comme nous l'avons signalé au début de ce chapitre, Frank Popper souligne l'importance aujourd'hui des calculs pour les images numériques. Dans cette même perspective, Vilém Flusser a réfléchi²³⁷ sur la situation de l'œuvre d'art dans le monde contemporain. Dans le point de vue de Flusser, l'art est aujourd'hui un modèle d'expérience concrète et c'est l'art qui donne une forme à l'expérience de l'artiste dans le monde. Cela se produit grâce à la perception que l'on a de l'image artistique. En fait, les couleurs, les perspectives, c'est-à-dire, toute l'expression que l'artiste met dans son œuvre est son expérience concrète pour le spectateur.

Pour Flusser, sans cette médiation culturelle, les expériences individuelles – et collectives – seraient incapables de coexister et par conséquent, il n'existerait pas d'articulation sociale (dans le sens des relations sociales). Et il ajoute encore que ce serait comme que si les individus étaient anesthésiés. Cette déclaration nous semble un peu pessimiste. Au cours de l'histoire, par exemple, l'évolution de l'humanité est survenue à partir de ces articulations sociales, à partir des échanges d'expériences et d'informations entre les gens, et l'art joue un rôle fondamental dans ces échanges. Cependant, dans le domaine des arts, on peut percevoir cette évolution à travers les expériences des artistes montrées dans leurs œuvres et par conséquent, ces

²³⁷ Vilém Flusser, « Sintetizar imagens » [Synthétiser des images], *Iris*, n° 381,382 et 383, maio-julho 1985. Disponible sur le lien : <http://www.flusserbrasil.com/art264.pdf> (consulté le 4 octobre 2017).

expériences sont des modèles pour les autres êtres humains, comme une trame d'informations culturelles.

Mais avec l'image contemporaine numérique, ces articulations sociales ont changé parce que la nature de l'image a été modifiée. En réalité, cette image, comme toutes les images, donne également une forme aux expériences. Toutefois, pour Flusser, ces expériences imagétiques sont analysées par l'appareil, c'est-à-dire, calculées, grâce à l'intervention de la technologie. Ainsi, l'image est traduite à travers des algorithmes (les codes des ordinateurs inclus dans les appareils) dans le langage interne de l'outil et ce n'est qu'après cette intermédiation que l'image est transformée en image numérique. C'est effectivement grâce à ce processus de la technologie qu'il est possible de garantir que l'image donnera forme à l'expérience de l'artiste. Et Flusser ajoute également que celui qui voit l'image visualise en réalité les calculs qui sont devenus image. Ainsi, le parcours qui va des peintures rupestres jusqu'à ces images numériques représente une véritable révolution esthétique. Selon Flusser, le modèle que programme l'informaticien pour la production d'œuvres artistiques au moyen d'ordinateurs « *transcende les codes esthétiques du passé* »²³⁸.

Il existe d'autres modes d'expression artistique qui sont également calculés, comme la musique, par exemple. Le compositeur connaît les codes musicaux et il peut les utiliser afin de créer une succession de sons qui sont perçus comme étant de la musique. Cela se produit aussi dans d'autres expressions artistiques comme le dessin. Il en est autrement avec l'artiste visuel numérique. En général, il ne connaît pas les codes internes des algorithmes de l'appareil, mais il programme grâce à des logiciels déjà prêts ce qu'il veut créer et l'appareil l'exécute. Par conséquent, il risque de n'être qu'un simple opérateur de l'appareil, un « fonctionnaire » selon Flusser. Mais, il peut savoir comment l'appareil marche afin de tirer le meilleur parti de sa technologie en faveur de la créativité, et pour Flusser, il s'agit bien là de créativité. Et dans la société contemporaine, comment la créativité se manifeste-t-elle ?

²³⁸ *Ibidem*, p. 3. Traduction libre du portugais.

2.2. La démocratisation des appareils

Lorsque Flusser réfléchit sur la démocratisation de la photographie, il suggère que la société est programmée pour acheter les appareils, du fait du pouvoir de la publicité qui vise le consommateur. Plus, les photographes amateurs sont programmés pour consommer et alimenter en retour l'industrie de la technologie des appareils photographiques. Ainsi, à chaque nouveau lancement, les appareils sont plus petits, moins chers, plus automatisés et plus efficaces relativement aux modèles précédents. De plus, l'industrie interroge toujours l'utilisateur afin de connaître ses nécessités, en conséquence de quoi elle reprogramme ses appareils à partir des préférences du consommateur. Ceci constitue le mode de fonctionnement habituel du marché de la technologie.

Un bon exemple de ce fonctionnement est la production des téléphones mobiles. L'industrie du téléphone mobile – un secteur qui continue en pleine expansion – développe une variété considérable d'appareils qui se concurrencent, avec une technologie de plus en plus efficace et sophistiquée, et qui offrent au consommateur des équipements économiquement accessibles, de coût relativement faible. Cette technologie est développée dans le but de promouvoir pour le consommateur la praticité dans sa vie quotidienne, une caractéristique davantage associée à la démocratie postindustrielle.

Flusser observe que « *les appareils se perfectionnent progressivement par le feed-back social, et la société fonctionne comme fonctionnaire d'appareils* »²³⁹, autrement dit, les membres de la société sont *fonctionnaires* et l'appareil les domine. Comme nous l'avons déjà mentionné auparavant au sujet de la théorie de Flusser et la liberté de la création, la domination de l'homme par les appareils est un problème effectivement sérieux pour les arts. Cet engrenage de production et consommation dans lequel sont pris les différents acteurs, c'est-à-dire, l'industrie, le marché et la société, nous semble être positif pour l'évolution de la technologie, mais négatif pour

²³⁹ Vilém Flusser, « Da democratização da fotografia », in *Iris*, n° 359, São Paulo, 1983 (*op. cit.*), p. 8. Traduction libre du portugais.

la créativité, surtout pour la création artistique, et c'est un point crucial de la réflexion que Flusser a développée dans sa philosophie de la photographie.

Flusser a fait également une comparaison entre l'appareil photo et le jeu d'échecs. Dans sa vision claire sur la technologie, le penseur la décrit en expliquant que si l'appareil a une structure vraiment complexe, son utilisation est simple, et en fait, peut se résumer à trois actions : *regarder, régler et cliquer*. À l'inverse de l'appareil photo, la structure du jeu d'échecs est simple et son utilisation est complexe. Ainsi, l'usage des technologies telles que les ordinateurs, les tablettes, les appareils photos et les téléphones mobiles est effectivement facile.

Deux points importants qui entraînent une plus grande facilité d'utilisation des appareils et qui font partie intégrante de la démocratisation de la technologie – l'utilisation des appareils par un plus grand nombre de usagers – doivent être soulignés. En premier lieu, la logique technologique des appareils (les fonctions, les commandes, les menus), basée sur un langage informatique, est pratiquement la même pour tous ces appareils. La seule différence entre ces logiques et ces modes de fonctionnement apparaît lorsqu'il existe des commandes particulières relatives à la performance spécifique d'un appareil, par exemple, l'ouverture du diaphragme dans le cas de l'appareil photo.

En second lieu, il y a un volume considérable d'informations disponibles pour la manipulation des appareils et ainsi il n'est pas nécessaire de s'approfondir beaucoup dans sa technologie pour utiliser une petite caméra numérique de main. Il suffit de lire le mode d'emploi et d'utiliser le meilleur des nombreuses possibilités de captation et de connexion à d'autres appareils. Les appareils les plus professionnels et les plus sophistiqués demandent souvent une connaissance technique approfondie qui touche à d'autres domaines technico-scientifiques. Nous aborderons plus loin les réflexions de Flusser sur l'importance de la formation technologique pour les artistes (*cf.* la section 4 de ce chapitre). Par ailleurs la démocratisation des appareils numériques contribue également à changer la façon dont on définit l'artiste, en faisant bouger les frontières entre professionnel et amateur.

3. Cinéma de poche : ses pratiques amateurs et professionnelles, ses usages privés

3.1. Les appareils et les usagers amateurs

On peut observer que la plupart des images mobiles proviennent d'utilisateurs amateurs, en particulier, une caractéristique très intéressante de la pratique du cinéma de poche est que l'exploitation d'images de poche par les amateurs est courante. À ce sujet, nous voudrions rapporter ici l'analyse sur la pratique amateur et la création mobile que la chercheuse Anna Flávia Lesnovski a exposée lors de son interview²⁴⁰. Selon la chercheuse, une ligne ténue sépare actuellement la pratique professionnelle de la pratique amateur. Et pour Lesnovski non seulement les deux pratiques se mêlent mais, dans le contexte de la technologie, la frontière est également brouillée entre logiciels catalogués comme amateurs et ceux catalogués comme professionnels.

Lesnovski s'est ensuite interrogée sur la technologie de l'audiovisuel : « *Dans quelle mesure les caméras des téléphones mobiles sont-elles destinées à un usage amateur ? Et le VHS ? Et le 16mm ?* ». Les caméras mobiles actuelles disponibles sur le marché s'adressent tant aux amateurs qu'aux professionnels. Elles permettent de capter des images personnelles, mais peuvent également être utilisées comme outil afin d'effectuer des repérages pour des images qui seront plus tard refaites dans d'autres formats, avec d'autres caméras éventuellement. Dans tous les cas, ces appareils sont munis d'une série de dispositifs technologiquement sophistiqués qui facilitent leur utilisation. Selon Lesnovski, la séparation entre les usages professionnels et les usages amateurs est « *artificiellement* » construite et n'a aujourd'hui aucun sens ; dans le contexte du cinéma de poche, ce qui intéresse est le « *regard sans entraves* » de la personne qui réalise le film. De plus, pour la chercheuse, la technique du réalisateur est plus importante que la qualité de sa caméra pour tourner des images. Ainsi, elle a conclu en affirmant, « *si j'ai une caméra*

²⁴⁰ Entretien réalisé avec la chercheuse Ana Flávia Lesnovski, le 19 janvier 2017, en face à face.

professionnelle, ceci ne veut pas dire que je vais réaliser un bon film ». Les téléphones mobiles sont des appareils de communication et d'expression créative, ainsi, Lesnovski ne trouve que des avantages à tourner avec eux. Faire des films avec des téléphones mobiles signifie exploiter leur technologie en apportant à la culture contemporaine la richesse de la création mobile.

Kristian Feigelson aborde lui aussi la question de la frontière entre pratique amateur et professionnelle dans son texte *Télévisions de proximité : l'amateur professionnalisé* : « Ce terme d'« amateur » recouvre des réalités disparates : entre l'amateur éclairé et le professionnel patenté, les frontières sont bien poreuses. Les relations amateurs/professionnels sont aussi complexes que multifformes »²⁴¹. Feigelson a relevé qu'il y a de nouvelles différences entre l'amateur et le professionnel dans le domaine de l'audiovisuel, ce qui pour nous est symptomatique de la démocratisation des caméras. Dans cette perspective, Roger Odin a suggéré dans son texte *La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion*²⁴², que l'on peut plus ou moins gagner la vie comme cinéaste, d'utiliser des caméras plus ou moins professionnelles, notamment, ainsi, les catégories amateur et professionnel se croisent en donnant origine à d'autres catégories, comme celle de « l'amateur professionnalisé » suggérée par Feigelson²⁴³ (*Cf. chapitre 2 de la Troisième partie de cette thèse, section 2.2.1 « Les pratiques amateurs et le journalisme professionnel »*).

La pratique amateur a toujours joué un rôle important dans le monde des arts, en particulier pour la photographie et le cinéma. Elle a donné lieu à la mobilisation et l'organisation de différents groupes, clubs et ateliers amateurs. En France par exemple, une association, la FFCCA, Fédération Française des Clubs de

²⁴¹ Kristian Feigelson, « Télévisions de proximité : l'amateur professionnalisé », in Roger Odin (éd.), *Le cinéma en amateur*, Paris, Seuil, 1999, p. 267-279, p. 267-268.

²⁴² Roger Odin, « La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion », in Roger Odin (éd.), *Le cinéma en amateur*, Paris, Seuil, 1999, pp. 47-84, p. 47.

²⁴³ Kristian Feigelson, *La fabrique filmique : métiers et professions*, Paris, Colin, 2011, 253 p., (« Collection Cinéma/arts visuels »), p. 92.

Cinéma Amateur a même été créée en 1933 afin « *de promouvoir et développer la création d'œuvres cinématographiques en s'appuyant sur un réseau de partage de savoirs et de compétences* »²⁴⁴, qui est devenue par la suite la FFCV (Fédération Française de Cinéma et Vidéo).

De plus, dans l'histoire de l'art, la pratique amateur a connu de grands bouleversements. En Europe à partir du XVI^e siècle, de profonds changements, se sont produits dans les différents domaines de la société. Surtout pour les arts, des changements vraiment profonds ont résulté de l'innovation technologique et les expressions artistiques se sont transformées. Laurence Allard qui examine l'apparition de la figure de l'amateur au sens moderne observe ainsi que :

« Deux traits caractérisent la Modernité marquée par la rationalisation culturelle : l'intellectualisation et la spécialisation.

Si l'essor des sciences modernes en a constitué le paradigme, l'autonomisation d'une sphère publique de l'art va connaître un semblable mouvement, à l'instar de tout le champ intellectuel. Cette autonomisation s'exprime d'abord par une spécialisation du champ intellectuel qui renouvelle le cadre de la connaissance des XVI^e et XVII^e siècles, notamment en le dotant des professionnels attachés à tel ou tel domaine. Or cette spécialisation consiste dans le domaine esthétique en gestation en une intellectualisation de la pratique artistique, qui sera paradoxalement conduite par ceux qu'on nomme à l'époque des « amateurs ». »²⁴⁵

²⁴⁴ La Fédération Française de Cinéma et Vidéo (FFCV) rassemble des « cinéastes et vidéastes libres, indépendants et cinéphiles » et « offre des services spécifiques à ses adhérents. La FFCV [...] est une association d'éducation populaire agréée par le ministère chargé de la Jeunesse et des Sports depuis le 20 mai 1950. Elle est également reconnue d'utilité publique pour son action à caractère culturel depuis le 4 octobre 2007. Elle regroupe une centaine de clubs et ateliers ainsi que des membres individuels pratiquant le cinéma et la vidéo hors des circuits commerciaux. » Cf. le site de la FFCV [en ligne : https://www.ffcinevideo.org/FFCV_Fédération_française_cinéma_et_vidéo.html]. Consulté le 7 février 2016.

²⁴⁵ Laurence Allard, « L'amateur : une figure de la modernité esthétique », in Roger Odin (éd.), *Le cinéma en amateur*, Paris, Seuil, 1999, p. 09-29, p. 10.

L'intellectualisation de la pratique artistique, associée à sa professionnalisation et l'apparition d'académies, a touché ceux qui à l'époque étaient appelés « amateurs », et à partir de la seconde moitié du XVIIIe siècle, « *la catégorie « amateur » en vient à désigner deux rapports spécifiques à l'art et à la culture.* »²⁴⁶ D'une part un amateur « *passé de la fonction d'acteur d'une pratique savante à celui de spectateur, dont il constitue la frange la plus éclairée ou la plus encline à l'être.* » et d'autre part « *des amateurs, non plus en tant que spectateurs passionnés mais profanes, mais en tant que praticiens dilettantes.* »²⁴⁷ Ces rappels historiques montrent comme la pratique amateur a été et est d'ailleurs toujours importante dans le domaine des arts. Pour le cinéma de poche, ce n'est pas différent, et cela s'observe dans la grande quantité de films réalisés par des artistes amateurs.

Comme nous l'avons déjà mentionné, le cinéma a connu une rupture du fait de l'évolution technologique des caméras. En 1963 avait surgi un appareil photo qui avait remporté très vite un succès commercial record sur le marché auprès du grand public, le Kodak-Instamatic (7,5 millions d'appareils vendus en deux ans). Le Super-8 qui est lancé deux ans plus tard par la maison Kodak va révolutionner le domaine du cinéma amateur²⁴⁸. Soutenu par des campagnes de publicité à l'époque qui encourageaient le cinéma de famille et le cinéaste amateur, le succès du Super-8 est dû également à la facilité de maniement de l'appareil. Par la suite, à la fin des années 1970, le VHS (*Video Home System*) ou système vidéo domestique est devenu le standard de la vidéo grand public, grâce à son coût plus modeste et à la facilité d'utilisation au moyen de cassettes²⁴⁹. Ainsi, la caméra est devenue un équipement

²⁴⁶ *Idem.* p. 16.

²⁴⁷ *Idem.* p. 16-17.

²⁴⁸ Bernard Germain, « Madame Kodak contre l'amateur, ou les conquêtes du super-8 », in Roger Odin (éd.), *Le cinéma en amateur*, Seuil, 1999, p. 171-189, p. 171.

²⁴⁹ Mis au point par JVC en 1976, ce « format » de vidéo analogique se présente sous la forme d'une cassette et utilise une bande magnétique large d'un demi-pouce. Grâce à son prix peu élevé, le VHS avait comme principaux concurrents le système Betamax de Sony et le V 2000 de Philips. JVC a amélioré son format avec le Super VHS (SVHS). Vincent Pinel, *Dictionnaire technique du cinéma*, Paris, Armand Colin, 2008, p. 304.

d'utilisation personnelle grand-public, comme nous l'avons observé dans les paragraphes précédents sur la démocratisation des caméras.

L'« art » « domestique », « fait à la maison », est bien entendu une tradition antérieure au cinéma lui-même, on en a un exemple dans les portraits de familles peints à partir de la Renaissance²⁵⁰, puis les photographies à partir du XIX^e siècle. Dans les années 60, cet art fait à la maison a connu de grandes transformations avec l'entrée la technologie des appareils audiovisuels dans la sphère domestique.

Les appareils photo ou les caméras domestiques ont également un utilisateur typique, le photographe ou le cinéaste familial. Dans ce contexte, on peut remarquer que la relation de la famille avec l'art domestique a changé et les membres de la famille qui, jusque-là, étaient les personnages passifs des caprices d'un observateur professionnel, vont réaliser leurs propres enregistrements, en réfléchissant sur la vie, l'histoire et également sur la mort. Ainsi, l'appareil photo et la caméra sont devenus des outils de plus pour matérialiser les souvenirs et les émotions d'une famille, dans le sens d'« embaumer » le moment, dans l'espace et le temps. Autrefois le support matériel de la mémoire visuelle se trouvait dans les peintures rupestres des grottes, les fossiles, puis dans la peinture, l'illustration des livres, la sculpture, etc. De nos jours, ce support se trouve aussi dans les appareils photo numériques. Depuis l'émergence des appareils photos et des caméras jusqu'aujourd'hui, existe toujours l'idée d'enregistrer des images comme mémoire de notre époque. Pour André Bazin « *Toute image doit être sentie comme objet et tout objet comme image* »²⁵¹, et à notre avis, cela vaut pour la photo et pour le film de poche. De cette façon, nous comprenons que ces images captées, soit à travers le prisme d'un téléphone mobile, soit par l'objectif de l'appareil photo, sont nos mémoires portées par des images, des « objets-mémoire », qui peuvent être mis à l'intérieur des portefeuilles, des ordinateurs, des téléphones, entre autres. Ainsi, les gens gardent leurs souvenirs et les

²⁵⁰ Cf. Susan AASMAN « Le film de famille comme document historique », in Roger Odin (éd.), *Le film de famille : usage privé, usage public*. Paris : Méridiens Klincksieck, 1995, pp. 97-111. p. 101-102.

²⁵¹ André Bazin, *Qu'est-ce que le cinéma ? I. Ontologie et langage*, Cerf, 1958, p. 18.

visionnent selon leurs besoins. Ce point de vue de Bazin est vraiment intéressant parce qu'il donne à réfléchir sur la relation sentimentale que l'on peut avoir avec les images.

3.2. Le cinéma de poche dans le contexte du cinéma amateur et des films de famille

Le film amateur et les films de famille sont apparus avec les premiers films dont on ait connaissance. Certains historiens pensent même que le cinématographe Lumière a été pensé à l'origine pour un usage familial, dans la continuité de la photographie d'amateur²⁵². Pour Éric de Kuiper, les films de famille ont été à l'origine du cinéma et l'image en mouvement provient de la photographie. L'auteur ajoute que la photographie d'amateur a toujours eu des sujets autour de la famille et on peut inclure ici aussi, les films amateurs²⁵³. À partir des films réalisés par les frères Lumière, le cinéma a permis d'enregistrer des moments et des situations liées à la vie urbaine et privée. La technique de caméra immobile, par exemple, largement utilisée par les frères Lumière, a montré dans l'image la possibilité de filmer aussi le hasard, en donnant de l'authenticité à cette image. C'est une image moins programmée qui ne nécessite pas beaucoup de ressources techniques, mais une image plus « réelle ».

Filmer dans le cadre de la famille ne signifie pas forcément qu'il s'agit de la réalisation d'un film. Pour le film de famille, le plus important est la rencontre de ceux qui sont étroitement liés, le moment qui a motivé la prise de vue et ce qui s'est passé à ce moment-là. La personne qui tourne et qui, la plupart du temps, est un membre de la famille, a le rôle d'enregistrer les images d'événements qui plus tard vont véhiculer des émotions aux personnes qui y ont participé²⁵⁴. Dans certains cas,

²⁵² Laurence Allard, *op. cit.*, p. 19.

²⁵³ Eric de Kuiper, « Aux origines du cinéma : Le film de famille », in Roger Odin (éd.), *Le film de famille : usage privé, usage public*, éd. Roger Odin, Paris, Méridiens Klincksieck, 1995, p. 11-26, p. 13.

²⁵⁴ Roger Odin, *op. cit.*, p. 50.

réaliser ces images de l'intimité peut être gênant pour qui est filmé. Ainsi, le film de famille entraîne divers effets sur les personnes concernées, des effets individuels et collectifs, causés par des changements qu'une caméra provoque dans les relations, au moment où elle est introduite dans le milieu familial²⁵⁵, même si l'intention est simplement de raconter une histoire en utilisant les événements comme un mariage, un voyage ou tout autre moment intime.

Cependant, les films domestiques sont rarement valorisés et il semble qu'en général ils ont été oubliés dans l'histoire du cinéma ; selon Odin, la quotidienneté peut en être le motif²⁵⁶. En fait, ces films sont tournés pour se distraire par et pour des gens qui ne se soucient pas de la qualité de l'image. Ces films sont parfois considérés comme une suite d'images répétitives et ennuyeuses. En outre, les images de famille et aussi les images amateurs ont tendance à être marginalisées dans l'imaginaire collectif. Souvent, elles sont considérées comme peu soignées et sans technique professionnelle, à la différence d'un film produit par l'industrie cinématographique²⁵⁷.

Les films de poche, autant que n'importe quel film tourné avec des caméras domestiques, peuvent aussi être des films de famille ou des films amateurs. Le cinéma de poche est une forme particulière de cinéma, ce qui le rend fascinant est précisément la technologie du téléphone mobile en tant qu'appareil pour la réalisation des films, qui propose une interaction collaborative entre cette technologie et les différentes formes de cinéma. Les films mobiles bénéficient de la simplicité de l'édition et du son, comme en général les films de famille et le cinéma amateur. La pratique de faire des films avec les téléphones mobiles met donc au premier plan la pratique amateur, autonome et familiale.

²⁵⁵ *Ibidem*, p. 51.

²⁵⁶ Cf. Roger Odin, « Introduction », in Roger Odin (éd.), *Le film de famille : usage privé, usage public*. Paris : Méridiens Klincksieck, 1995, pp. 5-9.

²⁵⁷ Cf. Patricia R. Zimmermann. « Introduction. The Home Movie Movement: Excavations, Artifacts, Minings ». Pp. 1-28. In: Karen L. Ishizuka and Patricia R. Zimmermann (ed.), *Mining the Home Movie: Excavations in Histories and Memories*. London: University of California Press, 2008, p. 1. Cité par Consuelo Lins et Thais Blank, *op. cit.*, p. 57.

3.3. Qui est le réalisateur du cinéma de poche ?

Dans le contexte du cinéma de poche, nous avons rencontré différents types de réalisateurs. Ces réalisateurs mobiles font partie d'un monde dans lequel tourner un film signifie prendre son téléphone mobile et se lancer dans cette expérience. Leurs intérêts et leurs profils peuvent être très divers : artistes contemporains, réalisateurs qui cherchent de nouvelles images et des effets particuliers, étudiants inscrits en cours de cinéma ou dans d'autres domaines connexes, réalisateurs amateurs, curieux du domaine du cinéma, réalisateurs sporadiques, notamment.

De plus, dans les films de poche le réalisateur mobile peut également assumer diverses fonctions du domaine cinématographique pour la réalisation du film. Dans une vision simpliste de la création mobile, le fait de pouvoir réaliser des films sans beaucoup d'obstacles a permis que des artistes et réalisateurs inconnus se révèlent, qui, parfois, n'auraient pas eu aussi facilement la possibilité de montrer leur travail. Outre par la grande accessibilité à la caméra, cela s'explique également par le fait que la création mobile offre de multiples solutions de diffusion et d'édition « domestiques ». En fait, on peut trouver des réalisateurs mobiles qui jouent également le rôle d'éditeur d'images, d'acteur, de directeur et de caméraman, entre autres. Ainsi, dans le contexte du cinéma de poche tourner avec une petite caméra de main, éditer et distribuer les films a fait apparaître des artistes multi-facettes. Par exemple, Fabienne Galula²⁵⁸, actrice qui est aussi réalisatrice et mobile-réalisatrice, joue dans son le film *Carton d'invitation* (cf. Annexe 5). Dans le cinéma de poche, il est courant de voir des films où le réalisateur a été aussi l'acteur, le post-producteur et le divulgateur du film. Cette multiplicité de fonctions est habituelle dans le cinéma de poche et quelques festivals de poche explorent cette particularité. En fait, certains festivals (cf. la Deuxième partie) sont un bon exemple de la grande diversité des participants. Dans la grande majorité de ces festivals, les réalisateurs n'ont pas besoin d'avoir une formation professionnelle, ce qui importe est la créativité des réalisateurs

²⁵⁸ L'entretien avec l'actrice et réalisatrice mobile Fabienne Galula, a été réalisé le 30 janvier 2017, en face à face.

mobiles et l'expression artistique des films. Ainsi, le cinéma de poche se rapproche de divers aspects que l'on trouve dans le cinéma amateur.

Dans cette même perspective, on peut observer que le réalisateur mobile développe une pratique personnelle au gré de ses désirs. La société contemporaine bénéficie de solutions très créatives avec l'utilisation de la technologie. Ainsi, filmer avec une caméra sans beaucoup de contraintes économiques ou techniques fait du réalisateur mobile un réalisateur plus libre, et qui désire que ses films soient vus comme du cinéma, plus précisément, comme un cinéma réalisé avec un téléphone mobile. Ce désir est le point de départ pour une réflexion sur la créativité de la pratique amateur, mais aussi de la pratique du cinéma de poche. L'amateur a recréé un nouveau point de vue ; à partir du domaine artistique, en apportant des innovations esthétiques, il affirme sa présence, en dépit de ses failles techniques. Ainsi, la figure de l'amateur s'est recréée dans la société actuelle, en lui attribuant la curiosité de la découverte et la puissance de la créativité²⁵⁹.

Profondément liés à la pratique amateur, il y a aussi les films qui sont réalisés dans l'espace privé, comme les films de famille. Ainsi, nous voulons réfléchir dans la suite sur la pratique des cinéastes amateurs et sur le cinéma familial, et analyser dans quelle mesure ces expériences peuvent contribuer à la réflexion sur la créativité et l'innovation du cinéma de poche. Par ailleurs, il est également intéressant d'examiner le rapport entre le travail des cinéastes amateurs et des cinéastes professionnels dans le contexte du cinéma de poche.

3.4. Le cinéaste amateur et le cinéaste familial

Selon Roger Odin, il est possible à travers le cinéaste familial et le cinéaste amateur de comprendre le cinéma amateur. Bien qu'ils semblent proches et qu'ils soient souvent confondus, ils pensent de manière différente par exemple face au

²⁵⁹ Laurence Allard, *op. cit.*, p. 19-22.

tournage et face à ce qui est filmé²⁶⁰. Mais le cinéaste familial présente presque tous les critères qui définissent le cinéaste amateur et sa relation avec le cinéma professionnel. Kristian Feigelson a ainsi défini l'amateur « *comme celui qui s'adonne à une activité créatrice de type artistique pendant son temps libre, quel que soit son niveau de compétence* »²⁶¹.

Une particularité aussi du cinéaste familial est qu'il ne vit pas de cette pratique, et ne se comporte pas comme un cinéaste, ou plutôt, le film n'est pas nécessairement son occupation principale. Il capte ses images comme loisir ou juste par curiosité. Sans véritable obligation vis-à-vis cette activité, la grande majorité des cinéastes familiaux n'ont pas de formation en cinéma ni de souci avec le format ou la qualité de leurs images, leurs films n'étant diffusés que dans un cadre familial²⁶².

Le cinéaste familial n'est pas un professionnel, son espace de projection n'est pas une salle de cinéma, et sa relation avec la caméra est également différente. Pour le cinéaste familial et même pour l'amateur, la relation avec l'appareil est plus affective. Souvent, ce cinéaste garde ses économies pour acheter une caméra ou un appareil numérique, ce qui en fait un objet précieux, alors que le professionnel achète sa caméra en fonction des intérêts techniques qu'elle peut avoir pour ses films²⁶³, de l'autre côté, le réalisateur de famille se sert des fonctions de la caméra comme s'il s'agissait d'un « jouet » et le réalisateur amateur conçoit la caméra de façon plus fonctionnelle.

L'amateur tient à la réalisation d'images esthétiquement bien produites. Il se définit non seulement par opposition au cinéaste familial, mais aussi au

²⁶⁰ Cf. Roger Odin, « La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion ». *Communications*, Paris, 68, 1999, pp. 47-89.

²⁶¹ « *Ces activités amateurs représentent un potentiel économique non négligeable puisque près de quarante mille emplois sont concernés par les marchés de la photo et de la vidéo. [...] Ces activités, qui ont trouvé leurs essor depuis les années 70 (près la moitié de la société française de 15 ans et plus pratiquerait une activité « amateur » au cours de sa vie), concernent en particulier des générations « jeunes »* ». Kristian Feigelson, *op. cit.*, p. 268.

²⁶² Roger Odin, *op. cit.*, p. 49.

²⁶³ *Ibidem*, p. 56-57.

professionnel parce qu'il veut rivaliser avec lui²⁶⁴. Selon Odin, le cinéaste familial est un cinéaste amateur heureux, car il n'a pas ce sentiment obsessionnel d'organiser ses films de façon professionnelle. Le cinéaste familial fait ses films dans le but d'enregistrer simplement un souvenir de la famille, contrairement au cinéaste amateur qui fait ses films avec le désir de faire du cinéma et en voulant s'exprimer à travers eux²⁶⁵. Il vit une réalité différente de celle du professionnel, il fonctionne avec une série de failles qui peuvent survenir au cours du tournage, failles qui dans le milieu professionnel sont contrôlées. Le cinéaste amateur est un « observateur » et les spectateurs de ses films sont eux-mêmes des amateurs de ce type de film. En revanche, le cinéaste familial participe plus du film où il peut même apparaître, et, les membres de la famille sont les « acteurs » de leurs propres films²⁶⁶.

Selon Odin, en ne faisant pas de montage des images qu'il filme et en coupant pas les parties mauvaises, « *le cinéaste familial ne se comporte pas en cinéaste* »²⁶⁷ et il est important qu'il ne se prenne pas pour un professionnel : « *Filmer sa famille avec une posture de cinéaste, c'est s'exclure soi-même de la famille ; transformer la vie familiale en spectacle, c'est la nier...* »²⁶⁸. Par ailleurs dans les films de famille, les images sont toujours privées et sont normalement vues dans une sphère très restreinte, famille et amis. Ainsi, les membres de la famille qui ont été filmés ne s'attendent pas à ce que leurs images soient diffusées hors cette sphère restreinte au contraire du cinéma professionnel où le but de la grande majorité des cinéastes professionnels est de commercialiser et diffuser leurs films. Odin estime que filmer certaines situations intimes représente un risque pour les relations familiales, et, moins montrer ou raconter rend moins probable le déclenchement de conflits mémoriels. Scènes de fêtes, mariages et voyages ont fait l'objet de mémoire éternelle de groupes. Un film ou une photographie restituent aux personnes des moments situés ailleurs dans l'espace et dans le temps, qui ont été capturés par la

²⁶⁴ *Ibidem*, p. 64.

²⁶⁵ *Ibidem*, p. 73.

²⁶⁶ Cf. Consuelo Lins et Thais Blank, *op. cit.*, p. 62-63, et Roger Odin, *op. cit.*, pp. 49-54.

²⁶⁷ Roger Odin, *Ibidem*, p. 52.

²⁶⁸ *Idem*.

lentille. Ces films de la famille, en général « mal faits » du point de vue de la technique cinématographique, sont des films à regarder en famille, comme un cadeau offert à la famille elle-même. À ce titre, il n'est pas refusé ni critiqué. Même sans beaucoup de souci pour la qualité des images, ces films sont généralement projetés durant les réunions de famille et peuvent constituer un instrument important de l'union familiale²⁶⁹.

De nos jours, les spectateurs sont souvent des voyeurs-spectateurs de l'intimité familiale de personnes qui leur sont inconnue, à travers par exemple les images postées sur internet ou les réseaux sociaux. Ainsi, les spectateurs d'un film de famille sont témoins de l'instant vécu dans une famille et complices de l'intimité de cette famille. Éric de Kuyper fait une analogie entre le film familial et le film pornographique qui nous semble intéressante. Ainsi, l'auteur établit une relation entre les films de famille et les films pornographiques parce qu'ils ont en commun une utilisation de l'espace privé, et aussi le désir de partager l'intimité, voire des secrets intimes (cf. *le Chapitre 1, section 4 « L'usage des appareils mobiles dans le cinéma porno » de la Troisième partie de cette thèse*). Selon Éric de Kuyper, il est important que le spectateur s'identifie avec le cinéaste derrière la caméra, sinon, il deviendra un vrai voyeur²⁷⁰. Mais, à notre avis, le réalisateur est toujours un voyeur vis-à-vis de l'image qu'il filme.

²⁶⁹ *Ibidem*, p. 53.

²⁷⁰ Consuelo Lins et Thais Blank renvoient ici à l'article d'Éric de Kuyper, « Aux origines du cinéma : Le film de famille », in Roger Odin (éd.), *Le film de famille : usage privé, usage public*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1995, p. 11-26, *op. cit.* (Consuelo Lins et Thais Blank, *op. cit.*, p. 63 et 64).

4. La formation pédagogique et artistique pour la réalisation d'images mobiles : lire, « écrire » et comprendre l'image

Comme nous l'avons déjà dit auparavant, une solution pour la stimulation créativité artistique numérique serait qu'il y ait une formation technologique incluse dans une formation formelle. Cela permettrait à un individu d'acquérir les savoir-faire nécessaires pour réaliser des films plus créatifs. Sachant que nous entendons par formation formelle une formation dans l'enseignement du second degré ou l'enseignement supérieur qui inclut la théorie et la pratique des capacités techniques et, ici, artistiques. De cette façon, l'artiste peut créer librement en ayant l'appareil comme outil de travail et non le contraire, c'est-à-dire, quand l'artiste est le « fonctionnaire » de l'appareil. Cela nous semble intéressant surtout si l'artiste utilise ces connaissances techniques pour ses créations. Cependant, si cela ne garantit pas que le travail soit créatif, cela garantit qu'il sera différent des autres. Ce point de vue sur la nécessité d'une formation se rapproche des réflexions de Flusser quant à la création artistique en photographie.

De toute façon, nous croyons que la formation étant toujours importante pour la réalisation des images en général, elle l'est également pour les images mobiles et donc le cinéma mobile. Plusieurs interviewés qui nous ont exposé leurs opinions pour cette thèse sont partisans de cette même idée. Certaines considérations importantes quant à la formation sont centrales pour notre réflexion, comme nous allons le voir dans les prochains paragraphes.

Pierre Cattan²⁷¹, par exemple, croit que comme le téléphone mobile est un outil très démocratique et que l'acte de filmer ressemble de plus en plus à celui d'écrire, par conséquent, en plus d'apprendre à lire, à écrire et à compter, on devrait

²⁷¹ Lors d'un entretien réalisé avec le producteur français Pierre Cattan pour cette thèse, le 26 janvier 2017, en face à face.

également apprendre à l'école à coder et à filmer. Par « coder », nous entendons que Cattan veut dire comprendre et manipuler le langage technologique de l'appareil, ce qui nous semble essentiel pour la création mobile et se rapproche de la théorie de Flusser.

Dans cette même perspective, Flusser a expliqué son point de vue dans un article où il a commenté la nécessité d'une *lecture* tournée vers les nouvelles images, en observant qu'il y a un phénomène caractéristique de nos jours, « *la survalorisation des images comme forme d'information, au détriment du texte* »²⁷². Ainsi, la photographie, la télévision, les films, c'est-à-dire, tout cet univers d'images dans lequel est plongé le monde contemporain représente une immense quantité d'informations que reçoivent les individus. Cependant, on doit considérer un aspect historique, à savoir que ces images sont arrivées longtemps après la création de l'alphabet et par conséquent du texte. Et dans ce cadre, elles sont très différentes des images traditionnelles qui existaient partout avant le développement de l'écrit. Selon Flusser, « *Et tout comme nous avons été obligés d'apprendre à lire les pensées organisées des textes, l'issue serait peut-être d'apprendre à lire ces mêmes pensées maintenant codées en images* »²⁷³. Ainsi, l'idée serait de comprendre ces images dans toutes leurs dimensions, c'est-à-dire, les *lire*, les « *écrire* » et les *comprendre*.

Dans une perspective un peu différente et plus générale, David Dupresne²⁷⁴ a remarqué l'importance aussi d'une éducation pour l'image, tout comme il existe l'éducation pour l'écrit. À notre avis, cette formation devrait se tourner vers la lecture, l'expression et la production de l'image à partir des appareils numériques.

Ce que nous trouvons intéressant dans ces deux points de vue est qu'ils mettent l'image au même niveau que l'écrit. Cela reflète l'importance de l'image dans notre société, principalement du fait d'un usage de la technologie plus accessible

²⁷² Vilém Flusser, « Ora, aprender a ler televisão, fotografia... », 1979, p. 50-56, p. 51. [Maintenant, apprendre à lire la télévision, la photographie]. Traduction libre du portugais.

²⁷³ *Ibidem*. Traduction libre du portugais.

²⁷⁴ Lors d'un entretien réalisé avec l'auteur et réalisateur de documentaires interactifs français David Dupresne pour cette thèse, le 2 décembre 2016, en face à face.

qui favorise les réalisations d'une société technologiquement active. Ainsi, la technologie a démocratisé la production d'images et a permis une plus grande liberté d'expression visuelle.

Par rapport à l'éducation à l'image, Flusser a relevé que

« Actuellement, tout le monde a un appareil photo et sait faire des photos. Comme tout le monde a appris à écrire et sait écrire des textes. Celui qui sait écrire sait aussi lire des textes. C'est parce quand il a appris à lire, il a appris également les règles de grammaire et d'orthographe. Mais celui qui sait faire des photographies ne sait pas forcément les lire. C'est parce qu'il n'a pas appris de règles, mais seulement des modes d'utilisation de plus en plus simples. C'est pourquoi le photographe amateur est photographiquement illettré. Il croit que l'appareil fait les photos automatiquement de la manière suivante : des rayons sont reflétés par le monde, ils entrent par le trou « input » de l'appareil et sortent par le trou « output » sous forme de photographies. Il croit par conséquent que les photographies sont des images objectives du monde. Il ignore tout le processus codificateur qui se passe à l'intérieur de l'appareil. Il ne sait pas déchiffrer les photographies qu'il a lui-même produites. La démocratisation de la photographie a rendu plus difficile le déchiffrement des photographies : comme tout le monde sait comment les faire, tout le monde croit qu'il n'y a pas besoin de les déchiffrer. La démocratisation post-industrielle conduit, en général, à la perte de sens critique, parce qu'elle fait que tout le monde pense qu'il « participe activement ». »²⁷⁵

Pour Flusser, la connaissance profonde de l'appareil favorise la création artistique. Par conséquent, la formation technologique est très importante pour l'artiste numérique. Cependant, Flusser a généralisé lorsqu'il a considéré le photographe amateur comme étant « *photographiquement illettré* ». Dans les paragraphes précédents, nous avons relevé que le cinéaste amateur est un « observateur ». Ce cinéaste qui s'attache à observer n'est pas nécessairement illettré dans le domaine des arts visuel ; il peut être un vrai cinéaste créatif même sans

²⁷⁵ Vilém Flusser, *op. cit.*, p. 2. Traduction libre du portugais.

posséder les mêmes connaissances que le cinéaste professionnel et peut avoir les caractéristiques d'un explorateur.

Nous souhaitons ici relever aussi certains points de vue très intéressants sur le sujet de la formation que nous ont apporté les entretiens réalisés pour cette thèse. Pour Kênia Freitas²⁷⁶, « *notre société consomme beaucoup l'audiovisuel, mais maintenant, elle produit également l'audiovisuel.* ». Et cela se passe tout le temps. Pour produire ces images il existe sur *YouTube* des cours en ligne – tutoriels utilisés surtout par la tranche d'âge des 15-20 ans – qui enseignent comment tourner, éditer et diffuser un film. Freitas, qui est également professeure de licence, indique qu'il n'existe pas d'éducation formelle des enfants pour l'audiovisuel. La plupart des gens produisent et regardent ces images mais, comme Flusser l'a observé, la plupart n'ont pas de réflexion sur l'image. Ainsi, on apprend à comprendre, à lire et à écrire différentes langues et on ne sait pas comprendre, lire et écrire les images. Comme pour les langues, il faudrait acquérir une grammaire audiovisuelle. Cela devrait faire partie des programmes scolaires. Parce que les références que les jeunes ont de l'image sont restreintes aux tutoriels *YouTube*, Freitas pense que cet enseignement devrait commencer dans les premières années de l'école, tout comme l'ont suggéré Pierre Cattani et David Dupresne.

Dans l'entretien réalisé pour cette thèse²⁷⁷, Denize Araujo a rapporté un point de vue du photographe Fabrício Cavalcanti sur l'image du cinéma de poche :

« Esthétiquement, bien que nous utilisions de plus en plus des technologies, il faut que nous travaillions avec le regard, avec la perception. Le conseil est de ne pas s'abandonner au logiciel. Il propose une certaine mécanisation

²⁷⁶ Entretien avec Kênia Freitas, le 27 janvier 2017, en ligne.

²⁷⁷ Les réponses à l'entretien pour cette thèse de Denize Araujo ont été envoyées par écrit en décembre 2016. (Traduction libre du portugais).

du regard, de nos possibilités primaires... La caméra ne perçoit pas, elle ne fait que voir. »²⁷⁸

Selon Araújo, la perception est cruciale pour que le réalisateur ou réalisateur mobile tourne un film de qualité. Cela est plus important que d'avoir une caméra de dernière génération avec une technologie sophistiquée :

« c'est la perception du réalisateur qui réussit à utiliser les appareils afin que les films soient significatifs et provoquent une réflexion. [...] Les téléphones mobiles peuvent être pratiques et faciles à utiliser, ils peuvent offrir d'excellentes possibilités de pré-production et d'édition, mais les scénaristes et les réalisateurs doivent être les créateurs de sens, d'innovation et de réflexion pour tout type de tournage et d'édition. »²⁷⁹

Mais il existe d'autres points de vue différents, qui privilégient ce qui serait peut-être un travail plus intuitif. Selon le réalisateur Marcel Izidoro²⁸⁰ par exemple, l'université joue un rôle très important. Cependant, ne pas connaître les « règles », dans le sens d'une formation technique, est également intéressant pour la création artistique. Dans cette même perspective, la réalisatrice Fabienne Galula²⁸¹ croit que la formation peut inhiber le réalisateur. Rui Avelans Coelho²⁸² quant à lui pense qu'une formation à la technique est importante mais ce n'est pas l'essentiel pour le film, et la technique fait un peu obstacle à la créativité.

²⁷⁸ Le photographe Fabricio Cavalcanti qui travaille dans le domaine de la captation de vidéos sur des téléphones mobiles depuis 2009 a animé l'atelier *Le Cinéma de poche - photographie et vidéo expérimentale avec des dispositifs mobiles*, aux côtés d'André Sheik dans le cadre de la programmation du *Festival de Filmes 72HORAS RIO 2014*. Cf. *Tela Brasil – O portal de formação e informação sobre o universo audiovisual* - Blog Archive « Confira dicas para produzir um filme de qualidade com celular », [En ligne : <http://www.telabr.com.br/noticias/2014/07/03/confira-dicas-para-produzir-um-filme-com-celular-e-de-qualidade/>]. Consulté le 4 juillet 2017. (Traduction libre du portugais).

²⁷⁹ Entretien avec Denize Araujo, décembre 2016. (Traduction libre du portugais)

²⁸⁰ Entretien réalisé avec Marcel Izidoro, le 6 février 2017, en ligne.

²⁸¹ Entretien réalisé avec Fabienne Galula, le 30 janvier 2017, en face à face.

²⁸² Entretien réalisé avec Rui Avelans Coelho, le 26 novembre 2016, en ligne.

Selon la réalisatrice Louise Botkay Courcier²⁸³, il faut acquérir un minimum de connaissances techniques pour tourner des films mobiles, cependant, le plus important est d'avoir une formation dont le but est d'éveiller l'individu pour le cinéma.

Jean-Claude Taki²⁸⁴, qui a aussi utilisé le téléphone mobile pour les ateliers de tournage qu'il anime, croit que la formation technique est importante. Cependant, pour lui, l'utilisation du téléphone mobile comme caméra n'est le facteur le plus important pour la formation cinématographique ; ce qui est crucial est la réflexion sur les images.

Il est clair que le réalisateur qui utilise certains moyens techniques pour réaliser ses travaux peut tomber sur des questions qui vont au-delà de sa formation, dues par exemple à un manque de connaissances techniques sur l'équipement. Et il est clair également que tous les réalisateurs ne montrent pas d'intérêt à connaître la technologie de leur caméra. En revanche, le monde actuel est si concentré sur la technologie que souvent l'apprentissage en devient plus facile. Aujourd'hui, il existe un ensemble d'informations disponibles sur *web* qui permettent de suivre certaines formations techniques de manière autonome. Il existe par exemple des tutoriels pour le traitement des images, l'utilisation technique de la caméra, l'éclairage, etc. Mais ce n'est pas tout, il y a d'autres aspects importants que seule une formation formelle, peut offrir, au contraire des tutoriels, comme par exemple, l'interaction avec d'autres expériences et d'autres champs du savoir, plus dynamique à l'université que sur le *web*.

Selon Ana Flávia Lesnovski²⁸⁵ l'université présente une méthode de formation très efficace, et il faut profiter du processus d'apprentissage pour développer le processus de la création. De ce point de vue, une formation formelle est vraiment cruciale. Lesnovski a ajouté également qu'une formation universitaire

²⁸³ Entretien réalisé avec Louise Botkay Courcier, le 23 janvier 2017, en ligne.

²⁸⁴ Entretien avec Erik Bullot, réalisé pour cette thèse le 1^{er} février 2017 à Paris.

²⁸⁵ Entretien réalisé avec Ana Flávia Lesnovski, le 19 janvier 2017, à Curitiba au Brésil, en face à face.

est plus importante qu'une formation technique, dans le sens où il faut comprendre et penser sur ce que l'on est en train de faire, c'est-à-dire, comprendre le contexte artistique. Mais si l'individu recherche un apprentissage technique, il peut le trouver sur le *web* ou dans des manuels. Les informations sont disponibles pour tous les individus qui cherchent à apprendre, et aujourd'hui, grâce à l'internet, l'accès en est très démocratique. Par contre, la formation universitaire est plus riche parce qu'elle peut insérer la création dans les différents contextes : historique, artistique, social et culturel, notamment, et l'artiste peut identifier les références à partir de sa formation.

Selon Felipe Negreli, la formation est très importante pour la réalisation de films mobiles avec la technologie du téléphone mobile, cependant :

« Le langage doit être plus important que la technologie utilisée, pour cela le réalisateur doit savoir quoi faire avec la caméra en main. Il doit consommer le maximum de répertoire possible, il doit apprendre comment appliquer les techniques principalement s'il utilise un dispositif accessible. Ce n'est pas parce que l'on explore une nouvelle voie dans le cinéma que l'on doit oublier la partie théorique de la production, ainsi cela facilitera la transition du conventionnel vers l'innovateur. »²⁸⁶

Negreli montre ainsi sa préoccupation vis-à-vis de la formation artistique et il ne considère pas que la connaissance de la technologie du téléphone mobile soit importante pour la réalisation des films de poche. Son point de vue est intéressant car son regard s'arrête sur l'expression artistique comme un aspect crucial pour la création avec les nouveaux médias. De même, certains interviewés²⁸⁷ se sont déclarés en faveur d'une formation formelle pour la création mobile.

Erik Bullo²⁸⁸ utilise toujours le téléphone mobile comme un outil important dans ses cours avec ses étudiants de cinéma. Il considère que cet appareil est crucial

²⁸⁶ Réponses à l'entretien pour cette thèse envoyées par écrit par le professeur brésilien Felipe Negreli, le 7 février 2016. (Traduction libre du portugais)

²⁸⁷ Nous pouvons citer, parmi les réalisateurs ou réalisateurs mobiles et les chercheurs interviewés pour cette thèse : Alexandre Perez, Frank Mora, Armand Robin, Antonin Verrier, Tristan Pope, Laurent Antonczak, Lionel Nakache, Nelson Rodrigo et Herbert Bianchi.

²⁸⁸ Entretien pour cette thèse avec Erik Bullo, le 5 février 2017 à Paris.

parce qu'il permet de se concentrer sur les aspects de la réalisation cinématographique comme le cadrage et la mise en scène, notamment. Ainsi, les étudiants peuvent oublier un peu la complexité de la caméra professionnelle. De toute façon, les étudiants utilisent déjà normalement tous les objets qui sont accessibles : les *webcams* des ordinateurs, les appareils photos, les téléphones mobiles, les *GoPro*, etc. Bulloz a raconté aussi qu'il a déjà travaillé avec un stylo d'espion muni d'une caméra et que cette expérience a été très surprenante. De toute façon, Bulloz trouve que ces petites caméras sont très pratiques.

Laurence Allard²⁸⁹ a relevé un point important quant à la formation à l'audiovisuel mobile, qui est l'utilisation du mobile dans le métier du journalisme. En fait, ce qui serait intéressant selon elle serait que la formation qui propose de former des journalistes avec les outils mobiles soit la même formation tournée vers l'usage de la vidéo, par exemple.

Dans l'article *L'éducation aux images 2.0 : comment mettre en place de nouvelles médiations pédagogiques ?*²⁹⁰, le cinéaste Benoît Labourdette pose plusieurs questions sur la nécessité d'une éducation aux images faites avec les outils numériques et il montre certaines méthodes pédagogiques tournées vers la réalisation des images, dont l'une est sous le format d'ateliers. Pendant l'exposition temporaire « *Nous et les autres – Des préjugés au racisme* »²⁹¹, organisée au Musée de l'Homme à Paris, Labourdette a monté un atelier de réalisation de films d'animation. L'atelier était ouvert au public, essentiellement ceux qui visitaient à l'exposition :

« À la sortie de l'exposition, les visiteurs se retrouvent sur une sorte de plateau de tournage, avec plusieurs réalisateurs et médiateurs. On peut découper dans des feuilles de papier des textes et des images imprimés qui proviennent de l'exposition ainsi que dans de multiples revues, programmes et affiches, afin d'imaginer un petit film d'animation muet, qui sera tourné

²⁸⁹ Entretien réalisé pour cette thèse avec Laurence Allard le 21 novembre 2016 à Paris.

²⁹⁰ Benoît Labourdette, « L'éducation aux images 2.0 : comment mettre en place de nouvelles médiations pédagogiques ? ». Cet article sera publié dans la revue de l'Observatoire des Politiques Culturelles, en janvier 2018.

²⁹¹ Exposition au Musée de l'Homme de Paris, du 31/03/2017 au 08/01/2018.

*en plan-séquence, puis diffusé sur place ainsi que sur la chaîne YouTube du musée. »*²⁹²

Dans cet atelier en libre accès, 190 films ont été réalisés pendant huit jours de médiation pédagogique répartis sur la durée de l'exposition. Pour Labourdette, ces ateliers ont été importants pour que le visiteur puisse partager sa créativité avec les autres individus : « *Le numérique, avec une médiation qui met l'expression de la personne au centre grâce à une approche pédagogique ouverte, permet aux visiteurs/spectateurs d'investir leur propre créativité et l'espace public* »²⁹³.

Enfin, selon Ana Flávia Lesnovski, sans formation universitaire, il y a une grande possibilité que l'artiste ne soit qu'un reproducteur de contenus. En fait, il risque de reproduire ce qui a déjà été fait, sans questionner ni critiquer, un facteur effectivement négatif pour la création artistique. Nous croyons que c'est pour cela que Flusser a autant défendu l'importance de la formation. Comme nous l'avons expliqué dans les paragraphes précédents, cette formation suggérée par Flusser est plus spécifique, tournée vers une connaissance approfondie de l'appareil. Ce serait un peu plus déterminant pour la formation de l'artiste numérique, et irait au-delà d'une formation formelle.

Conclusion du *Chapitre 2*

Le cinéma de poche et la culture mobile d'une façon générale constituent un champ d'exploitation de l'image. Cependant, il existe une tendance à ce que les images issues des appareils numériques soient mimétiques, ce qui, du point de vue de la création artistique, peut représenter un problème.

Quant au mimétisme des images qui est apparu à partir des appareils photos et aussi des caméras grand public, Vilém Flusser qui réfléchissait sur la répétition des

²⁹² Benoît Labourdette, *ibidem*.

²⁹³ *Ibidem*.

images et le manque de créativité qui en découle, a suggéré que pour éviter cette répétition, l'artiste ne doit pas se soumettre aux fonctions de l'appareil mais au contraire, c'est l'artiste qui doit dominer l'appareil et pour cela, en connaître la technologie et la technique.

Dans l'entretien avec Erik Bullo²⁹⁴ le réalisateur et chercheur a commenté un travail intéressant et qui nous renvoie à la théorie de Flusser. Il s'agit d'un documentaire performatif de Frédéric Danos²⁹⁵ intitulé *J'ai mis neuf ans à ne pas terminer*. C'est en fait un film formé de séquences qui sont constituées d'éléments de types différents. Danos utilise la technologie d'une façon très peu habituelle pour réaliser ses films. En pratique, le spectateur doit réserver une séance particulière sur le site de Danos, où pendant quatre-vingt minutes il pourra visionner les séquences postées en ligne et recevoir en direct par téléphone le récit du réalisateur. En fait, il s'agit ici d'un rapport de flux, d'immédiat, d'omniprésence, de communauté et d'échange. Danos réalise ainsi un cinéma totalement nouveau à partir d'une nouvelle proposition de l'utilisation de la technologie de la communication.

L'image mobile peut être effectivement très créative, en particulier à travers l'insertion des caméras de main amateurs dans le monde professionnel, ce qui provoque dans le champ des arts numériques des relations complexes et multiformes entre les pratiques professionnelles et amateurs. Nous pouvons dire que c'est une caractéristique transformatrice dans la culture contemporaine dans laquelle apparaissent de nouveaux acteurs comme les réalisateurs mobiles ou ce métissage amateur/professionnel.

Ainsi, nous avons voulu montrer une série de questions que soulève la création mobile dans le cinéma. De façon générale, la créativité est notre point de

²⁹⁴ Entretien avec Erik Bullo, pour cette thèse, le 5 février 2017 à Paris, en face à face.

²⁹⁵ « 9ans.com » est un film de et avec Frédéric Danos, mis en ligne depuis juin 2016. « 9ans.com est la transposition en ligne du film « J'ai mis 9 ans à ne pas terminer ». Le site préserve dans un même cadre narratif l'alternance médiumique des séances en salle ». Cf. le site www.9ans.com et « Frédéric Danos & Oscar Barda - GAME OVER », sur le site de l'émission Ping-Pong de France culture du 30/12/2016 [En ligne : <https://www.franceculture.fr/emissions/ping-pong/frederic-danos-oscar-barda-game-over>]. Consulté le 16 mai 2017.

réflexion central pour les arts qui sont réalisés par la technologie mobile en stimulant aussi l'innovation technologique. Ainsi, nous croyons que la formation est une question centrale pour la créativité contemporaine. Une formation formelle orientée vers la technologie – qui stimule aussi la curiosité pour ce domaine – semble essentielle pour un certain nombre de professionnels du cinéma mobile. Cependant, tous les réalisateurs que nous avons rencontrés ne pensent pas la même chose. Et même si cela ne fait pas l'unanimité parmi les personnes interviewées pour cette thèse, la formation nous semble être une solution viable pour l'échange et la stimulation de la créativité.

Conclusion de la première partie

Notre démarche dans cette partie s'est structurée autour de l'univers du cinéma de poche et de deux idées-clés complémentaires, d'un côté, la technologie et de l'autre, l'art et la créativité.

Au cours de cette partie, nous avons vu que le développement de la technologie mobile est en plein essor grâce aussi à une consommation active de la technologie. Le marché s'est adapté aux nécessités d'une société équipée et le progrès des appareils a permis également la transformation de la qualité de l'image mobile. Ainsi, ce développement technologique a changé la perspective du cinéma de poche qui a été donc absorbé et exploité par le champ cinématographique, en perdant alors son éclat et son intensité initiale.

Nous croyons que création des réalisateurs mobiles a incité l'industrie de la téléphonie mobile à améliorer ses appareils. De même, nous pouvons dire que les réalisateurs mobiles ont inventé de nouveaux usages avec la technologie des appareils mobiles et avec certaines caractéristiques des usages sociaux des images mobiles. Il s'agit d'un partenariat positif qui s'est établi entre la technologie, la société et la création artistique. Ainsi, le téléphone mobile est inséré dans le monde des images à travers de sa production et devient un instrument important pour la création artistique. De plus, le cinéma de poche peut favoriser l'apparition de nouvelles possibilités technologiques : applications, appareils, logiciels, accessoires, etc. Grâce aux films et aux images mobiles et à une société technologiquement active, les téléphones mobiles sont devenus plus efficaces. Il s'agit à notre avis de ce qui caractérise le parcours du cinéma de poche et cela valide l'hypothèse que nous avons défendue au début de notre thèse, à savoir, que la modernisation de la technologie de captation et d'édition d'image des appareils mobiles découle de l'augmentation de l'exploitation des films et des images de poche.

Grâce à la technologie actuelle de la communication et de l'information, le phénomène de la mobilité est devenu un style de vie dans notre société. Cette mobilité contemporaine a apporté des aspects pratiques pour la vie moderne, et a entraîné de nouvelles perceptions de l'espace et du temps et de nouveaux usages artistiques. La connexion internet permet toute cette mobilité physique et virtuelle à notre époque où, à travers des appareils mobiles, les individus sont liés à d'autres dans d'autres lieux et sont confrontés à un espace et un temps transformés. Le téléphone mobile, caractérisé par la portabilité, la connectivité et la mobilité, est un outil pour le développement de diverses pratiques dans l'espace urbain, associées à des aspects sociaux et comportementaux qui influencent directement la création artistique.

Ainsi, nous avons observé trois points importants liés à la créativité. Premièrement, il est important que les entreprises continuent à développer leurs technologies en faveur de l'image. Ensuite, il est crucial que la formation formelle soit effectivement aussi tournée vers la connaissance de l'image comme elle est tournée vers la connaissance de la langue. Enfin, il est important également que le réalisateur, qu'il soit mobile ou non, connaisse ou « domine » sa caméra. Tous ces aspects permettraient d'augmenter l'échange d'informations entre les industries de technologie mobile et les créateurs mobiles, entre les créateurs et les appareils, et entre les créateurs eux-mêmes afin de stimuler la création et l'innovation technologique.

DEUXIEME PARTIE - USAGES ET ENJEUX DE LA CRÉATION MOBILE

L'échange créatif entre un réalisateur et l'industrie de téléphonie mobile apparaît comme positif pour le développement technologique des mobiles. Il est même important que cet échange existe, à condition qu'il puisse exister une bonne communication entre les différents acteurs du système²⁹⁶. Ainsi, nous pouvons nous demander : le cinéma de poche devient-il un facteur important pour le développement technologique des téléphones mobiles ?

Économiquement viable, le cinéma de poche apparaît comme un mode d'expression cinématographique accessible à tout individu. Avec lui, la production a été démocratisée, le processus cinématographique simplifié et de nouveaux moyens de diffusion via Internet ont été créés. Ainsi, cet art s'est intégré à une pensée contemporaine visant au développement de l'économie créative, d'après une société tournée vers la technologie de ces nouveaux dispositifs, en agissant directement sur la production et la création artistique.

Cette perspective du cinéma de poche n'a pas changé depuis les premiers films présentés dans les festivals de poche et elle demeure jusqu'à aujourd'hui. Mais, chaque jour ces images semblent se rapprocher de plus en plus des images du cinéma classique. Ceci est dû à la technologie de ces appareils qui sont de plus en plus évolués. Ainsi, cette technologie est déjà partie présente du monde de l'industrie cinématographique. À notre avis, l'utilisateur, qu'il soit réalisateur ou non, participe en grande part à cette évolution, même si, il y a d'une part, des réalisateurs mobiles qui sont contre cette évolution des caméras mobiles et d'autres qui sont pleinement

²⁹⁶ A l'instar de ce qui se déroule dans le domaine du design mobile. Cf. Kristian Feigelson, « Création et design : une esthétique mobile », *Théorème 29. Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, Paris : Presse Sorbonne Nouvelle, 2018, pp. 191-202.

d'accord avec cette technologie, en mettant en avant tous ses avantages d'un point de vue pratique, social et surtout économique.

Il existe différents modes de diffusion des films, l'un d'entre eux étant à travers des festivals qui ont le rôle aussi de légitimation artistique, obligeant à des réflexions offrant des espaces de discussions comme des tables-rondes. Un autre mode de diffusion que nous examinons dans cette thèse est le *web*. Ainsi nous avons comme hypothèse que l'augmentation des réseaux sociaux et des sites de diffusion des films a aussi entraîné une intensification de la production de films tournés avec des téléphones mobiles. Grâce à la facilité de capture des images et de leur diffusion sur Internet, il y a une très grande quantité de films mobiles (*cf.* Annexe 5) dans les catégories les plus variées possibles tels que des clips vidéo, des courts et des longs-métrages, des documentaires, des images d'événements, des images éphémères, etc. Dans notre corpus filmique, nous avons choisi les films qui ont déjà participé à des festivals de cinéma de poche ou qui ont été produits à la demande d'un fabricant ou d'un opérateur de téléphonie mobile. Nous avons opté pour certains critères de sélection de ces films de poche, comme les prix obtenus dans un festival, ou leur popularité sur le *web*. Comme la diffusion est presque toujours faite sur *web*, nous avons pu mettre en relief la popularité des films tournés par le téléphone mobile, à partir du nombre de visualisations sur *YouTube*. Ce site montre d'ailleurs très précisément combien il peut être utile de s'exprimer au travers de ces images.

Pour mieux comprendre la présence du cinéma de poche dans le domaine du cinéma, il faut aussi analyser les aspects subjectifs du cinéma de poche, notamment à travers la présence de ces films au regard du cinéma traditionnel. En fait, nous voudrions comprendre comment le public du film mobile produit du sens en comparaison avec le public des salles de cinéma²⁹⁷. Nous allons adopter comme fondement analytique de cette recherche certains concepts issus du modèle sémio-pragmatique de Roger Odin, dans une tentative de comprendre la position du cinéma

²⁹⁷ Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, vol. 18 / 99, 2000, p. 49-72, p. 64 ; et Roger Odin, *Les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2011.

de poche face au cinéma dans son ensemble afin de répondre aux questions suivantes : ce phénomène est-il une nouvelle expression du cinéma et comment peut-il contribuer au développement du cinéma ou pas ?

Ainsi, notre analyse se porte ici vers les enjeux de la création mobile à travers le cinéma de poche, comme prolongement naturel du cinéma contemporain. Nous abordons un autre aspect de notre problématique, à savoir : dans quelle mesure la création mobile s'insère dans le domaine du cinéma ou en devient l'extension naturelle ?

Chapitre 1 - Les enjeux économiques du cinéma de poche

Nous nous appuyons ici sur un grand nombre d'observations et d'enquêtes produites pour notre recherche sur le cinéma de poche, qui convergent vers les points suivants : les enjeux économiques et les modes de diffusion des films.

Un grand avantage de faire un film avec le téléphone mobile reste son faible coût de production par rapport à celui des films du cinéma traditionnel. Le budget de la grande majorité de longs-métrages mobiles²⁹⁸ sauf certaines exceptions²⁹⁹, n'atteint pas le chiffre d'un million de dollars, il est plutôt de l'ordre de 100 000 €, alors que le budget moyen d'un film de fiction en France est de l'ordre de 5 M€, soit cinquante fois plus, et aux États-Unis, les productions indépendantes ont un budget qui tourne autour de 15-20 millions de dollars³⁰⁰.

Certains réalisateurs mobiles croient que l'industrie peut aider et contribuer au financement des films, à travers des mécanismes de mécénat ou de financement direct. Parmi ces modes de financement, le *crowdfunding* ou financement participatif

²⁹⁸ Parmi les longs-métrages mobiles, *Tangerine* (2005) de Sean Baker a coûté 100 000 dollars, *Olive* (2012) de Hooman Khalili, a coûté moins de 500 000 dollars, *The Affair* (2014) de Craig Ross Jr, 17 170 dollars. À titre de comparaison, les long-métrages produits au Brésil *Amaré* (2018) de Marcel Izidoro et *Charlotte SP* (2015) de Frank Mora ont coûté respectivement 5 000 dollars et 25 000 dollars.

²⁹⁹ *Unsane* (2018) de Steven Sordebergh avec 1,5 millions dollars.

³⁰⁰ Voir à ce sujet le dernier rapport publié par le CNC en mars 2017 « La production en 2016 » disponible sur son site [en ligne : https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-production-cinematographique-en-2016_305551]. Consulté le 6 octobre 2018. Voir également l'interview de Jean-Baptiste Souchier, directeur de Cofiloisirs, établissement de crédit spécialisé dans le cinéma : « En France, le budget moyen est de 4,4 millions d'euros pour un film mais 50 % d'entre eux coûtent moins de 2,8 millions d'euros. Les films de l'Hexagone sont produits à 90 % par des producteurs indépendants, des PME. Aux États-Unis, ce sont essentiellement des majors qui financent de gros blockbusters, pour 100 ou 150 millions de dollars. Les productions indépendantes américaines tournent avec des budgets allant de quelques millions à 15 à 20 millions de dollars. Le spectre est très large. », in Anaïs Demont, « Cinéma. En France, le budget moyen d'un film est de 4,4 millions », *Ouest-France*, 15 mai 2016 [en ligne : <https://www.ouest-france.fr/culture/cinema-en-france-le-budget-moyen-dun-film-est-de-44-millions-4235400>]. Consulté le 6 octobre 2018.

s'est particulièrement développé dans les dernières années. Selon Benoît Labourdette, « *le crowdfunding est bien porteur d'innovation au sein des modes de création cinématographique et audiovisuelle.* »³⁰¹ Par ailleurs, dans le monde contemporain, il y a une forte tendance à ce que la créativité soit intégrée aux activités économiques, ce qui apparaît dans l'idée d'économie créative, où il nous semble que le cinéma de poche peut s'intégrer parfaitement. La créativité des réalisateurs mobiles ainsi que les différents modes de diffusion des films peuvent conduire à un rapprochement important entre les réalisateurs mobiles et l'industrie.

Dans ce contexte, il s'agit de savoir : Qu'est-ce que le cinéma de poche pourra offrir au développement technologique d'une société ? Quel est le modèle économique idéal pour le cinéma de poche ? Filmer avec la caméra du téléphone mobile, est-ce une bonne solution pour la réalisation de films à budget réduit ? Quel est aujourd'hui l'impact de l'économie numérique sur l'ensemble de cette chaîne production-diffusion³⁰² ?

1. La production d'un film mobile

Le rapprochement entre le cinéma traditionnel et le cinéma de poche semble naturel, leurs manifestations artistiques étant très proches bien que leurs dispositifs techniques soient très éloignés³⁰³. Les films de poche sont souvent réalisés de façon à ce que le spectateur ne remarque pas qu'ils ont été tournés avec un téléphone, même si le cinéma de poche rappelle parfois explicitement qu'il s'agit de réalisations avec les petites caméras d'un appareil mobile. Aujourd'hui, il existe différents types de

³⁰¹ Manuel Dupuy-Salle, « Le financement participatif : Quelle innovation pour la production cinématographique et audiovisuelle ? », in *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative : De nouveaux financements pour la création.*, éd. Laurent Creton et Kira Kitsopanidou, Brussels, P.I.E-Peter Lang S.A., Éditions Scientifiques Internationales, 2016, p. 159-171, p. 171..

³⁰² Voir *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, Condé-sur-Noireau, Corlet, 2015, 191 p., (« Cinémaction », 155).

³⁰³ Cf. Kristian Feigelson, *La fabrique filmique : métiers et professions*, Paris, Colin, 2011, 253 p., (« Collection Cinéma/arts visuels »).

films mobiles, courts métrages, moyens métrages et également longs métrages, qui sont entièrement tournés avec un appareil portable.

Roger Odin a observé dans un de ses essais³⁰⁴ qu'en termes de création, on dit parfois que le fait de réaliser des films avec le téléphone mobile n'a rien changé pour le cinéma³⁰⁵. Odin remarque que si réaliser un film avec un téléphone mobile n'est souvent que réaliser un film à bas coût, il y a cependant d'autres aspects plus importants dans le contexte du cinéma de poche, et « *ce qui constitue l'intérêt majeur du cinéma tourné sur portable [est de] prendre en compte le fait que l'on filme avec un portable et non pas avec une caméra* »³⁰⁶. Il nous semble toujours intéressant de pouvoir regarder un film qui a été filmé entièrement avec un appareil mobile et non avec une caméra professionnelle. Odin observe ainsi que le téléphone mobile peut être également le sujet du film³⁰⁷. Nous pouvons mentionner par exemple le film *The Champions* (voir la fiche technique du film aux annexes), réalisé par le réalisateur et réalisateur mobile Rui Avelans Coelho déjà cité dans cette thèse (voir le Chapitre 1 de la première Partie), dans lequel le téléphone mobile est lancé vers le ciel, « *comme s'il s'agissait d'un ballon* ». Ainsi, le spectateur peut suivre tous les mouvements de l'appareil comme s'il était lancé avec l'appareil mobile dans le ciel, même si on ne voit pas directement l'appareil, sa présence apparaît clairement dans le film. Odin observe également que le cinéma mobile peut montrer une grande inventivité formelle, provenant par exemple de l'autre relation avec le corps du réalisateur mobile que permet le portable, ou en exploitant des caractéristiques techniques de l'appareil comme la résolution, et la pixellisation, ou de nouvelles possibilités de relations avec le spectateur utilisant l'interactivité, et même la géolocalisation ou le partage avec d'autres spectateurs³⁰⁸.

³⁰⁴ Roger Odin, « Quand le téléphone portable rencontre le cinéma », in Laurence Allard, Laurent Creton, Roger Odin, (éd.). *Téléphone mobile et création*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, Paris, Armand Colin, 2014, p. 37-53.

³⁰⁵ *Ibidem*, p. 46-47.

³⁰⁶ *Idem*, p. 47.

³⁰⁷ *Ibidem*.

³⁰⁸ Roger Odin, *idem* p. 48-51

Au fil des entretiens réalisés pour cette thèse, nous avons pu remarquer combien le téléphone mobile cherche à s'insérer dans l'industrie cinématographique, quoique jusqu'ici les contraintes technologiques croient limiter ce développement. Aujourd'hui, il copie ses produits. En effet, aujourd'hui la caméra du téléphone mobile est un outil également cinématographique, utilisé par des réalisateurs de cinéma. Un des principaux avantages du cinéma mobile par rapport au cinéma traditionnel est de permettre de faire les films à bas coût³⁰⁹. En général, les différents éléments de la structure du cinéma traditionnel ont connu des changements importants grâce au numérique. Kristian Feigelson observe ainsi que,

« Non seulement, le numérique redessine ses liens entre l'art et la technologie, deux dimensions complémentaires d'un art essentiellement technologique, mais il modifie radicalement la relation au montage comme à l'esthétique des images, et bouleverse également son modèle économique et organisationnel »³¹⁰.

En considérant les enjeux économiques, et ce qui peut être gagné ou perdu avec l'implication du téléphone mobile dans l'industrie cinématographique, le cinéma de poche semble apporter des solutions nouvelles avec le *crowdfunding* pour le financement du cinéma. Du moins, ce sont des modalités beaucoup plus simples.

Parmi l'ensemble très divers de contenus qui sont filmés avec un téléphone mobile et partagés sur le *web*, il existe également des films produits et préparés comme de véritables productions cinématographiques. Un bon exemple d'une production entièrement tournée avec le téléphone mobile est le long métrage intitulé *Olive* (2011) de Hooman Khalili et Patrick Gilles (voir Annexe 5). Pour ce film, les réalisateurs ont décidé de tenter l'aventure de tourner avec un mobile, ce qui a permis de réduire les coûts de production (le film a coûté moins de 500 000 dollars³¹¹). Sur le plan technique, les réalisateurs ont souvent eu besoin de l'aide d'un objectif 35 mm

³⁰⁹ *Ibidem.*

³¹⁰ Voir Kristian Feigelson, « L'effet numérique au travail : le directeur de post-production, un nouveau métier ? ». In : *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, *Cinémaction* n° 155, 2015, p. 87.

³¹¹ Roger Odin, *op. cit.*, p. 47.

(format habituel des caméras de cinéma) pour améliorer la qualité de leur travail, en particulier la profondeur de champ. Pour tourner le film, ils ont créé un support destiné au *smartphone* multifonction Nokia N8, la caméra mobile qu'ils ont utilisée (figure 1). Ce support s'est révélé nécessaire pour que l'objectif auxiliaire soit aligné avec l'objectif du téléphone mobile, ce qui a garanti une meilleure qualité au film.

Sur les photos que les réalisateurs ont mises en ligne sur le réseau social *Flickr*³¹², le téléphone mobile paraît minuscule à côté de l'objectif auquel il est littéralement collé. La qualité de l'image et du son n'a rien à envier à celle d'une grande production hollywoodienne. Les réalisateurs se permettent même des vues aériennes. Pour eux, « *la technologie avance très vite et, avec le temps, les téléphones mobiles pourront tout faire* »³¹³.

³¹² Voir glossaire.

³¹³ Radio Canada/AFP, « « Olive », un film entièrement tourné avec un téléphone portable », article publié sur le site *ICI.Radio-Canada.ca* 9 décembre 2011, [Disponible en ligne : http://www.radio-canada.ca/nouvelles/arts_et_spectacles/2011/12/09/003-olive-film-telephone.shtml]. Consulté le 8 septembre 2015.



Figure 1 : Support construit pour la caméra du Nokia N8

Le financement du film a été assuré par un ancien responsable³¹⁴ de Facebook et un philanthrope³¹⁵ de San Francisco, mais le fabricant du téléphone Nokia n'a pas participé à la réalisation du projet qui a impliqué des dizaines de personnes, chacune faisant « un peu de tout ». Mais il ne s'agissait pas d'un travail amateur, les deux réalisateurs et les acteurs étant de vrais professionnels. La postproduction audio a été confiée au studio *Skywalker Sound* de Georges Lucas. A priori, la première économie a été réalisée du fait qu'ils n'ont pas eu besoin de louer une caméra. En effet, selon Anna Flávia Lesnovski³¹⁶, une grande partie du budget de la production est destinée à la pré-production des films dans laquelle il y a

³¹⁴ Il s'agit de Chris Kelly. Cf. Sofian Nouira, « Nokia N8 : Olive, le premier film réalisé entièrement avec un mobile », *Les Mobiles.com*, le 1^{er} décembre 2011 [En ligne : <http://www.lesmobiles.com/actualite/6707-nokia-n8-olive-le-premier-film-realise-entierement-avec-un-mobile.html>]. Consulté le 8 septembre 2015.

³¹⁵ Il s'agit de William O'Keeffe. *Ibidem*.

³¹⁶ Entretien réalisé avec chercheuse Ana Flávia Lesnovski, le 19 janvier 2017, en face à face.

beaucoup de dépenses comme la location d'une caméra, par exemple. Ainsi, il est courant que pour les décors ou les costumes, le budget soit de ce fait déjà réduit. Il y a encore d'autres processus importants dans l'ensemble des étapes qui suivent le tournage comme le montage, les effets spéciaux, le bruitage, le mixage, notamment. En fait, cette postproduction qui garantit également la qualité du film, peut être compromise. Ainsi, Lesnovski a fait valoir que toute économie dans les différentes étapes d'un projet cinématographique est effectivement importante.

Un autre exemple de long métrage est *The Affair* (2014) (voir Annexe 5), tourné exclusivement avec un *iPhone 5* et dont le réalisateur, Craig Ross Jr., a opté pour utiliser uniquement la lumière existant au moment de l'enregistrement. Le film a été tourné en dix jours seulement et selon le réalisateur, l'une des raisons qui l'ont poussé à tourner avec un téléphone mobile est qu'il pouvait bénéficier d'une plus grande liberté de création. Cette opinion s'avère très intéressante, en particulier parce qu'elle montre les différentes possibilités que la technologie du téléphone mobile et ses applications peuvent offrir à l'artiste. Il faut remarquer que le réalisateur a jugé plus simple de travailler avec les images numériques créées par l'*iPhone 5* plutôt que de le faire avec les images des caméras professionnelles. En ce qui concerne la capture du son et l'édition sonore, il a choisi d'enregistrer le son séparément, les acteurs étant équipés de microphones sans fil. Une grande partie du budget du film a été destinée à la postproduction professionnelle : concepteur-son, musique, mixage, etc.

Selon le réalisateur Marcel Izidoro³¹⁷, un petit budget n'est pas un motif pour ne pas réaliser un film. Izidoro a réalisé son long métrage intitulé *Amaré*³¹⁸ avec un budget de 5 000 dollars et a aussi reçu le soutien financier d'Apple (s'il avait utilisé une autre caméra, peut-être n'aurait-il pas obtenu un soutien aussi important). Ainsi, il a conclu en disant « *le téléphone mobile optimise le coût du film* »³¹⁹. De la même

³¹⁷ Entretien réalisé avec réalisateur brésilien Marcel Izidoro, le 6 février 2017, en ligne.

³¹⁸ Ce long-métrage entièrement tourné avec un téléphone mobile devrait être lancé au premier semestre de l'année 2018. Sur ce film, voir aussi le témoignage d'Izidoro à la section 1.3.1 du Chapitre 1 de la Première partie.

³¹⁹ Traduction libre du portugais.

façon, le réalisateur Frank Mora³²⁰ a tourné son film *Charlotte SP*³²¹ avec un budget total d'environ 25 300 dollars.

Un autre témoignage important est celui du réalisateur et mobile-réalisateur Jean-Claude Taki qui a gagné le Grand Prix du Jury du Festival Pocket Films en 2006 pour *Le cahier froid*. Ce réalisateur avait toujours travaillé avec des appareils traditionnels avant de tourner son film avec un téléphone mobile. Cependant, il considère le téléphone mobile comme « *un objet de création cinématographique* »³²². Pour Taki, le téléphone mobile est arrivé précisément au moment où il s'interrogeait sur l'identité du cinéma d'aujourd'hui. D'après ce dernier, le téléphone mobile, permet comme auparavant les caméras 35 mm ou 16 mm, d'exprimer des vérités plus profondes qu'avec une caméra traditionnelle³²³. Taki a aussi remarqué que :

« À partir du moment où on peut tourner des images avec quelque chose, on peut ensuite organiser ces images, c'est à dire les monter, et en faire un objet cinématographique. On peut aussi partir sur d'autres voies, des voies plus plastiques. »³²⁴

Il explique par ailleurs que le cinéma de poche réunit deux approches qui existent à l'origine du cinéma : l'approche industrielle et l'approche artistique. Cependant, selon Taki, ce qui distingue le cinéma de poche du cinéma traditionnel, c'est que l'industrie du téléphone mobile « *n'a aucun pouvoir sur la production ou la diffusion* »³²⁵ des films tournés avec ses appareils. Néanmoins, cette observation de Taki est étonnante, car on peut observer qu'aujourd'hui les industries des

³²⁰ Entretien réalisé avec le réalisateur et réalisateur mobile brésilien Frank Mora, le 08 février 2017, en ligne.

³²¹ La réalisation du film a duré deux ans et demi et il est sorti dans les salles brésiliennes le 22 septembre 2016. Il a été tourné avec les caméras de l'*iPhone 5* et de l'*iPhone 6*.

³²² Benoît Labourdette, *Tournez un film avec votre téléphone portable*, Paris, Dixit éd. : Forum des images - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2008, p. 153-157, p. 153. Nous avons réalisé un entretien pour cette thèse avec le réalisateur et chercheur français Jean-Claude Taki, le 1^{er} février 2017 à Paris.

³²³ *Ibidem*, p. 155.

³²⁴ *Ibidem*, p. 153.

³²⁵ *Ibidem*, p. 157.

téléphones mobiles participent de manière plutôt active aux réalisations d'images avec leurs appareils, comme c'est le cas avec certains festivals soutenus par les fabricants *Nokia*, *Sony* et *Apple*.

2. L'approche industrielle dans la création mobile

Comme nous l'avions mentionné dans la première partie de cette thèse, le constructeur *Nokia* a sponsorisé le festival *Nokia Mobifest Toronto* (Canada, 2006-2009)³²⁶, organisant en décembre 2010 un concours mondial, *N8 Producers*, de création vidéo filmée avec le modèle du téléphone mobile *Nokia N8*³²⁷. L'une des exigences de cette compétition était que la vidéo devait être publiée sur déterminés portails de la vidéo sur *web* choisis par le concours, tels que, *YouTube* et *Vimeo*³²⁸. Hormis ce concours, *Nokia* a proposé également en 2011 une autre compétition de films tournés avec un téléphone mobile, *Nokia Shorts Competition*, un concours dans le même esprit que *N8 Producers*.

Un autre exemple d'entreprise qui a encouragé la pratique consistant à tourner des films avec le téléphone mobile est *Sony*, avec le festival intitulé *Sony Mobile Festival* qui a récompensé en 2011 et 2012 les films mobiles. L'édition de 2012, par exemple, réalisée à Venise a attribué des prix aux six meilleurs films de poche³²⁹.

En plus de ces fabricants de téléphones mobiles réputés sur le marché, il y a aussi des groupes financiers qui soutiennent des festivals du cinéma de poche. Le

³²⁶ Cf. 1^{ère} Partie, Chapitre 1, section 1.3.1. « Les appareils ».

³²⁷ « N8 Producers, concours de création vidéo, gagnez une expérience "zéro gravité" », [En ligne : <http://www.blog-n8.fr/actualites/n8-producers-concours-de-creation-video-gagnez-une-experience-zero-gravite-04298/>]. Consulté le 27 juin 2015.

³²⁸ Voir glossaire.

³²⁹ Fulvio Aniello, « Sony Mobile Festival: i vincitori premiati a Venezia », article en ligne publié sur le site *Fashion Times*, 4 septembre 2012 [En ligne : <http://www.fashiontimes.it/2012/09/sony-mobile-festival-i-vincitori-premiati-a-venezia/>]. Consulté le 13 mars 2015.

Mobile Film Festival, par exemple, a pour partenaire la banque française *BNP Paribas*.

Certains festivals sont strictement destinés aux réalisateurs mobiles d'*iPhone*, comme l'*iPhone Film Festival*³³⁰ et l'*Original iPhone Film Festival*³³¹ (cf. Annexe 4). Il s'agit là de festivals indépendants qui ne bénéficient pas du soutien actif d'*Apple*. Cependant, *Apple* a lancé une campagne publicitaire axée sur l'utilisation des caméras des appareils *iPhone* pour faire des films, et le constructeur précisait sur son portail « *L'appareil qui a changé la photo révolutionne maintenant la vidéo* »³³². Ainsi, l'entreprise multinationale américaine, qui conçoit et commercialise des produits électroniques destinés au grand public, encourage les utilisateurs de l'*iPhone*, qu'ils soient photographes ou réalisateurs mobiles, professionnels ou amateurs, à prendre des photos ou tourner des films.

2.1. Les campagnes publicitaires autour de l'*iPhone*

Depuis début mars 2015, *Apple* a lancé sur le marché une campagne publicitaire très créative dans laquelle de superbes photos et vidéos des utilisateurs de l'*iPhone 6*, professionnels ou amateurs, étaient exposés aux regards de tous³³³ sur

³³⁰ Voir le site de l'*iPhone Film Festival*. [En ligne : <http://www.iphoneeff.com/>]. Consulté le 9 mars 2015.

³³¹ Voir le site du festival : « The Original iPhone Film Festival », *iPhone FilmMaker* [En ligne : <http://iphonefilmmaker.com/>]. Consulté le 28 avril 2015.

³³² Voir sur le site d'*Apple* : « Apple - iPhone 6 - Appareil photo et caméra », [En ligne : <http://www.apple.com/fr/iphone-6/cameras/>]. Consulté le 27 juin 2015.

³³³ Cette campagne publicitaire pour le constructeur de Cupertino a été créée par l'agence publicitaire *TBWA\Media Arts Lab*. Voir les articles de Mickaël Bazoge « Photographié avec l'iPhone 6, partout dans le monde », *iGeneration*, 3 mars 2015 [En ligne : <http://www.igen.fr/iphone/2015/03/photographie-avec-liphone-6-partout-dans-le-monde-90035>]. Consulté le 19 octobre 2017. Florian Innocente « Apple met le paquet pour "Photographié avec l'iPhone 6" », *iGeneration*, 5 mars 2015 [En ligne : <http://www.igen.fr/iphone/2015/03/apple-met-le-paquet-pour-photographie-avec-liphone-6-90084>]. Consulté le 19 octobre 2017. Voir aussi l'article de Christine Champagne « Apple Showcases iPhone Photography From Around The World In New Campaign For iPhone 6 », *FastCompany*, 2 mars 2015 [En ligne : www.fastcompany.com/3043031/apple-showcases-iphone-photography-from-around-the-world-in-new-campaign-for-iphone-6], consulté le 29 décembre 2017.

une galerie de son site web *Word Gallery iPhone 6*³³⁴. Certaines photos choisies par l'entreprise elle-même sur cette galerie ont servi pour des affiches fixées sur des murs et panneaux du monde entier. On estime que pour cette campagne 162 clichés de photographes professionnels et amateurs ont été imprimés et placardés dans 10 000 installations, panneaux, abribus ou gares de voyageurs (voir figure 2) dans 73 villes de 25 pays : Paris, Londres, Los Angeles, Bangkok, San Francisco, Dubaï, Delhi, Perth, New York, Sydney, Hong Kong, Dallas, Lyon, Tokyo, Rio de Janeiro, Boston, Séoul, Kuwait, notamment³³⁵. Le slogan de la campagne qui figurait sur les photos était très simple : « *Photographié avec l'iPhone 6* »³³⁶.



Figure 2 : La campagne « *Photographié avec l'iPhone 6* » à la gare Saint-Lazare, Paris.

³³⁴ La galerie sur le site d'Apple était baptisée *World Gallery Films*. Nous l'avons consultée en octobre 2017.

³³⁵ Voir l'article de Mickaël Bazoge « Des prix pour la campagne Photographié avec l'iPhone 6 », *igeneration*, 24 juin 2015 [En ligne : <https://www.igen.fr/iphone/2015/06/des-prix-pour-la-campagne-photographie-avec-liphone-6-91796>], consulté le 30 juin 2015 et l'article de Faustine Loison « La campagne de l'iPhone 6 d'Apple récompensée pour sa créativité », *GraphiLine.com*, 26 juin 2015 [En ligne : <https://www.graphiline.com/article/21065/Cannes-Lions-La-campagne-de-l-iphone-6-d-apple-recompensee-pour-sa-creativite>], consulté le 29 décembre 2017.

³³⁶ « *Shot on iPhone 6* » sur les sites en anglais.

Dans cette campagne, on ne voit ni l'appareil *iPhone 6*, ni la technologie remarquable dont il est doté³³⁷, mais les résultats de cette technologie avec des images d'utilisateurs ayant pris des photos avec leurs téléphones *iPhone*, point culminant de la campagne. *Apple* a contacté directement les auteurs des 162 clichés³³⁸ les plus notables sur *Flickr* ou *Instagram*³³⁹. Il s'agissait d'utilisateurs professionnels ou amateurs de l'image. Cette campagne publicitaire à bas coût a apporté au *Word Gallery iPhone 6* de très nombreuses mentions sur les sites et les blogs dans le monde.

Cette campagne a fait le plein de prix prestigieux en juin 2015 au cours de l'*International Festival of Creativity de Cannes*, qui récompense les campagnes de publicité originales et innovantes. Pour le président du jury, Juan Carlos Ortiz³⁴⁰, cette campagne changeait ce que l'on connaissait jusqu'alors des campagnes de publicité classiques avec les images très travaillées. Selon Ortiz, « *Cela représente une nouvelle manière de faire les choses et de changer les comportements* »³⁴¹.

Cette campagne démontre en outre la possibilité d'écouter la voix de la société et d'obtenir une voie de communication directe entre le consommateur et l'industrie. Ortiz parlait du milieu publicitaire lorsqu'il a dit, « *une nouvelle manière de faire les choses* ». *Chacun sait qu'une campagne publicitaire demande des images de bonne qualité. À notre avis, du point de vue technique de l'impression de grands formats, la qualité de l'image est le point crucial des campagnes publicitaires. Pour imprimer une photo en grandes dimensions, comme par exemple pour les panneaux*

³³⁷ L'*iPhone 6* possède un appareil photo doté d'un capteur *Sony Exmor* 13 mégapixels, d'une ouverture f/2.0, d'un double flash LED et d'un stabilisateur optique. Cf. ERWAN, « Les plus belles photos prises avec un iPhone 6 », *Buzzwebzine.fr*, 16 mars 2015 [En ligne : <http://www.buzzwebzine.fr/les-plus-belles-photos-prises-avec-un-iphone-6/>]. Consulté le 29 juin 2015.

³³⁸ Voir Faustine Loison, *op. cit.*.

³³⁹ Voir glossaire.

³⁴⁰ Juan Carlos Ortiz est un publicitaire et communicateur social colombien. Il est président-directeur général de l'agence *DDB* pour l'Amérique Latine, l'Espagne et les États-Unis.

³⁴¹ Voir la déclaration de Juan Carlos Ortiz « *It's not just a great idea, it's a game changes. It's really opening a new way of doing things and changing behavior* » publiée dans l'article d'Anne Cassidy « *Apple's "World Gallery" Campaign Wins Outdoor Lions Grand Prix At Cannes* », *FastCompany*, 23 juin 2015 [En ligne : <https://www.fastcompany.com/3047756/apples-world-gallery-campaign-wins-outdoor-lions-grand-prix-at-cannes>]. Consulté le 30 juin 2015.

publicitaires, les images ne doivent pas présenter de distorsions. Par conséquent, une pièce publicitaire a besoin d'une excellente qualité et d'une impression en haute résolution. En général, pour l'impression d'affiches ou de panneaux promotionnels, il faut donc une image prise par une équipe professionnelle avec des équipements également professionnels. La technologie de l'*iPhone 6* a joué un rôle très important dans cette campagne qui fait réfléchir sur la bonne performance de la caméra du téléphone mobile, un des éléments essentiels de la concurrence commerciale entre les marques de téléphone mobile.

Si l'*iPhone* n'est peut-être pas le « photophone » le plus sophistiqué ni le plus performant, par rapport à un téléphone portable *Samsung* ou *Lumia* par exemple, il est certainement le plus simple et le plus rapide à utiliser, ce qui, surtout pour le réalisateur mobile, est un atout positif du téléphone mobile d'*Apple*. En outre, la lumière et les contrastes des photos présentées sur les affiches sont extrêmement précis. Ainsi, en transformant les panneaux d'affichage publicitaire en une exposition des photos des utilisateurs, *Apple* vante les mérites photographiques de l'*iPhone 6* et passe ainsi implicitement le message que son téléphone mobile possède un appareil photo remarquable.

Sur la galerie du site d'*Apple*, on pouvait aussi trouver des vidéos courtes qui, comme pour les photos, provenaient de toutes les parties du monde. Parmi ces films, on pouvait voir des films venus tout droit de la Norvège, des États-Unis, des Pays-Bas et de l'Australie. Graduellement, de nombreuses vidéos filmées avec des *iPhone 6* par un public de différentes nationalités ont été rejoindre la galerie en ligne. Dans les images en mouvement, certaines fonctions particulières de la technologie utilisée par la caméra de l'appareil comme le *slow-motion* ou même la possibilité de filmer de très près sans perdre la qualité de l'image ont été bien exploitées³⁴². Sur le site, il n'y avait pas d'informations quant à une éventuelle postproduction des films

³⁴² Cf. Mickaël Bazoge « Filmé avec l'iPhone 6 : quatre nouvelles vidéos », *igeneration*, 16 juin 2015 [Disponible en ligne sur : <https://www.igen.fr/iphone/2015/06/filme-avec-liphone-6-quatre-nouvelles-videos-91669>]. Consulté le 19 octobre 2017. (Les vidéos données en exemple dans cet article n'étaient plus disponibles en janvier 2018).

ou retouche des images, ce qui porte à croire que les réalisateurs mobiles n'avaient pas eu recours à des ressources d'édition de l'image.

Au début de 2017, *Apple* a lancé une nouvelle campagne publicitaire baptisée « *Une nuit sur iPhone7* » dans le but de mettre à l'honneur les photos prises la nuit avec cet appareil. Cette campagne avait un format analogue à la campagne précédente, mais elle était focalisée sur un aspect différent de l'appareil. En fait, elle suggérait que l'utilisateur prenne des photos la nuit afin de découvrir les capacités technologiques de l'*iPhone 7* en faible éclairage. Parmi les photos, on pouvait remarquer notamment des images de grottes dans les glaces de l'Arctique, des volcans indonésiens, une boîte de nuit de Johannesburg³⁴³.

En juin 2017, *Apple* a fait une grande campagne publicitaire autour d'un court-métrage qu'il a financé, entièrement tourné avec un *iPhone*. Ce film de Michel Gondry³⁴⁴ intitulé *Détour* (cf. Annexe 5) a compté aussi pour la finalisation des images avec le support technique de l'application *FILMIC Pro*³⁴⁵ qui a permis des réglages poussés pour ajuster la balance des blancs, vérifier l'exposition, modifier la vitesse d'enregistrement, capter au ralenti ou en accéléré, notamment. Ce film de onze minutes, diffusé au départ sur le site d'*Apple*, est visible sur *YouTube*³⁴⁶ ainsi que le making-off, consistant en plusieurs petites vidéos avec des informations techniques sur le tournage du film et des conseils d'utilisation de l'*iPhone*. Malgré tout, comme il s'agit d'un équipement beaucoup plus léger qu'une caméra

³⁴³ Stéphane Moussie, « Nouvelle campagne de pub « One Night on iPhone 7 » », *igeneration*, 30 janvier 2017 [Article en ligne : <https://www.igen.fr/iphone/2017/01/nouvelle-campagne-de-pub-one-night-iphone-7-98623>]. Consulté le 21 juillet 2017.

³⁴⁴ Michel Gondry est un réalisateur de cinéma français, connu notamment pour son film *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* (2004).

³⁴⁵ Voir glossaire.

³⁴⁶ Sur la chaîne *Apple France* de *YouTube*, le film *Détour* totalisait 1 925 831 vues le 28 janvier 2018 (« *Détour – Un film de Michel Gondry* » : <https://www.youtube.com/watch?v=j3qMZXPBwg>). Voir sur le blog *iPhon.fr*, le post où figurent les liens vers du film et du making-of sur *YouTube* : « Court-métrage et making-off disponibles : le réalisateur Michel Gondry tourne « *Détour* » avec l'*iPhone* (MàJ) », *iPhon.fr*, 30 juin 2017 [En ligne : <http://www.iphon.fr/post/michel-gondry-court-metrag-detour-filme-avec-iphone-883872>], consulté le 4 janvier 2018.

conventionnelle, et comme pour certains films³⁴⁷ déjà commentés dans cette thèse, la caméra de l'*iPhone* a été équipée d'un support spécifique et surtout d'autres accessoires professionnels. Comme cela se produit couramment pour les films de poche, il a été réalisé par une équipe réduite constituée d'une vingtaine de personnes. Le tournage du film a duré deux semaines. Il s'agit d'une grande incitation à la réalisation de films de poche et en même temps le développement de ces mobiles à l'avenir.

Par ailleurs, *Apple* a créé sur son site une page de tutoriels en vidéo intitulée « *Comment photographier sur iPhone 7* »³⁴⁸ qui invite les personnes à apprendre diverses techniques de photographie à partir de l'*iPhone 7*. Sur cette page, quiconque peut trouver des informations techniques concernant la caméra de l'*iPhone 7*. *Apple* y a fait figurer certaines phrases afin de stimuler l'usage de l'appareil photo du téléphone mobile, comme par exemple : « *Tout le monde peut prendre de magnifiques photos. Voici quelques astuces et techniques pour vous aider à les rendre encore plus belles et à en profiter avec votre iPhone* »³⁴⁹. Parmi ces astuces techniques, on apprend « *comment photographier un superbe portrait* », comment photographier un gros plan, un panoramique vertical, sans flash, une action, un *selfie* avec le retardateur, un moment d'intimité, notamment³⁵⁰. Il existe aussi des ateliers gratuits à cette fin dans les boutiques *Apple*.

Ainsi *Apple* réunit le cinéma, à travers le cinéma de poche, et la publicité dans une même campagne³⁵¹. En fait, on a en général l'idée que le cinéma s'oppose

³⁴⁷ Comme les films *Olive* (2011) de Hooman Khalili et Patrick Gilles et *Charlotte SP* (2016) de Frank Mora, par exemple.

³⁴⁸ Voir sur le tutoriel en ligne : « *Comment photographier sur iPhone 7 – Photographie* », *Apple*, [En ligne : <https://www.apple.com/fr/iphone/photography-how-to/>]. Consulté le 21 juillet 2017.

³⁴⁹ *Ibidem*.

³⁵⁰ Les autres « astuces techniques » qu'*Apple* propose dans les vidéos de tutoriels sont : comment photographier sous un angle surprenant, avec le zoom, l'horizon, tout en filmant, à la lumière de la rue, une image toute simple, à l'heure dorée, un *selfie*, un *selfie* d'une main, une silhouette au coucher de soleil, un portrait de groupe, un sujet à contrejour et comment convertir en noir et blanc. *Ibidem*.

³⁵¹ Dans cette perspective, Chantal Duchet présente une réflexion importante quand elle analyse le partenariat qui existe entre les domaines du cinéma et de la publicité. Cf. « *Cinéma et publicité : le droit d'asile* », in Laurent Creton (dir.). *Le cinéma et l'argent*, Paris, Nathan, 2000, (« *Nathan cinéma* »), p. 88-102.

à la publicité, en raison du fait que le cinéma est considéré comme un art du spectacle tourné vers la création et la réalisation de films et la publicité est un mode de communication de masse à fins commerciales dans lequel est réalisé un travail du marketing en faveur d'une marque. Mais cette opposition ne correspond pas à la réalité puisqu'en général, la publicité est très présente au cinéma « *sous de nombreuses formes (...) [qui] peuvent se regrouper en deux catégories définies par le mode de financement : direct et indirect* »³⁵². On peut parler de « droit d'asile » avec le financement direct du cinéma qui « *permet à la publicité de faire partie intégrante du film et de se cacher pour mieux se donner à voir (...). Le droit d'asile consiste donc à « placer » dans le déroulement d'un film ou d'une œuvre audiovisuelle un produit et/ou un service, ou sa représentation* »³⁵³.

Dans le film *Détour*, l'*iPhone 7* est l'élément central, mais le téléphone mobile n'est vu à aucun moment, et il est représenté à travers l'image que l'appareil produit. Comme dans les campagnes publicitaires précédentes d'*Apple*, « *Photographié (et/ou filmé) avec l'iPhone 6* » et « *Une nuit sur iPhone7* », où cet objet est toujours montré à partir des photos qui ont été prises grâce à lui. Il y a un mélange évident entre l'œuvre de création cinématographique et la création publicitaire qui surgit dans cette campagne quand un réalisateur connu dans le monde du cinéma traditionnel tourne un film de poche. *Apple* a ainsi conçu stratégiquement, économiquement mais aussi esthétiquement, sa campagne à travers la technologie de l'appareil.

Cette campagne d'*Apple* rappelle une campagne publicitaire très célèbre de la marque *Kodak*. En 1888, George Eastman a mis sur le marché l'appareil photo *Kodak* avec le slogan vantant sa simplicité : « *Vous appuyez sur le bouton, nous nous chargeons du reste !* »³⁵⁴. De cette façon, l'appareil *Kodak* avait permis la

³⁵² *Ibidem*, p. 89.

³⁵³ *Ibidem*.

³⁵⁴ Le slogan en anglais est : *You press the button, we do the rest*. Cf. « 1878-1929 », [En ligne : http://www.wcafr.kodak.com/CA/fr/corp/aboutKodak/historyOfKodak/1878_fr-ca.jhtml?pq-path=2699]. Consulté le 26 octobre 2017.

démocratisation de la photographie. Comme pour la marque *Kodak*, la stratégie commerciale d'*Apple* met clairement au premier plan la pratique amateur.

3. L'économie créative et le cinéma de poche

La plupart des activités économiques à l'époque contemporaine auraient tendance à intégrer de plus en plus de création ou de créativité (la confusion entre les deux est récurrente dans ces discours) dans leur procès de création ou de diffusion. Selon ces conceptions, les industries créatives vont puissamment concourir à la conversion de l'économie à la créativité, De fait, très rapidement, va émerger la notion d'économie créative, qui désigne l'extension à la quasi-totalité d'économie des procès socio-économiques à l'œuvre dans les industries créatives, notamment les procès d'organisation du travail ou les modalités de « création » des produits. David Trosby (2001), un économiste, va ainsi décrire l'économie créative comme une suite de cercles concentriques. Au cœur se trouvent les arts et les industries créatives, qui constituent une sorte d'input, puis, dans les cercles qui suivent, sont placées les autres activités en fonction du rapport, plus ou moins important, qu'elles entretiennent avec la créativité.³⁵⁵

L'économie créative est discutée à la lumière de nombreux concepts qui la définissent comme une question multidisciplinaire qui comprend l'économie elle-même, la culture et la technologie au sein du monde contemporain dominé par les images, les sons, les textes et les symboles. Nous pouvons dire aussi que c'est « *une production qui valorise l'unicité, la symbolique et ce qui est immatériel : la créativité* »³⁵⁶. D'après Alain Busson et Yves Évrard³⁵⁷,

³⁵⁵ Philippe Bouquillion, « Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet ? », in *Creative economy, creative industries : Des notions à traduire*, dir. Philippe Bouquillion, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2012, p. 9.

³⁵⁶ Voir la préface de l'ouvrage *Creative economy as a development strategy*, Ana Carla Fonseca Reis (org.), São Paulo, Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008, p. 9.

³⁵⁷ Alain Busson et Yves Évrard, *Les industries culturelles et créatives : économie et stratégie*, Paris, Vuibert, 2013, 231 p., p. 4.

« Il a été observé que dans les sociétés postindustrielles, la valeur trouve principalement sa source dans des composantes immatérielles telles que l'information et la connaissance, d'où l'expression « société de la connaissance ». L'innovation est à la base de la création de richesses et l'investissement en recherche et développement en est le déterminant. Cette approche, qui tend à confondre des formes différentes de création (découvertes scientifiques ou nouvelles formes artistiques), est trop globalisante : en identifiant toute forme de création à la figure valorisante de l'artiste ou au contraire en considérant celui-ci comme un « chercheur en esthétique », on perd de vue la spécificité des deux démarches créatives que sont l'art et la science. »

Cette définition de l'immatériel concerne aussi le patrimoine culturel d'une société considéré traditionnel, dans laquelle la culture est transmise entre les générations, et vivant, où l'immatériel est transformé et recréé par la société³⁵⁸. Ainsi, les valeurs symboliques et la créativité jouent un rôle central dans l'économie créative soutenue par les expressions artistiques dont notamment aujourd'hui le cinéma de poche. Le rapport public de la « Commission sur l'économie de l'immatériel » (2006)³⁵⁹, rédigé à la demande du ministère français de l'Économie, des finances et de l'industrie, souligne que :

« L'économie a changé. En quelques années, une nouvelle composante s'est imposée comme un moteur déterminant de la croissance des économies : l'immatériel. Durant les Trente Glorieuses, le succès économique reposait essentiellement sur la richesse en matières premières, sur les industries manufacturières et sur le volume de capital matériel dont disposait chaque nation. Cela reste vrai, naturellement. Mais de moins en moins. Aujourd'hui, la véritable richesse n'est pas concrète, elle est abstraite. Elle n'est pas matérielle, elle est immatérielle. C'est désormais la capacité à innover, à créer des concepts et à produire des idées qui est devenue l'avantage compétitif essentiel. Au capital matériel a succédé, dans les

³⁵⁸ Ministério da Cultura, « Plano da secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014 (2^a ed. revisada). », Ministério da Cultura, 2011, p. 26.

³⁵⁹ Maurice Lévy et Jean-Pierre Jouyet, « L'économie de l'immatériel : la croissance de demain », Rapport de la Commission sur l'économie de l'immatériel, La documentation française, 2006, p. 184. Disponible sur le lien : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/064000880.pdf>. Consulté le 8 janvier 2018.

critères essentiels de dynamisme économique, le capital immatériel ou, pour le dire autrement, le capital des talents, de la connaissance, du savoir. »³⁶⁰

Ainsi, l'immatériel est le moteur d'une économie tournée vers la créativité et la transformation inventive d'une société. Dans une vision contemporaine, ce que l'économie créative propose, ce qui importe, c'est la transformation innovante que la technologie peut offrir pour le développement culturel et technologique d'une société. Actuellement il existe de la part des pouvoirs publics – aussi bien dans les pays les plus industrialisés que dans des pays en développement – un intérêt assez important pour l'investissement dans ce domaine.

L'« Année Européenne de la Créativité et de l'Innovation » en 2009³⁶¹ avait pour maxime « *Imaginer. Créer. Innover.* »³⁶². Cette initiative visait à valoriser la créativité et l'innovation en établissant « *un environnement propice à toutes les formes de créativité et d'innovation, qu'elles soient artistiques, culturelles, sociales ou technologiques, et à favoriser l'utilisation pratique des connaissances et des idées* »³⁶³. Cependant, Bouquillion, Miège, et Mœglin questionnent cette initiative en remarquant que « *c'est aussi l'homme de tous les jours qui est sommé de se faire le créateur de sa propre existence et du monde qui l'entoure* »³⁶⁴. En effet, il y a un aspect crucial qui est le libre arbitre de l'individu et les déterminations des normes de groupes sociaux. Ce type d'initiative peut être dangereux pour la liberté de l'expression et de la créativité. Dans ce contexte, la société est poussée à créer de nouvelles façons « d'être » dans le monde. Mais, comment ces nouvelles façons

³⁶⁰ *Ibidem*, p. I.

³⁶¹ Elle faisait suite aux engagements pris par le Conseil Européen extraordinaire de Lisbonne les 23 et 24 mars 2000 « Vers une Europe de l'innovation et de la connaissance », qui a posé les bases de la politique future de l'Union en la matière, qu'on a appelée la « stratégie de Lisbonne ».

³⁶² Philippe Bouquillion, Bernard Miège et Pierre Mœglin, *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2013, p. 161.

³⁶³ Voir la Décision n° 1350/2008/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 concernant l'Année européenne de la créativité et de l'innovation (2009), disponible en ligne sur le page des « Synthèses de la législation de l'UE » : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=LEGISSUM%3A129020>. Consulté le 8 janvier 2018.

³⁶⁴ Philippe Bouquillion, Bernard Miège et Pierre Mœglin, *Idem*, p. 162.

« d'être » peuvent-elles se produire afin d'obtenir des résultats réellement créatifs ? Peut-être est-ce à travers l'éducation et les médias que l'on peut s'orienter vers la stimulation de la créativité³⁶⁵.

En revanche, il semble intéressant pour l'industrie de développer ses produits en valorisant les résultats créatifs qui proviennent de la société. Pour les industries et l'économie créatives, la question de l'innovation joue un rôle essentiel. Ainsi, la créativité artistique est valorisée et se trouve au centre des processus d'innovation³⁶⁶.

Un des éléments mentionnés par la Commission Européenne est que « *la créativité est un attribut humain* », et elle « *se manifeste dans de nombreux contextes, que ce soit dans l'art, le design ou l'artisanat, mais également dans le domaine du progrès scientifique et technologique, de l'esprit d'entreprise et de l'innovation sociale. L'innovation est la concrétisation réussie d'idées nouvelles nées de la créativité* »³⁶⁷. De cette façon, la créativité et l'innovation ensemble bénéficient autant aux domaines économiques et sociaux qu'aux disciplines artistiques. L'un des objectifs spécifiques fixés par la Commission Européenne est de « *promouvoir la créativité et l'esprit d'initiative dès le plus jeune âge au moyen d'un enseignement formel et non formel et d'activités informelles pour les jeunes* »³⁶⁸. Cet objectif peut même contribuer à changer l'image stigmatisée de l'artiste et du créateur qui ignorent les réalités économiques et commerciales. Ainsi, l'éducation dès la petite enfance joue un rôle central pour l'articulation entre l'artiste créatif innovant et l'entrepreneur³⁶⁹. À condition que cette pensée respecte le libre arbitre de chacun.

³⁶⁵ Bouquillion, Miège, et Mœglin donnent un exemple de la façon dont se manifeste cette injonction à la société d'être « créative » : « *Quant à la publicité, elle ne manque pas une occasion de faire jouer la corde sensible de l'expressivité créative, comme en témoignent, entre autres, le slogan adressé aux utilisateurs des tablettes Samsung en décembre 2012 : « Be creative ! » et la maxime de Rolex, en février 2013, lors de la présentation de ses Awards for Enterprise : « Avec suffisamment de créativité, chacun de nous peut changer le monde. »* ». *Ibidem*.

³⁶⁶ Philippe Bouquillion, *op. cit.*, p. 27.

³⁶⁷ Voir à la page « Synthèses de la législation de l'UE » <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=LEGISSUM%3A129020>. Consulté le 8 janvier 2018.

³⁶⁸ *Ibidem*.

³⁶⁹ Philippe Bouquillion, *op. cit.*, p. 33.

Cette idée est d'ailleurs dans une certaine mesure en accord avec notre proposition de formation formelle évoquée dans la première partie de cette thèse qui inclut comme formation nécessaire la lecture, l'écriture et la compréhension de l'image, mais aussi une certaine connaissance technologique.

Le cinéma de poche demeure une expression artistique développée avec l'aide de nouvelles technologies de la communication. D'autre part, il se peut que l'industrie de la téléphonie mobile n'ait pas prévu au départ que son produit allait peu à peu se transformer en objet de création artistique. Cette transformation d'objet de communication en objet de production artistique s'est faite à travers une société créative ayant des intérêts axés sur l'expression personnelle, « une culture de soi », comme l'a remarqué Roger Odin³⁷⁰. De cette façon, la société s'harmonise avec son environnement, l'individu trouvant ses marques en lui-même. Et ce changement est déjà en soi un acte créatif.

De plus, il est important de noter que les êtres humains donnent naturellement des significations aux objets qu'ils ont entre leurs mains. Ainsi, si pour certains utilisateurs de téléphones mobiles, il est uniquement un objet de communication, pour d'autres, il est un moyen de création très important. Comme par exemple, pour le réalisateur Marcel Izidoro, dans le témoignage rapporté au début, lorsqu'il affirme que la fonction la moins importante du téléphone mobile est celle qui permet de téléphoner³⁷¹.

À partir de la réalisation et de la visualisation des films sur un appareil mobile, soit professionnels, soit amateurs, le cinéma mobile est devenu partie intégrante du quotidien³⁷², dans les pays en voie du développement comme dans les

³⁷⁰ Roger Odin souligne le rôle du portable dans la cinéphilie actuelle et, en particulier, la nouvelle relation avec soi que cela implique, et il relève l'observation de Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto : « *l'échange fondé sur la consommation cinématographique est le vecteur d'une culture de soi, un espace que permet d'explorer sa propre personnalité* ». Cf. Roger Odin, *op. cit.* (2014), p. 44, et Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto, *Cinéphiles et cinéphilies*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 175.

³⁷¹ Selon le réalisateur Marcel Izidoro, dans un entretien qu'il nous a accordé sur le monde du cinéma mobile, le 6 février 2017. Voir dans l'introduction, la note 8.

³⁷² Principalement chez les adolescents. Roger Odin, *Ibidem*.

pays post-industriels où l'incidence économique n'était plus aussi déterminante. Il est intéressant de noter également que l'industrialisation, la production et la diffusion du téléphone mobile n'avaient jusque là rien à voir avec le domaine des arts. L'innovation culturelle a été ainsi mise en évidence. Du point de vue de l'économie et l'industrie, cette innovation a transformé le cinéma de poche en un bien symbolique³⁷³ capable de donner un sens artistique au téléphone mobile, lorsqu'on sait qu'une grande partie de la production symbolique concerne la production culturelle. On est en présence d'un bien symbolique lorsqu'on assigne une valeur marchande à un objet artistique ou culturel, qui va être soumis aux lois du marché. En effet, selon Pierre Bourdieu :

« L'histoire de la vie intellectuelle et artistique des sociétés européennes peut être comprise comme l'histoire des transformations de la fonction du système de production des biens symboliques et de la structure même de ces biens qui sont corrélatives de la constitution progressive d'un champ intellectuel et artistique, c'est-à-dire de l'autonomisation progressive du système des relations de production, de circulation et de consommation des biens symboliques : en effet, à mesure qu'un champ intellectuel et artistique tend à se constituer (en même temps que le corps d'agents correspondant – soit l'intellectuel par opposition au lettré et l'artistique par opposition à l'artisan) en se définissant par opposition à toutes les instances pouvant prétendre légiférer en matière de biens symboliques en nom d'un pouvoir ou d'une autorité qui ne trouve pas son principe dans le champ de production lui-même, les fonctions objectivement imparties aux différents groupes d'intellectuels ou d'artistes en fonction de la position qu'ils occupent dans ce système relativement autonome de relations objectives tendent toujours davantage à devenir le principe unificateur et générateur (donc explicatif) de leurs prises de position et, du même coup, le principe de

³⁷³ « Bien symbolique : Il s'agit d'un « objet » intellectuel ou culturel (œuvre d'art, texte, discours, etc.), partiellement immatériel et dont les critères d'évaluation sont spécifiques. Un bien symbolique peut être transmis lors d'un échange et faire l'objet d'une consommation, sans pour autant qu'en soit fixée de valeur monétaire (prix). En employant la notion de « marché des biens symboliques », Pierre Bourdieu a mis l'accent à la fois sur son analogie avec les marchés ordinaires (les biens sont échangés et prennent de la valeur) et sur la spécificité du processus de détermination de leur valeur. Cette valeur est le résultat du fonctionnement propre à un univers social autonome, dans lequel la dimension monétaire ou marchande est secondaire. » Frédéric Lebaron, *La sociologie de A à Z*, Paris, Dunod, 2009, p. 18.

la transformation au cours du temps de ces prises de position, d'abord dans l'ordre de l'esthétique, mais aussi de la politique. »³⁷⁴

Ces questions ont évolué depuis. Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, les transformations dans les formes de production, de consommation et de coexistence sociale dans les sociétés modernes ont comme vertu le savoir et la créativité. Comme pour les secteurs de l'industrie, ces attributs constituent également un facteur de grande importance du développement technologique de la téléphonie mobile. La transformation innovatrice que la technologie apporte à travers des expressions artistiques comme le cinéma de poche, par exemple, peut contribuer au développement culturel et technologique d'une société, en valorisant de cette façon l'art dans l'industrie³⁷⁵.

Avant réfléchir sur l'art en tant qu'axe stratégique pour le développement technologique, nous chercherons à comprendre comment, selon le point de vue de certains théoriciens, ces industries s'organisent en termes d'industrie créative, ou économie créative, cette économie spécifique de la création industrielle.

3.1. Les industries créatives et culturelles

Le terme « industries créatives » a fait son apparition dans les années 1990 pour indiquer les secteurs dans lesquels la créativité est l'essentielle. Cette notion en quelque sorte a renouvelé le concept d'industries culturelles mis en avant dans

³⁷⁴ Pierre Bourdieu, « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique (1940/1948-)*, vol. 22, 1971, (« Troisième série »), p. 49-126, p. 49. En note à la fin de ce paragraphe, Pierre Bourdieu observe : « *Autonomie relative implique, évidemment dépendance et il faut examiner aussi la forme que revêt la relation du champ intellectuel aux autres champs et en particulier au champ du pouvoir, et les effets proprement esthétiques qu'engendre cette relation de dépendance structurale* ».

³⁷⁵ Cf. le dernier numéro de la revue *Théorème : Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, *Théorème*, 29, Presses Sorbonne Nouvelle, 2018, 238 p..

l'après-guerre³⁷⁶. Ces secteurs ont été recensés par le gouvernement anglais en 1998³⁷⁷ à partir d'une étude consacrée aux champs dits créatifs que sont la publicité, le design, la mode, l'architecture, le marché des arts et des antiquités, l'artisanat (d'art), le cinéma, les logiciels, les logiciels interactifs pour les loisirs, la musique, le spectacle vivant, l'édition, la radio, la télévision, les musées, les galeries d'art et les activités liées aux traditions culturelles³⁷⁸. De toute façon, les industries créatives incluent des activités liées au cinéma, au théâtre, à la musique et aux arts plastiques.

Reprenant les nombreuses définitions de l'industrie créative, Florence Toussaint souligne que si les industries créatives s'appuient sur la créativité, « *cette créativité est surtout technique* » et « *la culture constitue une base à laquelle l'on fait appel pour valoriser les produits de ces industries* »³⁷⁹. Dans les pays industrialisés, où la main-d'œuvre est très chère, l'industrie créative est considérée comme l'élément central de l'avenir de l'économie³⁸⁰. Ainsi, les industries créatives sont invitées à inclure le processus créatif et artistique au sein de leur environnement de travail.

³⁷⁶ Max Horkheimer et Theodor Wiesengrund Adorno créent l'expression *Kulturindustrie* (industrie culturelle) dans leur ouvrage *Philosophische Fragmente*. New York, Social Studies Association, Inc., 1944, dont une version révisée est parue en 1947 sous le titre *Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente*, Amsterdam, Querido Verlag, 1947 ; cette version a été traduite en français sous le titre : *La dialectique de la raison : fragments philosophiques*, trad. Éliane Kaufholz-Messmer, Paris, Gallimard, 1983 (1^{ère} éd. 1974), 281 p., (« Collection Tel », 82).

³⁷⁷ *Department for Culture, Media and Sport*, « Creative Industries Mapping Documents 1998 », GOV.UK, 9 avril 1998 [En ligne : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>]. Consulté le 9 octobre 2017.

³⁷⁸ Pedro F. Bendassolli, Thomaz Wood Jr., Charles Kirschbaum et Miguel Pina e Cunha, « Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades », *Revista de Administração de Empresas*, vol. 49, mars 2009, p. 10-18.

³⁷⁹ Florence Toussaint, « Approche des industries créatives : origine et définition de la notion », in Philippe Bouquillion, (éd.). *Creative economy, creative industries : Des notions à traduire*, éd. Philippe Bouquillion, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2012, p. 61-68, p. 68.

³⁸⁰ Philippe Bouquillion, « Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet ? », in Philippe Bouquillion, (éd.). *Creative economy, creative industries : Des notions à traduire*, éd. Philippe Bouquillion, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2012, p. 5-45, p. 6.

Une autre définition de l'industrie créative également importante pour cette thèse est celle qui met également en relief la connaissance à travers l'interaction de la société :

« L'idée d'industries créatives cherche à décrire la convergence conceptuelle et pratique des arts créatifs (le talent individuel) avec les industries culturelles (à grande échelle), dans le contexte des nouvelles technologies des médias (TIC) au sein d'une nouvelle économie de la connaissance, pour l'usage de nouveaux citoyens consommateurs interactifs. »³⁸¹

Ce point de vue est pertinent pour illustrer notre idée d'un partenariat entre l'industrie de la téléphonie mobile et le réalisateur de films de poche à faveur d'un développement croissant de la technologie de l'image :

« La catégorie [des industries créatives] est fondée sur l'extension du modèle économique de l'art, où la création est l'activité centrale, à d'autres secteurs pour lesquels elle est également un input déterminant (par exemple, la mode, le design ou l'architecture). Cette construction par extension comporte trois étapes (ou « cercles ») : les activités artistiques stricto sensu, les industries culturelles résultant de la reproductibilité des contenus artistiques, les autres catégories d'industries créatives pour lesquelles le contenu artistique – et la valeur symbolique qui lui est associée – tient une place moins importante. Il s'agit cependant là d'un continuum (pouvant être regroupé sous l'expression « ICC, Industries culturelles et créatives »), allant de la création individuelle à la création collective puis organisationnelle, et dont les frontières peuvent être poreuses (par exemple, les nombreuses interactions entre arts plastiques et mode). »³⁸²

À notre avis l'interaction sans frontières entre les différentes catégories et domaines est toujours productive dans une société en développement d'un point de vue surtout technologique.

³⁸¹ John Hartley, « Creative industries », in *Creative industries*, org. John Hartley, Malden, MA, Blackwell Pub, 2005, p. 1-31, p. 5. Traduction libre de l'anglais.

³⁸² Alain Busson et Yves Évrard, *op. cit.*, p. 4-5.

À partir d'une analyse des différentes définitions de l'industrie créative citées, on relève quatre caractéristiques principales des industries créatives. Tout d'abord, l'élément central de l'industrie créative reste la créativité. Deuxièmement, la culture est traitée sous forme d'objets culturels porteurs de sens socialement partagés auxquels donc le consommateur attribue une valeur par l'acte en soi de la consommation. Troisièmement, les industries créatives transforment les signes et ces significations en valeur économique. Et, enfin, l'industrie créative repose sur la convergence entre les arts, le marché et la technologie³⁸³. Bendassolli, Wood Jr, Kirschbaum et Pina e Cunha font remarquer que cette convergence avait déjà été évoquée auparavant par Adorno et Horkheimer quand ceux-ci ont défini le terme d'« industrie culturelle » pour rendre compte de la situation de l'art dans une société capitaliste industrielle³⁸⁴. On peut relever que ces deux théoriciens de l'école de Francfort ont affirmé qu'avec le capitalisme, la reproduction et la distribution culturelle effaceraient peu à peu l'art classique et populaire³⁸⁵.

Le terme « industrie culturelle » ou « industries culturelles » (au pluriel)³⁸⁶, et le terme « industrie créative » sont parfois utilisés comme synonymes. En fait, ils convergent si on observe que « *ces concepts mentionnent le caractère immatériel des biens culturels, leur intangibilité, leur aspect symbolique et leur dépendance des réseaux sociaux pour acquérir de la valeur* »³⁸⁷. Par contre, ils divergent entre eux du fait de « *la manière dont chacun de ces concepts se relie avec les politiques publiques, avec une possible mission humaniste et une politique de la culture et de l'art, avec le rôle du consommateur, et avec la culture et ses divers aspects de*

³⁸³ Pedro F. Bendassolli [et al.], *op. cit.*, p. 12-13.

³⁸⁴ Max Horkheimer et Theodor Wiesengrund Adorno, *La dialectique de la raison : fragments philosophiques* (*op. cit.*), p. 129.

³⁸⁵ *Ibidem*, p. 129.

³⁸⁶ On a commencé dans les années 1960 à utiliser le terme « industries culturelles » (au pluriel) « *sous l'influence de la sociologie française, qui concevait les rapports entre la culture, la technologie et le capital de manière plus complexe que les théoriciens de l'école de Francfort* ». Cf. Pedro F. Bendassolli [et al.], *op. cit.*, p. 15. Les auteurs renvoient ici à l'ouvrage de David Hesmondhalgh *The Cultural Industries*. London and Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.

³⁸⁷ *Ibidem*, p. 14. Traduction libre du portugais.

consommation, divertissement, loisir et style de vie »³⁸⁸. D'autres donnent ici une définition du terme « industries culturelles » :

*« Il désigne l'ensemble des entreprises produisant selon des méthodes industrielles des biens dont l'essentiel de la valeur tient à leur contenu symbolique comme le livre, la musique, le cinéma, la télévision, la radio et, plus récemment, le jeu vidéo. Cette notion est la clé de voûte des débats sur la diversité culturelle ayant mené à la convention de 2005. Celle-ci a visé à faire des industries culturelles une exception aux échanges commerciaux sans frontières afin de préserver le double versant de ce type de bien, à la fois commercial et identitaire, permettant aux États souverains de continuer à intervenir par le biais de politiques culturelles publiques. »*³⁸⁹

La *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* est un traité adopté par l'UNESCO lors de sa 33^e session à Paris, en octobre 2005. Cette même année, Hartley a présenté certaines définitions autour des industries créatives afin d'éviter toute confusion de catégories (cf. tableau 2). Hartley croit que cette confusion n'est qu'apparente, car « elle résulte en fait de perspectives différente des différents acteurs », et il présente un résumé issu d'un rapport pour le *National Office for the Information Economy* en Australie qui montre les différentes catégories adoptées dans différents contextes analytiques³⁹⁰.

³⁸⁸ *Ibidem*, p. 14-15. Traduction libre du portugais.

³⁸⁹ Divina Frau-Meigs et Alain Kiyindou, « Introduction », in *Diversité culturelle à l'ère du numérique glossaire critique*, org. Divina Frau-Meigs et Alain Kiyindou, Paris, Documentation française, 2014, p. 5-20, p. 15.

³⁹⁰ John Hartley, *op. cit.*, p. 30.

Tableau 2 : Les différentes catégories autour des industries créatives³⁹¹.

Les industries créatives	Les industries du copyright	Les industries du contenu	Les industries culturelles	Les contenus numériques
Largement caractérisées par la nature des intrants du travail : « les individus créatifs »	Définies par la nature des actifs et la production de l'industrie	Définies par l'axe de la production de l'industrie	Définies par la mission de service public et le financement	Définis par la combinaison de la technologie et l'axe de la production de l'industrie
Publicité Architecture Design Logiciels interactifs Films et TV Musique Édition Spectacles vivants	Art commercial Arts créatifs Films et vidéos Musique Édition Médias enregistrés Logiciel de traitement des données	Musique préenregistrée Musique enregistrée Distribution musique enregistrée Radiodiffusion et film Logiciels Services multimédias	Musées et galeries Arts visuels et artisanat Éducation artistique Radiodiffusion et distribution de film Musique Arts performants Littérature Bibliothèques	Art commercial Films et vidéos Photographie Jeux électroniques Médias enregistrés Enregistrement sonore Stockage et récupération d'informations

« La question de l'innovation est en effet centrale dans les réflexions relatives aux industries et à l'économie créatives et plus particulièrement, la créativité artistique serait au cœur des processus d'innovation »³⁹². À l'aide de la technologie, la créativité est valorisée, et les arts gagnent un espace de plus en plus important dans la société. En effet, dans leurs nombreuses manifestations, les arts se distinguent dans le sens qu'ils réunissent un ensemble de talents qui aideront à nourrir les industries créatives, et ce sont des expressions de la créativité humaine, qui permettent à la société de porter un regard sur elle-même pour mieux se comprendre.

³⁹¹ Sources : National Office for the Information Economy, 2003 et John Hartley, 2005, *Ibidem*. Dans le livre de John Hartley ce tableau intitulé « What are the creative industries – category confusion or focus of analysis? » est une compilation des informations de CIRAC, QUT and Cutler & Company, *Research and Innovation Systems in the Production of Digital Content and Applications*, report for the National Office for the Information Economy, September 2003, p. 8 et 19-21. Traduction libre de l'anglais.

³⁹² Philippe Bouquillion, Bernard Miège et Pierre Mœglin, *op. cit.*, p. 64.

La créativité génère l'innovation et les structures sociales lui cèdent de la place. En outre, l'innovation est essentielle autant pour l'économie que pour les industries créatives, qui « *sont basées sur la créativité, la compétence et le talent individuels* »³⁹³. Dans ce contexte précisément, les arts font émerger des talents qui aideront à nourrir les industries créatives. Dans le cadre du cinéma de poche, le réalisateur mobile est pour l'industrie de la téléphonie mobile un « travailleur », ou un talent créatif. Les nombreuses pratiques culturelles en cours actuellement, et plus précisément celles ici analysées consistant faire des films avec un téléphone mobile, partent du capital humain³⁹⁴ de chaque individu.

3.2. Expressions artistiques : axe stratégique du développement technologique contemporain

Il est important d'inclure dans l'économie créative des expériences artistiques et culturelles telles que la musique, la danse, le théâtre, l'opéra, le cirque, la peinture, la photographie et le cinéma, mais également, les expressions liées aux nouveaux médias, au design et à l'architecture. C'est tout naturellement que le cinéma de poche s'inscrit dans ce contexte.

Dans le monde contemporain, la culture passe essentiellement par l'accès aux écrans de la télévision, de l'ordinateur, ainsi que du téléphone. En fait, il est intéressant de noter une caractéristique très particulière du cinéma de poche : alors que dans la salle de cinéma le spectateur ne peut pas toucher l'écran, le spectateur

³⁹³ D'après le *Department for Culture, Media and Sport*, du gouvernement britannique, cité par Ana Carla Fonseca Reis, « Introduction », in *Creative economy as a development strategy*, Ana Carla Fonseca Reis (org.), São Paulo, Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008, p. 17.

³⁹⁴ « *Capital humain : Le capital humain désigne l'ensemble des compétences de toutes natures acquis par un individu en vue d'en retirer un gain (monétaire) sur le marché du travail. Conçue par des économistes américains (Theodore Schultz, Gary Becker) dans les années 1960, la notion de capital humain vise d'abord à expliquer les différences de productivité observées entre les salariés. Elle permet, par exemple, de rendre compte de la rationalité économique de l'investissement individuel dans le système scolaire. Cette notion est donc avant tout « économique », au sens où le capital humain résulte d'un investissement individuel tourné vers la recherche de rentabilité et peut faire l'objet d'une mesure monétaire.* » Frédéric Lebaron, *op. cit.*, p. 24.

peut le faire sur le téléphone mobile pendant qu'il voit le film³⁹⁵. Sa perception est essentiellement tactile et corporelle. Fait intéressant, le cinéma de poche offre au spectateur un film qu'on peut toucher et qu'on peut porter dans ses mains ou dans sa poche. Il existe une similitude entre ces deux arts que sont le cinéma traditionnel et le cinéma de poche, puisqu'ils sont tous deux basés sur le langage de l'image en mouvement. Mais la diversité créative qui peut se manifester l'image de poche, grâce notamment au développement de nouveaux logiciels et d'applications, rendent le téléphone mobile très intéressant pour la production d'images. Les appareils mobiles font de leurs utilisateurs le centre de nouvelles connexions entre différents appareils dans une perspective d'interactivité toujours démultipliée. Cette connexion est importante pour le cinéma de poche, car elle facilite la production d'images, la circulation des films et l'accès aux contenus créatifs, tout cela à travers un appareil de téléphonie mobile miniaturisé. Du point de vue de la technologie, la téléphonie mobile contribue directement à l'émergence d'un « autre » cinéma sur cette base du téléphone mobile.

Parmi ses différentes fonctions, le téléphone mobile permet de créer des moyens de réaliser des films, en offrant des nouvelles pratiques de réalisation et de diffusion s'adaptant aux modes de financement et d'organisation de la production du cinéma de manière plus flexible. Pour accompagner ces nouvelles pratiques, l'industrie de la téléphonie mobile met régulièrement à jour ses appareils et propose aussi de nouvelles fonctions et possibilités d'utilisation qui accélèrent ces modalités flexibles.

³⁹⁵ Roger Odin, *op. cit.*, p. 44.

3.3. L'artiste et l'industrie

Comment interroger aussi les différents aspects de la recherche dans le domaine des arts et son rapport avec la création³⁹⁶ ? Le sociologue Jean-Paul Fourmentraux relève que les politiques publiques mises en œuvre pour cette recherche sont étroitement liées au développement des technologies de l'information et de la communication (TIC)³⁹⁷. Elles se manifestent dans une refonte des enseignements des arts à niveau supérieur, la création de programmes de « recherche artistique » dans les écoles d'art et les universités, avec des programmes d'accueil d'étudiants et d'artistes dans l'industrie et dans les laboratoires de recherche publics, la mise en place de mécanismes de soutien à l'innovation artistique, notamment dans le domaine audiovisuel, incitant aux partenariats entreprises-agences publiques, la création de plateformes technologiques et de consortiums interdisciplinaires, entre autres³⁹⁸. Cependant, Fourmentraux relève deux compréhensions quant à la posture de l'artiste-créateur vis-à-vis de la « *recherche artistique* ». Si ce dernier a toujours un « *esprit de « recherche » et travaille de façon concomitante et indissociable dans le sensible et le cognitif.* »³⁹⁹, cette recherche correspondant à « *la phase préparatoire de documentation et de réflexion qui préexiste et conditionne le processus ultérieur de production d'une œuvre singulière et originale* », mais par ailleurs,

« Une deuxième posture, qui se radicalise avec le développement des technologies numériques, suppose que le chercheur-plasticien projette dans cette dissociation du « faire » et de « l'analyse du faire » des fins extérieures à son œuvre propre. Il y aurait, d'une part, l'idée que l'art en tant que tel est recherche par sa possibilité d'exploration et de traduction de choses, par exemples techniques, qui n'ont pas encore de pratiques sociales. L'art permettrait ainsi de penser et d'anticiper des usages technologiques innovants. Et d'autre part, il y aurait l'idée que la recherche artistique peut

³⁹⁶ Cf. Jean-Paul Fourmentraux, *Artistes de laboratoire : recherche et création à l'ère numérique*, Paris, Hermann, 2011, 126 p.

³⁹⁷ *Idem*, p. 23.

³⁹⁸ *Idem*, p. 23-25. Selon Fourmentraux ces consortiums interdisciplinaires sont « *Par exemple, les projets d'alliance Artem (France, Nancy) et Nicéphore cité (France, Chalon-sur-Saône).* ». *Idem*, p. 24

³⁹⁹ *Idem*, p. 25.

donner lieu à des développements technologiques inédits. Ces logiques entraînent donc une transformation des missions de l'artiste qui se trouve devoir faire la part des choses entre, d'un côté, sa position de praticien, le cas échéant son emploi d'enseignant, et de l'autre, la nécessité d'inscrire désormais ses activités dans un programme de recherche. Dans ce contexte, l'artiste contemporain est tenu de développer un profil polyvalent qui puisse lui permettre d'être tour à tour créateur, chercheur ou entrepreneur, en fonction de l'espace d'opportunité qui s'offre à lui et pour s'accorder aux différentes logiques de valorisation à l'œuvre dans des mondes de l'art fonctionnant selon des logiques de projet. »⁴⁰⁰

Il nous semble particulièrement intéressant de rapprocher ces réflexions de Fourmentaux de celles de Flusser citées dans la première partie de cette thèse, qui dans leurs points de vue respectifs associent création artistique et développement technologique. Pour Flusser, l'artiste explorerait la technologie de l'appareil en faveur de la création artistique, et pour Fourmentaux, c'est la recherche artistique qui pourrait alimenter l'innovation technologique. Selon Fourmentaux, l'artiste contemporain a un profil polyvalent qui est exploité dans d'autres secteurs de la société, comme l'industrie. Ainsi, l'artiste joue un rôle important pour le développement technologique, en permettant le rapprochement entre les arts et l'innovation industrielle.

Le réalisateur mobile et l'industrie sont devenus des partenaires de travail. La téléphonie mobile intervient dans le monde de l'art contemporain et les opérateurs mobiles sont des diffuseurs de contenus culturels. La réalisation intellectuelle et artistique apparaît comme une stratégie accomplie de l'économie créative.

Du point de vue de l'industrie, on peut dire que dans les économies modernes, les technologies entraînent de nouvelles dynamiques sociales, économiques et culturelles pour la vie quotidienne de l'entreprise. Ainsi, se constitue

⁴⁰⁰ *Idem*, p. 26-27.

une réalité transformatrice des habitudes, pour créer, produire, diffuser, distribuer et consommer des biens et des services culturels⁴⁰¹.

La multiplication des films réalisés avec un téléphone mobile sur la scène contemporaine a rendu le cinéma de poche plus « important » dans ce processus. Les films de poche ne sont pas seulement une manifestation isolée d'une génération, mais un élément présent à l'intérieur d'un système artistique-industriel qui contribue à produire des changements sociaux importants.

Quand les individus utilisent les médias dans un but d'innovation artistique, ils produisent un résultat qui, à son tour, génère de nouvelles réflexions sur les arts et leurs statuts respectifs, ainsi qu'un encouragement au développement de ces technologies. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication, qui incluent l'audiovisuel, les télécommunications et l'informatique, sont aussi devenus plus perméables aux expressions culturelles d'une société de consommation. Par conséquent, ces nouveaux produits généreront ensuite une nouvelle création artistique, créant un cercle stimulateur. Les films de poche ont peu à peu créé des liens importants entre l'art, la société et l'industrie du téléphone mobile. Ils font partie d'un contexte contemporain d'économies créatives nouvelles et de production démultipliée d'images.

Le cinéma de poche résulte d'un ensemble constitué par l'industrie qui produit son objet de base – le téléphone mobile –, cet objet, mais aussi une série d'accessoires, d'innovations et d'applications technologiques grâce au travail créatif du réalisateur mobile. Non seulement la téléphonie mobile, mais également l'industrie en général, comptent quatre facteurs centraux impliquant leur développement technologique : le savoir, l'innovation, la production et la création. Ce phénomène contemporain s'applique à des industries flexibles et sensibles aux tendances et aux besoins d'une société en mouvement. Les entreprises qui permettent de mettre à bas les frontières entre les secteurs d'activité, afin d'ajouter d'autres

⁴⁰¹ Cristina Pereira de Carvalho Lins « Informações e indicadores culturais: IBGE e MinC », in Ministério da Cultura, *op. cit.*, p. 114.

expériences à leur production, démontrent ainsi leur intérêt envers ce développement technologique, économique et social.

3.4. Les profils professionnels des réalisateurs mobiles

L'industrie cinématographique se caractérise comme une organisation collective. Kristian Feigelson observe que dans les productions cinématographiques, divers professionnels sont impliqués dans des activités diverses. Selon lui, il y a dans l'industrie cinématographique une relation ambiguë entre l'art et l'argent. La « *structuration financière de l'activité (du scénario quantifié en plan de travail par le directeur de production et l'assistant réalisateur, au contrôle des étapes de fabrication du film pendant le tournage pour éviter les dépassements)* »⁴⁰² est particulière à chaque film. Le problème est de combiner les activités de création avec les activités plus pratiques qui visent à structurer toute la production dans un budget donné.

Feigelson a aussi remarqué que :

« L'acte de filmer, dont la finalité est de produire et de diffuser une œuvre auprès d'un public toujours potentiel sinon énigmatique, est aussi confronté aux exigences pratiques d'une organisation spécifique du travail. Celle-ci est basée sur la gestion d'un budget, d'un personnel, d'un plan de travail dans un contexte à chaque fois singulier. Ces stratégies professionnelles dans le secteur du cinéma n'affectent pas uniquement les aspects économiques de la production cinématographique ou les fondements « ontologiques » de la création artistique. Elles traversent l'ensemble du processus et fabrication jusqu'aux expériences les plus intimes des individus

⁴⁰² Kristian Feigelson, *La fabrique filmique : métiers et professions*, Paris, Colin, 2011, 253 p., (« Collection Cinéma/arts visuels »), p. 135.

*impliqués. Le film est le fruit de contraintes collectives majeures où les stratégies d'acteurs deviennent essentielles ».*⁴⁰³

Dans ce travail d'équipe qui correspond aussi à une organisation sociale⁴⁰⁴, il faut attribuer les différents rôles en jeu dans l'activité collective. Le travail cinématographique est organisé en groupes responsables d'activités spécifiques, et « *chaque groupe travaille en général isolément avant de se réunir pour mettre en commun le résultat de ses démarches* »⁴⁰⁵. Les différents rôles correspondent à une organisation de travail bien établie pour que la production puisse développer ses activités en respectant une planification (notamment sur le plan financier) déterminée. Cependant, dans le travail cinématographique, il y a une incertitude et une « *recherche permanente de l'équilibre entre d'un côté l'ensemble des éléments sécurisables (budget financier, personnels compétents, scénario de qualité, etc.), et des éléments intrinsèquement instables (interprétation des comédiens, contexte général du film...)* » notamment⁴⁰⁶. En général, l'industrie du cinéma doit travailler avec tous ces éléments.

L'innovation technologique avec l'apparition des caméras numériques a transformé considérablement les métiers déjà bien établis dans l'organisation du cinéma traditionnel. Selon Feigelson, « *l'impact des nouvelles technologies est différencié selon les filières et les étapes de la production, affectant certains métiers en profondeur, notamment dans les laboratoires et peu d'autres plus traditionnels ou déjà affectés par l'innovation* »⁴⁰⁷. Des mutations techniques importantes se sont produites dans les différents métiers du cinéma, parce que l'image numérique permet

⁴⁰³ *Ibidem*, p. 135-136. L'auteur observe en note que les « *Stratégies professionnelles* » ici [sont] comprises au sens de « *stratégies d'acteurs* » développées dans Michel Crozier, *L'analyse stratégique, Colloque de Cerisy, Seuil, Paris, 1994.* ».

⁴⁰⁴ *Ibidem*, p. 136.

⁴⁰⁵ *Ibidem*, p. 144.

⁴⁰⁶ *Ibidem*, p. 151.

⁴⁰⁷ *Ibidem*, p. 179.

qu'elle soit retravaillée dans la phase de postproduction. L'introduction du numérique au cinéma

« suppose aussi une dérive qui peut avoir des conséquences techniques et financières sur l'ensemble de la chaîne de production, entre la phase tournage et la postproduction. Elle participe d'une modification des pratiques professionnelles en atténuant les frontières entre les métiers puisque certains outils mis à disposition permettent d'agir dans les secteurs qui ne relèvent pas de sa compétence initiale (un logiciel de montage virtuel peut par exemple accéder à des fonctions d'étalonnage). »⁴⁰⁸

Un des impacts principaux de l'arrivée du numérique dans le cinéma traditionnel concerne donc la post-production. Pour que l'industrie du cinéma s'adapte à ces changements technologiques, des métiers anciens ont requis de nouvelles formations spécialisées en informatique et traitement des données. Ainsi, les innovations numériques ont touché toutes les sphères de l'industrie cinématographique, en permettant aussi de redéfinir de nouvelles fonctions sur les postes de travail⁴⁰⁹. Certains métiers ont accompagné ce mouvement d'innovation, dans le cas du directeur de post-production, notamment, et d'autres ont tendance à disparaître, comme dans le cas du calligraphe⁴¹⁰. Cependant, ces changements posent un problème délicat qui est le remplacement de professionnels spécialisés par des techniciens moins bien payés, avec le recrutement de stagiaires pour les métiers techniques des films. Il est évident que la réduction des coûts est importante pour la production d'un film, mais la réduction budgétaire lors du remplacement dans les métiers les met sous tension⁴¹¹. Selon Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, le numérique permet de « *réduire certains coûts (figurants multipliés numériques), tout*

⁴⁰⁸ *Ibidem*, p. 180-181.

⁴⁰⁹ Kristian Feigelson, « L'effet numérique au travail : le directeur de post-production, un nouveau métier ? », *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, 2015, (« Cinémaction »), p. 88.

⁴¹⁰ *Ibidem* et Kristian Feigelson, « L'effet numérique au travail : le directeur de post-production, un nouveau métier ? », *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, 2015, pp. 87-91 (« Cinémaction »), p. 90.

⁴¹¹ Kristian Feigelson, « L'effet numérique au travail : le directeur de post-production, un nouveau métier ? » (*op.cit.*), p. 89.

en augmentant au contraire d'autres (durée du montage son, place des effets visuels) »⁴¹².

Dans le cinéma réalisé avec des caméras numériques, comme celles des téléphones mobiles, les métiers classiques du cinéma se sont transformés. La chaîne de travail est devenue plus réduite, presque minimaliste, à l'image du mobile. La mutation technique se manifeste par exemple quand le réalisateur doit assumer des tâches multiples. Selon le réalisateur (et réalisateur mobile) Frank Mora, chaque membre de l'équipe technique assume aussi différentes fonctions⁴¹³. Lui-même s'est déjà retrouvé comme réalisateur-comédien-éditeur. Cependant, pour son film *Charlotte SP*, Mora a pu recourir à une postproduction cinématographique⁴¹⁴.

Avec le numérique, la quantité de professionnels qui travaillent à la production d'un film mobile est réduite également. Selon Kenia Freitas⁴¹⁵, pour un film mobile, il est possible de travailler avec une équipe de cinq ou six professionnels seulement. Carlos Gerbase⁴¹⁶ pense la même chose et il observe qu'il s'agit d'un avantage pour la production cinématographique mobile, puisque cela permet de diminuer considérablement le budget du film. Le réalisateur Tristan Pope⁴¹⁷ a dit que suivant la taille du projet et la programmation financière, il réalise un film avec six professionnels uniquement. Pour le réalisateur Rui Avellans Coelho⁴¹⁸, une équipe

⁴¹² Voir Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, « Préambule Cinéma et numérique, la fin des tensions ? », *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, 2015, (« Cinémaction »), p. 14-15.

⁴¹³ Entretien réalisé le 08 février 2017, en ligne.

⁴¹⁴ Voir le témoignage de Mora sur le tournage du film *Charlotte SP* dans la section 1.2 « Quels sont les problèmes essentiels qui se posent dans le domaine du cinéma de poche ? » du chapitre 1 de la première partie.

⁴¹⁵ Entretien avec la chercheuse Kênia Cardoso Vilaça de Freitas réalisé pour cette thèse le 27 janvier 2017.

⁴¹⁶ L'entretien avec le réalisateur et chercheur brésilien Carlos Gerbase a été réalisé le 24 janvier 2017, en ligne.

⁴¹⁷ Nous avons réalisé un entretien avec le photographe, réalisateur et mobile-réalisateur américain Tristan Pope, le 30 novembre 2016, en ligne.

⁴¹⁸ Réalisateur et réalisateur mobile portugais dans un entretien réalisé le 26 novembre 2016, en ligne.

réduite présente de nombreux avantages, comme une grande flexibilité dans le travail et un échange d'idées important entre les professionnels de l'équipe.

Le réalisateur mobile présente en général un profil très flexible. Les réalisateurs mobiles interviewés pour cette thèse sont tous ou réalisateurs de cinéma traditionnel, ou photographes, ou comédiens professionnels. Cependant, dans les festivals et sur les plates-formes de vidéo, il existe aussi des films mobiles tournés par des amateurs. Cela dénote dans le cinéma de poche une grande flexibilité et une grande liberté de création.

4. L'expérience comme moyen d'intégration

L'industrie cinématographique constitue un système organisationnel solide dans lequel les aspects économiques sont déterminants. Ce système au centre des activités cinématographiques est composé d'une série de professionnels et de supports technologiques qui lui permettent de développer ces activités. Bien que l'industrie cinématographique ait acquis une grande stabilité, elle est sujette aux transformations constantes du marché. Ces transformations ont souvent lieu grâce à une articulation avec d'autres systèmes périphériques et aboutissent parfois à l'intégration de ces derniers. Comment cette articulation entre systèmes et cette éventuelle intégration se produisent-elle ?

Selon Laurent Creton,

« Les activités cinématographiques n'échappent pas aux mutations qui affectent l'ensemble du système productif. Elles en sont même emblématiques, tant elles sont marquées par un grand nombre de problématiques relevant de l'économique et du technologique, et aussi du

culturel et de l'artistique, dans leurs relations complexes et ambivalentes »⁴¹⁹.

Outre le système « central » qu'est l'industrie du cinéma, il existe un système « périphérique » constitué d'artistes qui sont à la marge de ce centre. Les artistes appartenant au système périphérique utilisent pour leurs expressions artistiques d'autres outils économiquement plus accessibles. Pour ces artistes, les caméras numériques ont apporté un changement profond dans la méthode et le rituel de la réalisation de l'image en mouvement⁴²⁰.

Certains réalisateurs mobiles interviewés⁴²¹ pour cette thèse croient que le cinéma traditionnel est un espace fermé où il est difficile d'entrer. D'autres⁴²² ont observé que pour réaliser un film du cinéma traditionnel, il faut mettre en œuvre une structure très « lourde » et beaucoup d'argent. Ce sont des opinions caractéristiques d'acteurs d'un système « périphérique ».

La structure de production du cinéma traditionnel est « lourde » parce qu'elle comprend un grand nombre de professionnels qui travaillent ensemble. Pour que le travail soit fluide, il faut connaître les normes relatives à chaque métier et tout le contexte particulier du film pour qu'ils puissent partager leurs savoirs. Ainsi, dans le cinéma traditionnel, il existe des normes et des conventions techniques qu'un travail collectif exige et qui doivent être prises en compte. Pour un processus cinématographique, les conventions déterminent le choix des matériaux essentiels de la production, de la quantité nécessaire de ressources humaines (l'équipe technique, les comédiens et les figurants), des techniques appropriées de tournage, le genre

⁴¹⁹ Laurent Creton, « Transformations des marchés, mutations industrielles et stratégies de filière », in *Cinéma et stratégies : économie des interdépendances*, éd. Laurent Creton, *Théorème*, 12, 2008, p. 179.

⁴²⁰ Selon la chercheuse Ana Flávia Lesnovski, dans un entretien réalisé le 19 janvier 2017, en face à face.

⁴²¹ Notamment le réalisateur et réalisateur mobile français Nelson Rodrigo, dans un entretien réalisé le 17 janvier 2017, en ligne.

⁴²² D'après les entretiens avec le réalisateur et réalisateur mobile brésilien Frank Mora, le 08 février 2017, en ligne, et avec le réalisateur et réalisateur mobile français Lionel Nakache, le 22 novembre 2016, en face à face.

filmique (fiction, documentaire, etc.), la durée d'un film, notamment. Les conventions dans les arts sont importantes car elles aident un artiste ou un groupe d'artistes à prendre des décisions rapidement ou à choisir une méthode adéquate pour la réalisation d'une œuvre, dans le cas présent, d'un film. De plus, les conventions concernent aussi le spectateur. Selon Howard S. Becker, « *Les conventions régissent les relations entre l'artiste et le public, en déterminant les droits et les obligations de l'un et de l'autre.* »⁴²³. Le spectateur est capable de reconnaître les signes de ces conventions.

*« Considéré sous cet angle, le concept de convention fournit un point de rencontre aux sciences humaines et sociales, car il peut se substituer à des notions aussi familières au sociologue que celles de norme, de règle, de représentation collective, de coutume et d'habitude. »*⁴²⁴

Les artistes qui sont dans le système « périphérique » ne réalisent pas toujours leur œuvre à partir d'un travail collectif. Le cinéma de poche, par exemple, peut être réalisé par une seule personne. Sous cet angle, il ne s'inscrit pas dans le système central auquel appartient le cinéma traditionnel. En fait, les artistes se retrouvent hors du système central de la production artistique, parce que leurs expressions n'ont pas trouvé leur place dans l'industrie cinématographique. Mais de ce fait, ils sont plus libres vis-à-vis des structures institutionnelles et dans leurs attentes par rapport à la création artistique. Les caméras numériques leur ont aussi permis d'exploiter l'image plus facilement. Ces artistes « périphériques » appartiennent aussi souvent à des minorités, ou sociales, ou géographiques, ou économiques. Les différentes expressions du cinéma qui sont hors du centre, comme le cinéma de poche, constituent aussi en quelque sorte un art « périphérique ».

Un des aspects de notre problématique concerne l'intégration du cinéma de poche en tant que prolongement naturel du cinéma contemporain dans le système central de l'industrie cinématographique. Dans quelle mesure la création mobile s'intègre-t-elle, ou peut-elle s'intégrer, dans le domaine du cinéma ? Cette intégration

⁴²³ Howard S Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 2006 (*op.cit.*), p. 54.

⁴²⁴ *Ibidem*, p. 55.

peut intervenir sur le modèle des relations qui s'établiraient entre le système central et le système périphérique. Une analyse sociologique peut permettre de comprendre les relations de pouvoir au sein de chaque système et ce qui est important pour qu'il y ait une intégration entre ces systèmes. Selon Michel Crozier et Erhard Friedberg, « *le pouvoir – au niveau le plus général – implique toujours la possibilité pour certains individus ou groupes d'agir sur d'autres individus ou groupes* »⁴²⁵. Dans ce sens, agir sur l'autre signifie avoir une relation avec l'autre. En fait, c'est dans cette relation que le pouvoir se développe. Ainsi, « *Le pouvoir est une relation et non pas un attribut des acteurs* »⁴²⁶.

Crozier et Friedberg considèrent que dans les organisations, les relations de pouvoir se faisant de façon ordonnée, il y a des sources d'incertitudes qui peuvent être à la source d'une relation de pouvoir conditionnant le fonctionnement de l'organisation ⁴²⁷. Ces incertitudes peuvent résider dans l'espace interne des organisations, comme celles résultant des failles dans les règles, des problèmes techniques, ou provenir des pressions économiques. Ainsi, l'intégration peut se faire aussi à partir de contraintes externes. La possession d'une compétence ou d'une spécialité est source de pouvoir dans les relations entre l'organisation et son environnement, dans le contrôle de la communication interne et dans l'utilisation des règles organisationnelles ⁴²⁸, et sous cet angle on pourrait aussi comprendre l'évolution d'un système organisationnel fondé sur le mobile.

Dans une analyse sur les rapports de pouvoir et les comportements des acteurs du système central et du système central périphérique, on peut noter les articulations qui se créent entre ces systèmes, c'est-à-dire, ici, entre l'industrie du cinéma et le cinéma de poche. Laurent Creton observe qu'« *au cours de ces dernières décennies, la production cinématographique n'a cessé d'étendre ses débouchés à la*

⁴²⁵ Michel Crozier et Erhard Friedberg, *L'acteur et le système : les contraintes de l'action collective*, Paris, Seuil, 2014, p. 65.

⁴²⁶ *Ibidem*.

⁴²⁷ *Ibidem*, p. 84.

⁴²⁸ *Ibidem*, p. 84-88.

mesure de l'extension des médias électroniques »⁴²⁹. L'articulation de la production cinématographique et des médias électronique s'est révélée essentielle pour le développement de relations, le partage d'expériences, le transfert de ressources et elle a offert diverses opportunités aux systèmes. Dans le domaine des industries culturelles, les frontières entre les différents segments : créateur et public, amateur et professionnel, par exemple, semblent s'effacer⁴³⁰. Du moins, les frontières sont devenues beaucoup plus poreuses⁴³¹.

Depuis le début des années 2000, une sorte de bipolarisation s'est accentuée dans le cinéma, avec d'un côté les films d'auteur et de l'autre, les films destinés au grand public⁴³². On observe que le cinéma d'auteur, comme les autres films du système périphérique, utilise d'autres espaces de diffusion. Dans cette perspective, Benoît Labourdette a esquissé un schéma lors d'un entretien pour cette thèse⁴³³ (figure 3) où le réalisateur montre les lieux ou espaces artistiques à partir desquels les films de poche sont diffusés, en notant ceux qu'utilisent respectivement les artistes et l'industrie cinématographique. Dans ce schéma les artistes – dont font partie les réalisateurs mobiles – et l'industrie constituent deux pôles distincts et opposés. Selon Labourdette, ils s'opposent non seulement au cours de la production, mais aussi au moment de la diffusion. Les espaces de diffusion réservés aux réalisateurs mobiles sont les plates-formes de vidéo, les musées et les festivals, alors que l'industrie a accès à l'espace de diffusion que sont les salles de cinéma, les multiplex, la télévision, *Netflix* et internet. Ici, les spectateurs figurent également comme créateurs. Dans cette perspective de Labourdette, il semblerait que le cinéma de poche appartienne finalement plutôt à la catégorie de l'art contemporain et qu'à celle du cinéma.

⁴²⁹ Laurent Creton, *op. cit.*, p. 180.

⁴³⁰ *Ibidem*, p. 184.

⁴³¹ Cf. aussi l'analyse de Kristian Feigelson dans le chapitre 3 « Bénévolat et intermittence », pp 71-93, in *La fabrique filmique : métiers et professions, opus cité*.

⁴³² *Ibidem*, p. 184-185.

⁴³³ L'entretien avec le réalisateur et réalisateur mobile français Benoît Labourdette a été réalisé le 24 novembre 2017, en face à face.

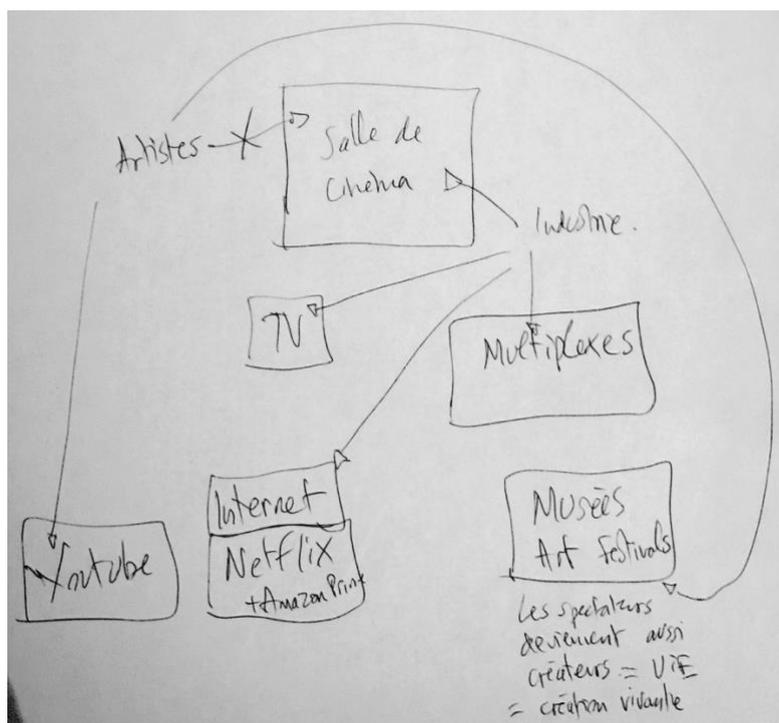


Figure 3 : Schéma de Benoît Labourdette.

De façon générale, les relations entre les systèmes sont importantes principalement lorsqu'il y a échange d'expériences. Selon Creton, « *Les transferts et partages d'expérience transforment les effets d'échelle traditionnels en multipliant les espaces d'application et en rendant possibles les synergies par la conjonction de plusieurs bases d'expérience* »⁴³⁴. C'est par ce mécanisme que les systèmes peuvent bénéficier mutuellement de ces synergies, et c'est à cette condition qu'il peut y avoir intégration.

Conclusion du Chapitre 1

La créativité est inhérente à l'être humain et l'artiste est formé et stimulé à accéder à cette créativité plus facilement. Par ailleurs, créer des environnements

⁴³⁴ Laurent Creton, *op. cit.*, p. 195.

favorables à la création dans le domaine industriel est déjà une réalité de la culture contemporaine. L'intégration de l'artiste dans le contexte de valeurs et de marché est une expérience qui demande à être observée et qui peut être positive pour tous les acteurs impliqués. L'économie créative, à travers des expressions artistiques polyvalentes, est un axe stratégique pour le développement technologique de la société contemporaine.

Nous croyons que le cinéma de poche s'inscrit dans ce contexte de l'économie créative, et la culture mobile met en évidence l'échange d'informations et les expériences créatives qui résultent des nouvelles découvertes technologiques.

Avec l'avènement de la culture mobile, l'économie axée sur l'image et ses modes de diffusion ont présenté de nouvelles perspectives, en conséquence de quoi les différents secteurs artistiques ont dû s'actualiser. L'internet est le vecteur le plus important de diffusion de la création mobile, un autre mode étant représenté par les festivals de cinéma de poche, comme nous allons le voir dans le chapitre suivant.

Chapitre 2 - Les modes de diffusion des films mobiles

Pour le cinéma de poche, les festivals consacrés à la création contemporaine autour de films produits à travers la technologie des téléphones mobiles sont devenus des événements culturels importants depuis 2003. Un bref voyage dans l'histoire des festivals culturels permet de prendre conscience du rôle fondamental de ces événements pour les arts, notamment pour l'expression artistique fondée sur des images filmées grâce à un dispositif mobile. Deux axes guident notre réflexion sur l'importance des festivals pour le cinéma de poche, qui sont sa légitimation artistique et sa diffusion. Mais on observe également que la plus grande partie de la diffusion des films de poche se passe sur le *web*, et c'est ainsi qu'il existe divers sites qui ont pour objectif ces diffusions de films mobiles.

Les réseaux sociaux sont devenus des moyens de communication et d'échange puissants dans la société contemporaine. Ainsi, il est important qu'un contenu diffusé sur les réseaux soit visualisé par un grand nombre d'internautes pour qu'il soit valorisé et qu'il puisse éventuellement être commercialisé. Cela indique qu'actuellement tout le marché se base sur un outil essentiel pour montrer les tendances et diffuser des informations : l'internet. Pour la création artistique, les plates-formes d'hébergement de vidéos comme *YouTube* jouent aussi un rôle très important dans la diffusion de diverses expressions artistiques, comme le cinéma de poche.

Le parcours de ce second chapitre de la deuxième partie permettra d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes : Dans quelle mesure les festivals et les espaces de discussions sur le cinéma de poche sont-ils importants pour la légitimation d'un art existant ? Comment les films de poche doivent-ils être distribués ? Sur le plan économique, quels avantages émergent du croisement du mobile et du *web* ? Quels sont les points positifs et négatifs de la diffusion des films

de poche sur un site comme *YouTube* ? La participation et le jugement du public sur *YouTube* peuvent-ils contribuer à caractériser la qualité des films ?

1. La diffusion des films à travers des festivals

Dans nos entretiens, nous avons pu observer qu'à la question : « Selon vous, comment les films de poche doivent-ils être distribués ? » les interviewés s'accordent pour répondre que les deux modes plus courants de diffusion des films mobiles sont d'une part, les festivals et d'autre part le *web*.

Louise Botkay⁴³⁵, par exemple, préfère que ses films participent à des festivals et qu'ils soient diffusés dans les locaux et les sites des festivals. La réalisatrice croit que la meilleure diffusion est celle qui a lieu à travers les sites des festivals où elle participe. Il n'y a pas à son avis de gains financiers si son film est diffusé sur internet, et pour cette raison elle préfère montrer un film uniquement sur les sites *web* des festivals. De manière générale, les sites des festivals représentent un bon moyen de voir des films intéressants. De plus, Botkay croit qu'« *il y a des individus qui ne vénèrent plus la culture du grand écran* » et pour eux, voir un film sur un écran petit est banal. Pour la diffusion sur internet, la réalisatrice préfère publier ses films sur la plateforme des vidéos de qualité, *Vimeo*⁴³⁶. Cette plateforme est effectivement exigeante quant à la qualité des films publiés. Certains des films de Botkay publiés sur cette plate-forme sont ouverts au public et il faut un code pour voir les autres. De toute façon selon elle, ceux qui connaissent déjà son travail cherchent directement ses vidéos sur *Vimeo*. La réalisatrice note également qu'avec

⁴³⁵ Entretien réalisé avec la réalisatrice et réalisatrice mobile Louise Botkay, le 23 janvier 2017, en ligne.

⁴³⁶ Selon François Scheid, Enora Castagné, Mathieu Daix et Romain Saillet, « *Obligé de se démarquer pour exister face à YouTube et Dailymotion, Vimeo a fait le choix de la qualité du contenu et de l'expérience d'utilisation : cela lui permet de talonner Dailymotion en nombre de visiteurs unique par mois. Vimeo cible la communauté sensible aux qualités artistiques des vidéos et les entreprises soucieuses d'offrir à leurs marques la plus belle vitrine possible.* » François Scheid, Enora Castagné, Mathieu Daix et Romain Saillet, *Les fiches outils des réseaux sociaux*, Paris, Eyrolles, 2015, p. 129.

les opinions du public sur les films publiés sur les plates-formes, on a un équivalent de la catégorie « prix du public » dans les festivals.

Le monde des festivals apparaît comme une première étape de la diffusion de cette culture filmique mobile et permet d'analyser ensuite certaines caractéristiques des plates-formes de téléchargement de vidéos sur internet susceptibles de favoriser le cinéma de poche.

L'acte de filmer avec un téléphone mobile est un geste très souvent discuté. Grâce au grand nombre de festivals de films de poche (*cf.* Annexe 5) il a été possible d'échanger et d'approfondir différents points de vue sur le sujet. Il faut noter que certains de ces festivals qui existaient déjà comme festivals de cinéma traditionnel incluent maintenant également un prix pour la catégorie du cinéma de poche, ce qui montre que le cinéma de poche a été aussi reconnu à travers ce rapprochement avec le cinéma traditionnel. Des festivals de cinéma prestigieux comme la Berlinale, le festival de Cannes, le *Sundance Film Festival* ou les Oscars acceptent d'inclure dans leur sélection des films tournés avec des dispositifs mobiles, confirmant ainsi cette nouvelle légitimation du cinéma mobile auprès de l'industrie cinématographique. Des cinéastes du cinéma « traditionnel », comme Steven Soderbergh avec le film *Unsane* (2018)⁴³⁷ présenté à la Berlinale, se sont aussi intéressés au cinéma de poche et explorent ses possibilités nouvelles comme langage. Chan-wook Park, réalisateur sud-coréen d'*Old Boy* (grand prix du Jury au Festival de Cannes en 2004) et de *Mademoiselle* (2016), a tourné avec un *iPhone4* le court métrage d'horreur *Paranmanjang* (*Night Fishing*, 2011) (*cf.* Annexe 5) et a gagné l'Ours d'Or de meilleur court métrage au 61^e Festival International de Berlin⁴³⁸. En mars 2015, ce

⁴³⁷ Voir l'article de Céline Rouden, « À Berlin, Soderbergh revient avec un film tourné à l'iPhone », *La Croix*, 23 février 2018 [En ligne : <https://www.la-croix.com/Culture/Cinema/A-Berlin-Soderbergh-revient-film-tourne-liPhone-2018-02-23-1200916070>]. Consulté le 2 mars 2018. Nous reviendrons sur Soderbergh dans le chapitre 3 de la Partie 2.

⁴³⁸ Ce film a reçu le support financier du distributeur exclusif de l'iPhone (KT) dans la Corée du Sud. Voir « Night Fishing (파란만장 Paranmanjang) », *iPhone Film Festival*. [En ligne : <http://iphonreff.com/video/9567/>]. Consulté le 03 mars 2018.

film avait dépassé les 40 000 visualisations sur la plate-forme *YouTube*. Un autre exemple est le réalisateur américain Sean Baker⁴³⁹ qui a tourné le film *Tangerine* (2015) (cf. Annexe 5) avec trois *iPhone 5s* pour les images et qui avait préféré la caméra mobile d'abord en raison du budget réduit⁴⁴⁰. En 2015, *Tangerine* a participé à la sélection officielle du *Sundance Film Festival* et a gagné le Prix du jury au Festival du cinéma américain de Deauville et le Prix « Nouvelles Vagues » au Festival international du film de La Roche-sur-Yon.

Les festivals du cinéma de poche sont nombreux, nous en avons dressé une liste avec quelques données que nous présentons aux Annexes 4. Nous allons en examiner certains dans les sections suivantes de ce chapitre. Ces festivals sont de véritables espaces de diffusion et de discussion sur les films de poche et sur la culture filmique des mobiles en jouant un rôle crucial pour la légitimation du cinéma de poche dans ces nouveaux aspects de la culture filmique contemporaine.

1.1. La légitimation et la diffusion dans les festivals de culture mobile

Ces festivals, tant dans leurs différences que dans leurs complémentarités, ont permis de réfléchir à la légitimité culturelle octroyée au cinéma de poche. Cependant, il n'est pas question ici de nous aventurer dans une analyse approfondie du rôle des festivals du cinéma de poche, mais plutôt de reconnaître l'importance de ces festivals et de leurs espaces de discussion pour la réflexion apportée aux cultures mobiles. Le nombre de visiteurs des festivals pose la question de l'importance de ces événements et de ces débats pour la culture cinéphilique contemporaine. L'audience du festival international français *Mobile Film Festival*, est passée de 30 000

⁴³⁹ Sean Baker est aussi connu pour la réalisation d'une série télévisée américaine (*Greg the Bunny*, 2002/2006). Il a réalisé ensuite le long métrage *The Florida Project* (2017), sélectionné par la Quinzaine des Réalisateur à Cannes en 2017 et nommé pour l'édition 2018 des Oscars, notamment.

⁴⁴⁰ Voir Camille Darelle, « Les smartphones et tablettes feront-ils les cinéastes de demain ? », *iQ*, 26 février 2015 [En ligne : <https://iq.intel.fr/les-smartphones-et-tablettes-fèrent-ils-les-cineastes-de-demain/>]. Consulté le 5 mars 2018.

spectateurs en un mois à 234 000 entre 2005, année de sa création et 2011, elle a été en 2017 de 11 millions de « vues » en un mois⁴⁴¹. Un autre exemple français est celui du *Festival Pocket Film*. En 2006, ce festival réalisé au Forum des images à Paris avait accueilli plus de 8 500 spectateurs durant le weekend⁴⁴².

Grâce aux festivals, le public qui ne connaissait pas le cinéma de poche a donc eu l'opportunité de découvrir une autre manière de tourner des images « cinématographiques ». De plus, ce même public a pu remarquer également que le cinéma de poche s'inscrit dans une logique nouvelle du cinéma traditionnel. Est-ce qu'au fond, cette diffusion dans les festivals serait véritablement responsable de la légitimation du cinéma de poche ?

Les festivals sont des phénomènes culturels relativement récents. À l'origine, ils sont apparus en Angleterre dans les années 1770-1790 et ils présentaient une forte connotation religieuse, puis ils ont prospéré et foisonné au XX^e siècle⁴⁴³. Après la Seconde Guerre mondiale, les festivals se sont multipliés⁴⁴⁴ :

« Julie Verlaine souligne que l'explosion des festivals après la Seconde Guerre mondiale est tout d'abord numérique : explosion de leur nombre sur

⁴⁴¹ « BNP Paribas présente la 13^{ème} édition du Mobile Film Festival », 9 novembre 2017, en ligne : <https://group.bnpparibas/communique-de-presse/bnp-paribas-presente-13eme-edition-mobile-film-festival>. Consulté le 16 janvier 2018.

⁴⁴² Voir sur le site du festival la rubrique « Festival Pocket Films 2006 », *Festival Pocket Films* [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article343>]. Consulté le 5 février 2015.

⁴⁴³ Pascale Goetschel et Patricia Hidioglou, « Le festival, objet d'histoire », in *Une histoire des festivals : XX^e - XXI^e siècle*, dir. Anaïs Fléchet, Pascale Goetschel, Patricia Hidioglou, Sophie Jacotot, Caroline Moine et Julie Verlaine, Paris, Éditions de la Sorbonne, 2013, (Collection « Histoire contemporaine », tome 9), p. 7.

⁴⁴⁴ Pascal Ory observe : « À partir des lendemains de la Seconde Guerre mondiale, la courbe des festivals paraît s'emballer. Pour se limiter aux manifestations les plus connues encore aujourd'hui, c'est en 1946 que s'ouvrent les trois festivals de cinéma européens de Cannes, Karlovy-Vary et Locarno, l'année suivante les deux festivals de théâtre prototypes d'Avignon et d'Édimbourg, cette cohorte centrale étant encadrée par les trois événements musicaux remarquables que sont l'université d'été de Darmstadt (1946), le festival d'Aldeburg (1948), et le festival d'Aix-en-Provence (1948) ». Cf. Pascal Ory, « Qu'est-ce qu'un festival ? Une réponse par l'histoire », in *Une histoire des festivals : XX^e - XXI^e siècle*, dir. Anaïs Fléchet, Pascale Goetschel, Patricia Hidioglou, Sophie Jacotot, Caroline Moine et Julie Verlaine, Paris, Publications de la Sorbonne, 2013, (Collection « Histoire contemporaine », tome 9), p. 27.

*la scène occidentale (notamment ceux [de] pop et [de] rock), mais aussi catégorielle : expansion significative des disciplines et cultures concernées par les festivals – l’objet n’étant plus seulement la musique et le chant choral, mais de nouveaux médias (cinéma, puis télévision...) et des cultures, comme les cultures juives par exemple. La dilatation du nombre de festivals est aussi mondiale, tous les continents sont concernés. »*⁴⁴⁵

On observe le rôle central des festivals, « dans le processus de légitimation artistique »⁴⁴⁶, ceux-ci rendant légitimes certaines expressions artistiques, surtout les expressions émergentes. Il convient de souligner aussi l’importance de ces débats dans le cadre de festivals qui appartiennent à un « processus d’artification, de passage à l’art »⁴⁴⁷. Par ailleurs, certaines expressions artistiques peuvent renaître à partir de festivals⁴⁴⁸, et également ce qui existe autour de ces expressions artistiques, comme les écoles ou les ateliers tournés vers certaines pratiques artistiques, la création de nouveaux musées avec la patrimonialisation culturelle, notamment. Ce point est digne d’être remarqué, surtout en ce qui concerne notre objet d’étude.

On peut rajouter que « l’un des processus les plus évidemment en jeu dans cette extension indéfinie du champ festivalier » est celui appelé par les sociologues

*« l’« artification », disons, plus largement, [le] passage pour certaines formes d’expression du statut d’art mineur ou de non-art à celui d’art légitime, faisant en tant que tel l’objet de pratiques légitimantes (création d’écoles professionnelles, d’espaces critiques, de lieux de patrimoine, etc.). »*⁴⁴⁹

⁴⁴⁵ Voir sur le blog des Publications du CHS -Centre d’histoire sociale, l’article de Sylvie Le Dantec, « Une histoire des festivals, XX^e-XXI^e siècle », *Publications du CHS -Centre d’histoire sociale* [En ligne : <http://publications-chs.eklablog.com/une-histoire-des-festivals-xxe-xxie-siecle-entretien-video-avec-pascal-a100453721>]. Consulté le 27 décembre 2015. L’article inclut également un entretien vidéo avec Pascale Goetschel et Julie Verlaine.

⁴⁴⁶ *Ibidem.*

⁴⁴⁷ *Ibidem.*

⁴⁴⁸ Pascale Goetschel remarque qu’« Il peut y avoir aussi processus de re-légitimation d’une discipline, exemple des festivals d’Aldeburgh et d’Aix-en-Provence et du rôle qu’ils ont joué dans la renaissance de l’opéra. » « Une histoire des festivals, XX^e-XXI^e siècle, - Entretien vidéo avec Pascale Goetschel et Julie Verlaine », *op. cit.*

⁴⁴⁹ Pascal Ory, *op. cit.*, p. 30.

Un autre aspect important dans l'histoire des festivals est leur responsabilité dans la création artistique, la diffusion des œuvres et des artistes et leur circulation tant nationale qu'internationale, entraînant par conséquent un échange d'idées dynamique et fructueux.

D'après une édition récente du dictionnaire « Le Robert », légitimer est reconnaître pour légitime, rendre légitime juridiquement, faire admettre comme juste, raisonnable, excusable⁴⁵⁰. Toutefois, la légitimation d'un art ne s'opère pas en un jour ni en une nuit, comme « *la plupart du temps, la légitimité ne se décrète pas, elle se construit dans une histoire, longue, comme on a pu le voir avec le genre du roman qui a mis plusieurs siècles à être reconnu comme appartenant à la littérature* »⁴⁵¹. Si les festivals contribuent à la légitimation du cinéma de poche, il s'agit d'un processus souvent long.

Un autre processus de légitimation inclut la reconnaissance notoire d'un artiste qui le fait sortir de l'anonymat⁴⁵². Dans cette perspective, la légitimation d'une expression artistique est complexe, parce que cela dépend de son histoire et du contexte dans lequel elle se produit. Socialement construite, elle reflète la distinction entre les arts dits « légitimes » et les arts désignés comme « populaires »⁴⁵³. Dans notre objet d'étude, le cinéma de poche présente des caractéristiques d'art populaire, aussi bien dans la réalisation des films que dans la diffusion et la réception de ces images.

Dans l'histoire de l'image contemporaine, tant la photographie comme le cinéma ont été au départ des arts plutôt populaires, puis ils ont changé de statut. Le cinéma, par exemple, s'est transformé d'abord pour des raisons techniques, avec la

⁴⁵⁰ Paul Robert, Josette Rey-Debove et Alain Rey, *Le petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris, Le Robert, 2012, p. 1441.

⁴⁵¹ Bruno Péquignot et François de Singly, *Sociologie des arts*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 62.

⁴⁵² *Ibidem*, p. 60.

⁴⁵³ *Ibidem*.

qualité des pellicules, l'arrivée du son et puis de la couleur, etc.⁴⁵⁴ Parallèlement, les lieux de présentation des films ont également changé, et on est passé de l'utilisation d'espaces dans des foires ou des cafés, puis des grandes salles de théâtre et, plus tard, on a construit des salles consacrées uniquement à la projection de films. En parallèle, ont émergé également des groupes tournés vers la critique du cinéma, cherchant à établir des critères concernant la qualité des images, notamment. En outre, la création de groupes de recherche dans les établissements d'enseignement ainsi que les universités et l'implantation de départements et laboratoires ont aidé aussi à légitimer le cinéma. La légitimation d'un art est construite à partir de son histoire. Ainsi, le cinéma est passé par un processus dans lequel il est sorti du domaine du divertissement pour entrer dans le domaine de la réflexion, de la philosophie et de la recherche. Tout cela a contribué à l'émergence et la reconnaissance d'une discipline artistique.

Nous croyons que ces logiques de légitimation sont différentes pour les arts numériques en raison des dynamiques de reconfiguration de la diffusion et de la distribution. Pour le cinéma de poche, par exemple, la grande majorité des films est disponible sur internet. De fait, ces théories de la légitimité peuvent contribuer à mieux appréhender les arts numériques⁴⁵⁵.

De nombreux festivals spécialisés (cf. Annexe 4) ont été passés en revue pour pouvoir comprendre leur importance vis-à-vis du cinéma de poche. Nous pourrions noter ultérieurement comment dans ces festivals les opinions du public diffèrent presque toujours de l'opinion du jury. Indépendamment des goûts esthétiques des internautes ou de leurs commentaires exprimés sur les sites tels que

⁴⁵⁴ *Ibidem*, p. 63-64. Voir également André Gaudreault et Tom Gunning, « Le Cinéma des premiers temps : un défi à l'histoire du cinéma ? » [1985], in Jacques Aumont, André Gaudreault, Michel Marie (dir.), *Histoire du cinéma, Nouvelles approches*, Paris, Colloque de Cerisy-Publications de la Sorbonne, 1989, pp. 49-63 ; et Rick Altman, « Technologie et représentation : l'espace sonore » [1985], in Jacques Aumont, André Gaudreault, Michel Marie (dir.), *Histoire du cinéma, Nouvelles approches*, Paris, Colloque de Cerisy-Publications de la Sorbonne, 1989, p. 121-130.

⁴⁵⁵ Voir à ce sujet la thèse de François Theurel, *Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatoriennes en milieu festivalier*, Université d'Avignon, 2011, notamment la section « Quelle légitimité culturelle en régime numérique ? », p. 227-231.

YouTube, le point de vue du public dit « connaisseur » est en général différent de celui du reste du public. Ainsi, on peut observer une critique, voire une stigmatisation de certains contenus, ce qui est caractéristique de microsociétés dans laquelle la formation de groupes aux goûts différents reste très courante.

1.2. Revue des festivals et espaces de discussion sur le cinéma de poche

Nous avons sélectionné sur le *web* une série de sites de festivals consacrés au cinéma de poche dont nous donnons une liste aux annexes (*cf.* l'annexe 4). Pour retracer l'histoire des festivals de cinéma de poche, nous avons choisi de garder dans notre liste les plus significatifs en nombre de films présentés ou en termes de participation du public. Quelques uns de ces festivals n'ont connu que quelques éditions, voire une seule, et n'existent plus aujourd'hui. Il faut noter que pour certains festivals les sites ne sont plus accessibles ou ont été désactivés, et il s'agit parfois de festivals qui ont fusionné avec d'autres afin d'unir leurs forces. La majorité des informations sont souvent maintenues sur le *web* même pour les festivals qui n'existent plus, comme le *Festival Pocket Films* en France (2005-2010). Il faut signaler que notre collecte des données a eu lieu en 2015, mais nous avons dans la mesure du possible mis à jour ces données pour des festivals que nous avons alors sélectionnés.

Nous dressons ainsi un panorama des festivals de cinéma de poche en France, puis nous consacrons une section aux festivals organisés dans le reste du monde, parmi lesquels nous relevons certains exemples dans différents pays. Dans ce vaste univers de festivals concernés par la pratique de tourner des films avec des téléphones mobiles, nous avons pris pour critère de sélection des festivals qui sont plus importants pour notre recherche, tant par la large participation du public que par la continuité de leurs actions, et surtout par leur caractère d'espace ouvert aux discussions et l'opportunité de réflexion qu'ils apportent.

Ces festivals offrent des moments de plaisir artistique et sont également un instrument pour la valorisation de la production culturelle. Un aspect essentiel des festivals est la possibilité qu'ils offrent de discussions et de débats qui tour à tour engendrent des groupes de recherche et de production. Nous indiquons dans la liste des festivals aux annexes ceux qui ont donné lieu à des rencontres, tables-rondes, forums, etc. Par ailleurs, outre les 86 festivals de cinéma de poche et 3 concours que nous avons analysés, nous avons relevé en 2015 des sites de débats, de diffusion du cinéma de poche, de recherche et d'échanges d'informations résultant de colloques, associations, projets et groupes de recherche consacrés au cinéma de poche.

Deux d'entre eux nous ont plus particulièrement intéressée parce qu'ils ont donné lieu à des articles et à des publications. Le premier est le *MINA - The Mobile Innovation Network Australasia*⁴⁵⁶, réseau international (Australie, Canada et Nouvelle-Zélande) créé afin de promouvoir des activités culturelles et des recherches sur les technologies mobiles. Il organise un festival, des projections et des workshops et offre un espace d'interaction pour la communauté des créateurs, les industries et les entreprises tournées vers le développement actuel de la technologie mobile (téléphones mobiles, tablettes ou *phablettes*⁴⁵⁷).

Le second site est celui produit pour la série de colloques internationaux organisés par le groupe de recherche « Mobile et création » de l'IRCAV⁴⁵⁸ de l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3. Le but de ces colloques annuels est de discuter de la création mobile et de ses différents aspects, tels que la créativité, l'éducation et la médiation, l'art, les sons et les média⁴⁵⁹, et ils reflètent la grande

⁴⁵⁶ Voir le site du réseau MINA : « MINA – We are mobile. ». [En ligne : <http://mina.pro>]. Consulté le 4 février 2018. Voir également « Home - The Journal of Creative Technologies (JCT) », [En ligne : <https://ctechjournal.aut.ac.nz/>]. Consulté le 29 janvier 2016.

⁴⁵⁷ Voir glossaire.

⁴⁵⁸ IRCAV : Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel.

⁴⁵⁹ Les thèmes de ces colloques ont été successivement : « Téléphone Mobile et Création : cinéma, vidéo, jeux, écriture, musique, application » (2012), « Mobile, Éducation, Médiation : usages et fonctionnalités du mobile dans les pratiques de formation et de médiation culturelle » (2013), « Arts et Mobile » (2014), « Sons & Mobiles » (2015), « Mobile Media » (2016) et « Corps et Mobile » (2017). Voir le site du colloque [En ligne : <http://www.mobilecreation.fr/>]. Consulté le 28 juillet 2017.

richesse de la recherche sur les images des téléphones mobiles et la culture mobile. C'est aussi un lieu d'échange scientifique permettant de mieux comprendre le champ très fécond de la création mobile en France et à l'étranger.

Ces espaces visent la réflexion sur les images dans l'univers numérique. Il existe aussi par ailleurs d'autres événements consacrés au cinéma mobile : ateliers, stages, cours de formation professionnelle. Ce sont des événements parallèles qui complètent et soutiennent souvent les festivals, organisés par les festivals eux-mêmes comme le « MOBILEFEST – Festival Internacional de Arte e Criatividade Móvel » (2006-2010, Brésil), le « Cinepocket » (2007-2018, Belgique), le « Mobile Film Festival » (2010-2017, Macédoine), etc., ou en dehors des festivals comme le « Workshop Pocket Films » (2013) à l'université d'été de la Femis, le « Workshop Pocket Films » à L'ESAV de Toulouse (2014) ou le stage « Pocket Films » (2015) dans le cadre du programme *Images d'Afrique Formation*, notamment⁴⁶⁰.

Nous signalons enfin le colloque interdisciplinaire « Attention, machine ! Pratiques artistiques et recyclages médiatiques » organisé par l'Université Grenoble Alpes qui a eu lieu au début de 2018 permettant d'articuler communications universitaires, rencontres avec des artistes, conférences grand public et spectacles sur le thème des liens entre machines et création scénique⁴⁶¹. Cet événement a été également important parce qu'il discutait les nouveaux médias, entre ceux le téléphone mobile, dans les différentes disciplines et domaines. Il participe selon nous

⁴⁶⁰ Benoît Labourdette anime ainsi divers ateliers comme l'Atelier Cinéma Animé (2017) et des cours de formation professionnelle, notamment « Concevoir, réaliser, financer des contenus transmédia interactifs » au CEFPP (Centre Européen de Formation à la Production de Films) à Paris (2017). En mars 2017, Benoît Labourdette a animé un atelier sur la « Réalité Virtuelle à 360° » questionnant l'émergence de cette nouvelle technologie et explorant ses perspectives philosophiques et critiques. Voir sur le site de Benoît Labourdette les pages consacrées à ces divers événements [En ligne : <http://www.benoitlabourdette.com/?lang=fr>]. Consulté le 28 février 2018. En 2017, Benoît Labourdette a par ailleurs été l'invité de l'émission « Matière à penser » de Serge Tisseron sur France Culture consacrée à l'appropriation créative de la caméra des téléphones mobiles. « Prendre la parole avec son téléphone mobile », [En ligne : <https://www.franceculture.fr/emissions/matieres-penser-avec-serge-tisseron/lenfant-autiste-et-les-sortileges-numeriques>]. Consulté le 28 février 2018.

⁴⁶¹ Ce colloque a été organisé par l'UMR Litt&Arts de l'Université Grenoble Alpes du 7 au 9 février 2018. Cf. le site du colloque « Attention, machine ! Pratiques artistiques et recyclages médiatiques | Société d'Histoire du Théâtre », [En ligne : <http://sht.asso.fr/actualite/9583/>]. Consulté le 28 février 2018.

d'un vaste mouvement des arts en général qui s'interconnectent avec la technologie et en définissent de nouvelles perspectives d'utilisation.

1.2.1. Les festivals de cinéma de poche en France

Légitimé sur le plan artistique à travers des festivals, le cinéma de poche a reçu la contribution pionnière en France du *Festival Pocket Film* (2005-2010), dont la première édition a eu lieu en 2005⁴⁶². Par la suite d'autres festivals sont apparus comme le *Mobile Film Festival* (2006-2018, France ; 2009, Maroc ; 2009-2013, Polynésie/Tahiti ; 2007-2008, Allemagne ; 2010-2017, Macédoine), le *Festival Caméras Mobiles* (2011-2013), le *Festival Takavoir* (2009-2018) dont le but déclaré est la création artistique et l'éducation à l'image, ou *iMédiaCinéma* (2013-2016), etc.⁴⁶³ On peut citer également le *Festival des Nouveaux Cinémas* consacré au cinéma numérique (quelque soit le support : caméra professionnelle ou familiale, appareil photo numérique, webcam, téléphone portable, etc.) qui incluait donc aussi le cinéma mobile, et dont la première édition a eu lieu également en 2005. Il est à noter que la dernière édition du *Festival Pocket Film* a eu lieu en 2010, mais il est important qu'il figure dans cette thèse du fait de sa large portée, et surtout par le nombre de discussions au cours de cet évènement contribuant à l'enrichissement théorique du sujet. Nous considérons ces discussions essentielles, car elles impliquent des cinéastes qui ont eu, à un moment donné, eux aussi, des expériences comme réalisateurs mobile.

⁴⁶² Voir Benoît Labourdette, « Festival Pocket Films », article en ligne : <http://www.benoitlabourdette.com/actions-culturelles/conception-d-evenements-culturels/festival-pocket-films/>. Consulté le 18 janvier 2018.

⁴⁶³ Voir la liste des festivals aux annexes 4.

1.2.1.1. Le *Festival Pocket Film*

Le *Festival Pocket Film* était organisé par le Forum des images, en collaboration avec le Centre Pompidou et SFR (partenaire fondateur). Selon son coordinateur général Benoît Labourdette en 2008, le *Festival Pocket Film* « est le festival le plus important (par le nombre de films programmés et le nombre d'initiatives dont il est partenaire) consacré à la création audiovisuelle avec téléphone mobile »⁴⁶⁴. La condition pour inscrire un film dans ce festival était qu'il soit tourné avec un téléphone mobile. Par ailleurs, le festival offrait de nombreuses activités axées sur des ateliers de montage et de réalisation, des installations, notamment. En plus, ce festival a contribué de façon déterminante à la réflexion sur l'impact des nouvelles technologies pour notre société contemporaine⁴⁶⁵, grâce à des tables rondes, des témoignages et des textes publiés sur le site du festival, entre autres.

Lors de la première édition du Festival en 2005, ce sont les organisateurs du festival qui ont désigné les participants en leur confiant une caméra mobile⁴⁶⁶. Au début l'année, une centaine de téléphones mobiles avaient été distribués à des jeunes artistes et des étudiants en cinéma pour la création des films mobiles, le thème du film à réaliser étant libre ainsi que la durée (un seul long-métrage sera présenté : *Nocturnes pour le Roi de Rome*, de Jean-Charles Fitoussi)⁴⁶⁷, une caractéristique de ce festival qui s'est maintenue dans les éditions ultérieures.

⁴⁶⁴ Benoît Labourdette, *Tournez un film avec votre téléphone portable*, Paris, Dixit : Forum des images : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2008, p. 144.

⁴⁶⁵ Par exemple, dans l'édition de 2009, le festival a compté avec la présence du psychanalyste Serge Tisseron et du philosophe Bernard Stiegler. Laurence Herszberg et Benoît Labourdette, « Édition 2009 », article publié sur le site du Festival Pocket Films. [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?rubrique173>]. Consulté le 6 février 2018.

⁴⁶⁶ Voir le catalogue du festival Pocket Film, sur le site de Benoît Labourdette : [En ligne : http://www.benoitlabourdette.com/IMG/pdf/catalogue_pocket_films_2005.pdf et l'article publié par ComparaTEL, « SFR s'associe au Festival Pocket Films, films réalisés avec mobiles 3G », 28 septembre 2005 [En ligne : http://www.comparataux.com/news/dnews_id-5760_t-SFR,s,asocie,au,Festival,Pocket,Films,films,realises,avec,mobiles,3G.htm]. Consultés le 19 avril 2018.

⁴⁶⁷ Voir le « Dossier de presse », 2006, [en ligne : http://www.festivalpocketfilms.fr/IMG/pdf/Dossier_de_presse_Pocket_Films-2.pdf]. Consulté le 19 avril 2018.

En 2006 aussi, le festival a choisi 100 personnes à qui ont été distribué 100 mobiles. L'édition de 2006 était ouverte à la participation du grand public⁴⁶⁸. Au total, réalisateurs, plasticiens, vidéastes, étudiants d'écoles de cinéma et d'arts, mais aussi amateurs ont inscrit 250 films, dont 80 ont été retenus et 15 ont participé à la compétition officielle. Pendant les trois jours du festival, les films ont été regroupés par thèmes qui allaient des chroniques quotidiennes à des fictions parodiques. La longueur moyenne des films variait de 2 à 20 minutes environ⁴⁶⁹. Certaines écoles⁴⁷⁰ ont été également invitées pour participer au festival et présenter leurs réalisations dans une session spéciale.

Dans l'édition 2007, l'appel à la participation (courts, moyens ou longs métrages, sans restriction de genres) a été lancé en janvier et le festival s'est déroulé en juin pendant trois jours. Dans cette édition, le festival s'est ouvert à la compétition internationale : 30 pays ont été représentés, avec, dans la compétition internationale, 26 courts métrages, et dans la compétition française, 23 films (la durée maximum étant de 25 minutes)⁴⁷¹.

En 2008, le festival a introduit dans la compétition les films conçus spécialement pour une diffusion sur écrans de poche⁴⁷². Il proposait deux types de séances : grand écran (avec une vingtaine de courts et moyens métrages internationaux tournés avec téléphone mobile et autres caméras miniatures) et écrans de poche (avec une cinquantaine de réalisations). Dans le cadre de sa compétition internationale, le Festival Pocket Films a présenté une sélection de 40 films. Pour

⁴⁶⁸ Diana-Odile Lestage, « Communiqué de presse 1 », mai 2006 [en ligne : http://www.festivalpocketfilms.fr/IMG/pdf/Communique_Pocket_Films-2.pdf]. Consulté le 19 avril 2018.

⁴⁶⁹ *Ibidem*.

⁴⁷⁰ L'École européenne supérieure des arts et technologies de l'image de Poitiers, le Département d'arts plastiques de l'Université de Paris 8, l'Université de Valenciennes, la FEMIS, le Fresnoy et l'ENSAD, notamment. *Ibidem*.

⁴⁷¹ Voir sur le site du Festival Pocket Film le « Dossier de presse », 2007 [En ligne : http://www.festivalpocketfilms.fr/IMG/pdf/Dossier_presse_Pocket_Films_2007.pdf]. Consulté le 19 avril 2018.

⁴⁷² Voir sur le site du Festival Pocket Film la rubrique « Édition 2008 », [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article104>]. Consulté le 4 février 2015.

chaque session, il a été décerné deux prix du jury et un prix du public. De plus, en partenariat avec SFR, le festival a récompensé le meilleur film pour écran mobile choisi par les internautes, dans le cadre du concours Jeunes Talents « Vidcast ».

Pour la 5^e édition (2009) lancée en décembre 2008, le festival a reçu près de 800 films tournés avec un téléphone mobile ou un appareil photo numérique, parmi lesquels le jury a sélectionné près d'une quinzaine de films dont le plus long durait 15 minutes⁴⁷³. Le festival mettait alors l'accent sur le caractère improvisé et instantané d'une partie de la création vidéo et musicale, en particulier les performances de *Vjing*⁴⁷⁴.

Pour la dernière édition en juin 2010, le festival a fait un appel à films en décembre 2009. Cette édition était plus spécialement orientée vers l'interactivité. Parmi les 150 réalisations reçues, le festival a sélectionné 17 films dont le plus long durait environ 10 minutes⁴⁷⁵.

Dans toutes les éditions jusqu'à la dernière qui a eu lieu en 2010, le festival a reçu de tous les coins du monde une grande quantité de films (*cf.* Tableau 3 ci-dessous) dans des genres variés : documentaires, créations expérimentales, arts visuels, fictions, films de familles, comédies, films musicaux, clips vidéo, etc.).

⁴⁷³ Voir sur le site du Festival Pocket Film le « Dossier de presse », 2009 [En ligne : http://www.festivalpocketfilms.fr/IMG/pdf/Dossier_presse_Pocket_Films_2009.pdf]. Consulté le 19 avril 2018.

⁴⁷⁴ Voir glossaire.

⁴⁷⁵ Diana-Odile Lestage et Charlotte Lainé, « Entrée libre - Forum des images », 2010.

Tableau 3 : Bilan du Festival Pocket Film (France)⁴⁷⁶. La liste complète des films primés figure à l'Annexe 5e

Total : 6000 films soumis, parmi ceux-ci, 30 films ont été primés.

Période : entre les années 2005 et 2010

2005 (3 films primés)

2006 (4 films primés)

2007 (5 films primés)

2008 (Le grand écran – 3 films primés ; l'écran de poche – 3 films primés)

2009 (6 films primés)

2010 (6 films primés)

Ce festival a été de la plus haute importance pour la recherche du cinéma de poche. Il est également intéressant de noter que certaines expériences des réalisateurs mobiles présentées lors des tables-rondes et des interviews publiées sur le site du festival nous ont aidé à comprendre ce qu'est cet art mobile, sous divers points de vue, philosophiques, psychologiques, sociaux, en tant qu'art contemporain tant sur les processus de création que sur leur production.

Dès la première édition, les organisateurs du festival ont pensé que le festival permettrait au public un nouvel usage artistique de la technologie du téléphone mobile, « *la caméra dans la poche* »⁴⁷⁷. Les organisateurs du festival souhaitent que les spectateurs soient incités à réaliser leurs propres images et qu'ils puissent sortir du festival avec leurs caméras et tourner leurs propres films de poche : « *Si chaque utilisateur de la caméra de téléphone est un opérateur Lumière en puissance,*

⁴⁷⁶ Benoît Labourdette nous a signalé dans un échange par email le 14 mai 2014 : « *C'est étonnant de voir qu'un objet vivant, sur lequel j'ai eu personnellement beaucoup d'influence, puisse devenir un objet d'étude. [...] Et, nous avons eu, en moyenne, à peu près 1000 films proposés par an. Soit un total, sur les six ans, entre 5 et 6 000 films proposés* ».

⁴⁷⁷ « *Édition 200102010* », article publié sur le site du Festival Pocket Films. [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?rubrique282>]. Consulté le 21 février 2018.

il peut aussi, avec des moyens tout aussi modestes, se transformer en Méliès l'enchanteur. »⁴⁷⁸. Cela pourrait s'avérer la plus grande contribution du festival.

Un autre point important dans le *Festival Pocket Film* était donc la participation du public. Ainsi, ce festival l'a pris en compte en incluant aussi une catégorie intitulée le « Prix du Public ». Nous présentons dans le tableau 4 ci-dessous les films primés dans les deux catégories, « Prix du Jury » et « Prix du Public », dans les différentes éditions du *Festival Pocket Film*.

Tableau 4 : « Prix du Jury » et « Prix du Public » dans le Festival Pocket Film (2005-2010).

<p>2005 (Premier Prix du Jury : « Décroche » de Galienni, Prix du Public : « L'homme qui aimait les fleurs » de Jean-Claude Taki et Prix du Public de Lille : « Mes voyages » de Takako Yabuki)</p>
<p>2006 (Premier Prix du Jury : « Le Cahier froid » de Jean-Claude Taki et Prix du Public : « Occupé » de Léonard Bourgois-Beaulieu)</p>
<p>2007 (Premier Prix du Jury : « Porte de Choisy » d'Antonin Verrier et Prix du Public : « Reverse Love » de Morgan Földi-Möhand)</p>
<p>2008 – Films pour grand écran – (Premier Prix du Jury : « The Champion » de Rui Avelans Coelho et Prix du Public : « Aventures Urbaines » de Jocelyne Rivière et Serge Rustin)</p> <p>– Films pour écran de poche – (Premier Prix du Jury : « Beaucoup de bruit » de Benjamin le Souëf et Prix du Public : « Sushi forest » de Michihisa Ohroi)</p>
<p>2009 (Premier Prix du Jury : « Incident » de Michael Szpakowski et Prix du Public : « Your Picture With Me » de Jocelyne Rivière et Serge Rustin)</p>
<p>2010 (Premier Prix du Jury : « Fear Thy Not » de Sophie Sherman et Prix du Public : « 18 heures 12 » de Julien Hérisson)</p>

⁴⁷⁸ *Idem.*

En 2005, lors de la première édition, près de cinq mille visiteurs⁴⁷⁹ sont venus au festival. En 2006, la participation du public a encore augmenté, le festival ayant accueilli plus de huit mille cinq cents spectateurs durant le week-end⁴⁸⁰. Les années suivantes ont continué à donner de très bons résultats de participation⁴⁸¹. Le public était invité à remettre un bulletin de vote à la fin de chaque séance de la compétition, c'est ainsi que le public choisissait son lauréat.

Quelques années plus tard, le festival a également permis le vote en ligne⁴⁸². Le tableau 4 montre d'ailleurs que les points de vue ont été divergents entre le jury du festival et le public lors de différentes éditions du festival, une situation que l'on observe régulièrement, nous y reviendrons dans la section suivante sur les festivals dans les autres pays, au sujet du *Hong Kong Mobile Film Festival*.

De 2011 à 2013, le *Festival Caméras Mobiles* a succédé au *Festival Pocket Films*, sous la direction artistique de Benoît Labourdette. Ce festival s'est concentré sur les enjeux professionnels des caméras mobiles et leur utilisation pédagogique. Il était axé sur l'avenir du cinéma de poche et le développement d'opportunités surtout les opportunités économiques.

⁴⁷⁹ Voir le site du festival. « *Le franc succès de la 1ère édition [...] laisse à penser que le téléphone mobile peut trouver une place non négligeable au centre des enjeux artistiques et culturels de la production audiovisuelle.* » « Festival Pocket Films 2005 », [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article26>]. Consulté le 4 février 2015.

⁴⁸⁰ En 2006, trente films ont été réalisés par le public dans les studios de réalisation du festival. Voir la note « Festival Pocket Films 2006 » sur le site du Festival Pocket Films [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article343>]. Consulté le 7 février.

⁴⁸¹ En 2008, on a enregistré la participation de 7 000 spectateurs au Festival Pocket Film, « *en suivant ses principaux temps forts : la compétition internationale, la rencontre avec Isabella Rossellini pour sa série Green Porno ou la présentation en avant-première des films de la collection Caméra de poche autour du thème « Mes 20 ans », coproduit par ARTE, le Forum des images et SFR.* » « Édition 2008 - Festival Pocket Films », [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article104>]. Consulté le 4 février 2015.

⁴⁸² Voir la rubrique « Les Prix » sur le site du *Festival Pocket Films*, [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1373>]. Consulté le 28 janvier 2016.

1.2.1.2. Le *Mobile Film Festival*

Un autre festival français sur le cinéma de poche important est le festival en ligne *Mobile Film Festival*⁴⁸³ qui s'est développé autour du principe : « 1 Mobile, 1 Minute, 1 Film ». Il s'agit-pour participer de réaliser un film d'une durée d'une minute avec un téléphone mobile. L'objectif de ce festival est la découverte de talents⁴⁸⁴. Nous présentons dans le tableau 5 le bilan du *Mobile Film Festival*.

Tableau 5 : Bilan du *Mobile Film Festival* (2006-2018).⁴⁸⁵

<p>Période : entre les années 2006 et 2018</p> <p>2006 (110 films soumis)</p> <p>2007 (140 films soumis, 50 films ont été retenus dans la sélection, 6 primés)</p> <p>2008 (250 films soumis, 50 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2009 (300 films soumis, 51 films ont été retenus dans la sélection, 9 primés)</p> <p>2010 (50 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2011 (50 films ont été retenus dans la sélection, 6 primés)</p> <p>2012 (380 films soumis, 50 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2013 (50 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2014 (710 films soumis, 50 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2015 (750 films soumis, 52 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2015 – édition spéciale ONU+Cop21 (765 films soumis, 75 films ont été retenus dans la sélection, 8 prix décernés à 7 films)</p> <p>2017 (755 films soumis, de 62 pays, 51 films ont été retenus dans la sélection, 7 primés)</p> <p>2018 (1055 films soumis, provenant de 88 pays)</p>

⁴⁸³ Voir le site du *Mobile Film Festival France* : <http://www.mobilefilmfestival.fr/>. Consulté le 6 février 2018.

⁴⁸⁴ « *Comme l'a dit un des membres du jury du festival* : « derrière un petit téléphone se cache [peut-être] un grand réalisateur de demain. » ». Voir l'article de Jean-Christophe Nurbel « *Mobile Film Festival 2015 : Le palmarès complet* » publié sur le site *Bulles de Culture*, 18 février 2015 [En ligne : <http://bullesdeculture.com/2015/02/cinema-mobile-film-festival-2015.html>]. Consulté le 7 février 2018.

⁴⁸⁵ Selon les informations du fondateur et président du *Mobile Film Festival*, Bruno Smadja, en janvier 2016. Communication privée.

Un grand nombre de mobiles-réalisateurs ont participé au *Mobile Film Festival* comme le montrent les chiffres du tableau 5 ci-dessus. En 2015, le *Mobile Film Festival* a connu deux éditions : en février (10^e édition) et en décembre, une édition spéciale à l'occasion de la conférence supranationale sur les changements climatiques COP21 (11^e édition), organisée à Paris avec le partenariat des Nations Unies (ONU)⁴⁸⁶. Pour ce motif, il n'y a pas eu d'édition du festival au premier semestre 2016. Dans cette 11^e édition, les réalisateurs provenaient de soixante-dix pays, et le festival a eu grande participation du public : 2,4 millions de votes et 17 millions de vues, des chiffres qui montrent le succès du festival. En 2017, le festival a aussi connu une grande participation du public : 11 millions de vues dont 80% réalisées sur des plateformes mobiles. Le public du festival en 2017 était 62% masculin et 38% féminin, il provenait pour 21% de France, 7,9% des États-Unis et 71,1% du reste du monde⁴⁸⁷.

1.2.1.3. Les jeunes et les nouvelles technologies mobiles

Avant de réfléchir sur les jeunes et les festivals mobiles, nous voulons examiner la définition de la catégorie « jeune » d'un point de vue sociologique. Selon certaines études, cette définition est un peu floue, car il existe plusieurs phases dans la période entre l'enfance et l'âge adulte qui ne se limite pas à la phase de l'adolescence. Cela est dû au fait qu'il y a des transitions dans cette période caractérisées par les dépendances des jeunes vis-à-vis de leurs parents, du point de vue psychologique, affectif et matériel. D'ailleurs, les nouvelles technologies de communication ont contribué aussi pour rendre ces limites de la phase de

⁴⁸⁶ Voir la page « Mobile Film Festival : Act on Climate Change » sur le site *ARTCOP21* de l'agenda culturel de la COP21 [En ligne : <http://www.artcop21.com/fr/events/mobile-film-festival-act-on-climate-change/>]. Consulté le 8 février 2018.

⁴⁸⁷ Voir le dossier de presse mis en ligne sur le site du festival pour la 13^e édition : « Kit MEDIA | Mobile Film Festival 13^e édition », [En ligne : <http://www.mobilefilmfestival.fr/kit-media/>]. Consulté le 18 février 2018.

l'adolescence peu nettes, car elles ont permis au jeune d'acquiescence et individualité.

Pour catégoriser ces diverses phases de la jeunesse, le sociologue Olivier Galland a analysé les aspects sociaux et culturels autour du jeune⁴⁸⁸. D'abord, « *la catégorie de jeunesse était une production historique liée principalement aux transformations qui ont affecté la socialisation et l'éducation, passées des seules mains de la famille à celles de l'école.* »⁴⁸⁹. Le XX^e siècle est marqué par une révolution dans les représentations de la jeunesse où celle-ci est pensée en tant que processus et non plus en tant que catégorie comme dans les siècles précédents. Cela s'est produit sous l'influence de la psychologie pour laquelle la jeunesse est considérée comme un « *processus de maturation psychologique* ». Dans la seconde moitié du XX^e siècle, on met l'accent sur les aspects sociaux différentiels et « *la jeunesse devient un processus de socialisation.* »⁴⁹⁰. Cette catégorie a pris autre dimension du fait de la prolongation de la jeunesse au-delà de la fin de la scolarité⁴⁹¹, et la jeunesse, est un « *âge de la vie* » marquée par certaines étapes : « *la fin des études, le début de l'activité professionnelle, le départ de chez les parents, la mise en couple, la naissance d'un premier enfant* »⁴⁹².

Olivier Galland divise donc la jeunesse en phases successives avant d'entrer dans la phase suivante qui est la phase adulte. Il distingue trois phases de transition vers l'âge adulte au cours de la jeunesse : les adolescents, quand il y a « *une autonomie sans indépendance (économique)* »⁴⁹³, les post-adolescents, qui ont une « *autonomie résidentielle sans complète indépendance économique notamment* »⁴⁹⁴, et les jeunes adultes, une phase « *où des personnes sont pleinement indépendantes*

⁴⁸⁸ Olivier Galland, *Les jeunes*, Paris, La Découverte, 2010.

⁴⁸⁹ *Ibidem*, p. 49.

⁴⁹⁰ Olivier Galland, *Sociologie de la jeunesse*, Paris, A. Colin, 2013, p. 56.

⁴⁹¹ *Ibidem*.

⁴⁹² *Ibidem*, p. 50.

⁴⁹³ *Ibidem*, p. 63

⁴⁹⁴ *Ibidem*, p. 70

économiquement sans s'être engagées dans des responsabilités familiales (vivre en couple, marié ou non, et avoir un ou des enfants) et en repoussant parfois cet engagement de plusieurs années. »⁴⁹⁵.

L'arrivée des nouvelles technologies (surtout le téléphone mobile) et de l'internet a eu un effet considérable sur l'autonomie des jeunes.

« En effet, non seulement ces deux outils démultiplient les possibilités d'accès à des données de toutes sortes d'une manière totalement individuelle (d'un seul clic sur Internet, l'adolescent peut accéder à des contenus incontrôlés), mais surtout, ils leur permettent désormais de communiquer dans une totale liberté, avec des correspondants librement choisis, dans le foyer ou à l'extérieur de celui-ci. Parce qu'ils ont un caractère individuel et mobile, ces deux outils ont levé le filtre que les parents pouvaient exercer sur les correspondances au temps du téléphone fixe familial. Après que la télévision et la radio ont contribué à l'autonomie culturelle des adolescents, le téléphone portable et Internet apparaissent aujourd'hui comme les vecteurs d'une autonomie relationnelle largement accrue. »⁴⁹⁶.

L'autonomie relationnelle est l'indépendance que l'adolescent a acquise avec les nouvelles technologies du quotidien. Ces technologies sont de véritables instruments de la socialisation entre les jeunes en leur offrant un espace de liberté. *« Ils peuvent ainsi cultiver leur « petit monde » strictement personnel au sein du foyer, et se construire comme des individus singuliers et autonomes, distincts de leurs parents. »⁴⁹⁷.* De plus, ayant grandi avec le développement de ces technologies, ils les dominent et ils sont capables de les enseigner à leurs parents (ou grands-parents). Selon Céline Metton-Gayon, les principales questions soulevées par la large diffusion du téléphone portable et de l'internet auprès des adolescents sont maintenant tournées

⁴⁹⁵ *Ibidem*, p. 71

⁴⁹⁶ Céline Metton-Gayon, *Les adolescents, leur téléphone et Internet. Tu viens sur MSN ?*, vol. 24, Paris, L'Harmattan, 2009, p. 17.

⁴⁹⁷ *Ibidem*, p.188

vers « *les étapes et les modalités de leur socialisation, ainsi que le rôle des parents et des éducateurs* »⁴⁹⁸.

Il existe par ailleurs certaines restrictions à l'usage de ces technologies. Même si les jeunes sont capables de tourner des images grâce à la facilité qu'ils ont de manipuler les appareils, du fait d'une limite de l'âge imposée, certains d'entre eux ne peuvent théoriquement pas accéder aux réseaux sociaux. En France par exemple, certains réseaux sociaux sont interdits aux moins de 13 ans⁴⁹⁹.

Certaines statistiques montrent les caractéristiques de l'utilisation de ces technologies par les jeunes. En 2015, 58% des Français étaient équipés d'un smartphone, 81% des jeunes entre 12-17 ans, 90% des jeunes entre 18-24 ans et 79% des personnes entre 25-39 ans⁵⁰⁰. De plus, l'usage du mobile pour l'accès à internet est devenu fondamental chez les jeunes : 52% des Français naviguent sur internet depuis le smartphone, 83% des jeunes entre 12-17 ans, 91% de ceux entre 18-24 ans et 81% des personnes entre 25-39 ans⁵⁰¹. Une étude menée en France en juin 2016 sur les usages vidéos des 6-14 ans indiquait que, si les jeunes de 6-14 ans préféraient largement la télévision : « *Le téléviseur est l'écran préféré des 6-14 ans : 39% d'entre eux le placent en tête de leurs préférences,* », ils préféraient plus que l'ensemble de la population (20% versus 10%) voir les vidéos sur les téléphones mobiles⁵⁰².

⁴⁹⁸ *Ibidem*, p.18

⁴⁹⁹ « Loi et réglementation des réseaux sociaux | e-Enfance », *Association de protection de l'enfance sur Internet- e-Enfance*. [<https://www.e-enfance.org/reglementation-reseaux-sociaux>]. Consulté le 31 août 2018.

⁵⁰⁰ Christophe Auffray, « Infographie - Portrait de l'utilisateur de smartphone français », Lundi 30 Novembre 2015 [En ligne : <https://www.zdnet.fr/actualites/infographie-portrait-de-l-utilisateur-de-smartphone-francais-39796286.htm>]. Consulté le 30 août 2018.

⁵⁰¹ *Ibidem*.

⁵⁰² « *Dans le classement des écrans préférés, on retrouve de fortes disparités entre les 6-14 ans et l'ensemble de la population. Les enfants sont deux fois plus nombreux à citer le téléphone mobile (20% vs. 10%) et trois fois plus la tablette (17% vs 6%), tandis que le reste de la population préfère l'ordinateur (fixe ou portable) à ces écrans.* ». Cf. « Screen 360 : Les usages vidéos des 6-14 ans : entre particularismes et similitudes », *Médiamétrie*, 14 septembre 2016 [En ligne : <https://www.mediametrie.fr/comportements/communiques/screen-360-les-usages-vidéos-des-6-14-ans-entre-particularismes-et-similitudes.php?id=1526>]. Consulté le 31 août 2018.

1.2.1.4. Le public jeune dans les festivals de culture mobile

Nous voulons mentionner ici le projet culturel *iMédiaCinéma Festival de pocket films* qui vise à encourager la création chez les jeunes avec les appareils mobiles qu'ils utilisent au quotidien⁵⁰³. Ce festival veut « *s'interroger sur la relation que nous avons à l'objet* »⁵⁰⁴ et, ce qui devrait également contribuer pour l'avenir, sur l'importance qu'a cet objet du quotidien pour l'expression des jeunes, leur autonomie et la citoyenneté :

*« Le téléphone, aujourd'hui, c'est comme le stylo : l'objet le plus banal, avec lequel on vit notre quotidien (de même qu'on écrit tout le temps, avec un stylo, pour noter des choses, remplir des formulaires, etc.). Mais, si on propose, avec le stylo, d'écrire un poème, une nouvelle, et puis de les éditer ? Là, ça change tout. Ce n'est pas la marque ni le modèle du stylo qui comptent, c'est le choix de l'employer à des fins créatives, généreuses, et cela change tout. On travaille ses intentions, son imagination, la mise en forme de son expression, et puis son inscription sociale : ce qu'on apporte au monde et aux autres. L'autonomie, la responsabilité... de la créativité à la citoyenneté. »*⁵⁰⁵

Les téléphones et caméras mobiles sont des outils déterminants pour la création artistique, mais surtout pour une nouvelle culture de la mobilité. Le festival a permis d'analyser ce que font et ce que pensent les jeunes, et dans cet esprit, de mieux connaître une culture contemporaine spécifique de la mobilité⁵⁰⁶ qui leur est propre. Elle implique la création de valeurs spécifiques qui sont associées aux réseaux

⁵⁰³ Le projet est ouvert pour tous les jeunes âgés de 12 à 25 ans résidant dans le département des Bouches-du-Rhône. Voir le site du Festival *iMediaCinema* : [En ligne : <http://www.imediacinema.org/>]. Consulté le 6 février 2018.

⁵⁰⁴ *Ibidem*.

⁵⁰⁵ Benoît Labourdette. Voir le site du Festival *iMediaCinema* : [En ligne : <http://www.imediacinema.org/>]. Consulté le 6 février 2018.

⁵⁰⁶ Monique Dagnaud, *Génération Y : les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2011, (« Nouveaux débats », 25).

sociaux à travers des appareils mobiles, comme les smartphones qui permettent de capter et de faire circuler chaque reflet du quotidien.

Les jeunes sont dans leur immense majorité connectés aux réseaux sociaux et exposent leur vie à travers certains éléments partagés, « *portrait, musiques et écrits, notification de ses contacts et de ses univers d'apparence* »⁵⁰⁷. Avec ces éléments, le jeune crée un fan-club autour de lui⁵⁰⁸. De plus, les images du cinéma et de la télévision et aussi les chansons, stimulent l'imaginaire des jeunes pour créer leurs propres images. Les émotions qui sont échangées dans les réseaux sociaux ne sont plus par mots, mais par les images – les *emojis* aussi – jouent un rôle crucial pour la culture mobile. Ainsi, selon Monique Dagnaud,

*« Les idées et les émotions qui s'échangent ne passent pas que par le langage des mots mais sont brassées dans une immense variété d'images et de sons : émerge ainsi depuis une dizaine d'années une culture expressive développée par les adolescents, une démocratie sémantique dont la créativité enthousiasme les chercheurs. Dans cette ébullition, il est difficile de distinguer le pur amateur, qui bricole des contenus visuels pour divertir son cercle d'amis et dialoguer avec lui, de l'apprenti artiste qui tente une percée dans l'espace public, ou encore du geek qui, en relation avec la confrérie des technophiles, cherche l'exploit informatique ».*⁵⁰⁹

Cette expression de soi des jeunes sur le *web* est si importante qu'ils peuvent « *passer d'une valeur sociale en hausse à un projet professionnel, par exemple dans les industries de images* »⁵¹⁰. Le projet *Creator Project* du groupe de médias *Vice*, offre un espace d'exposition à de jeunes artistes et organise des événements culturels

⁵⁰⁷ *Ibidem*, p. 35.

⁵⁰⁸ *Ibidem*.

⁵⁰⁹ *Ibidem*, p. 39-40. L'auteure renvoie en note aux travaux de Laurence Allard, « Express yourself 2.0 », in Éric Maigret et Éric Macé, *Penser les médiacultures*, Paris, Armand Colin, 2005, et Henry Jenkins, *Fans, Bloggers, and Gamers. Media Consumers in a Digital Age*. New York (N.Y.), NYU Press, 2006.

⁵¹⁰ Monique Dagnaud, *Ibidem*, p. 47.

dans les grandes villes⁵¹¹. Par exemple, grâce à un site créé avec l'aide de la marque *Diesel*, les jeunes peuvent animer avec des vidéos artistiques un parc situé à Berlin (Facepark)⁵¹². Il est intéressant de remarquer que la création s'imbrique dans le processus de socialisation des jeunes et offre à de jeunes créateurs mobiles ou de e-entrepreneurs une opportunité de se faire connaître.

1.2.2. Les festivals de cinéma de poche dans les autres pays

Une partie des premiers festivals de cinéma mobile dans les autres pays ont été organisés par les propres fabricants de téléphone mobiles ou étaient réservés à des marques et des modèles déterminés. Comme nous l'avons déjà dit⁵¹³, nous avons examiné dans cette catégorie six festivals : le premier, en 2003, est le *Nokia Shorts Competition* (2003-2011)⁵¹⁴. Par la suite Nokia a organisé le *Nokia Mobifest Toronto* (2006/2009, Canada)⁵¹⁵ et le concours *N8 Producers*⁵¹⁶ pour le modèle Nokia N8

⁵¹¹ « Le groupe de médias Vice, présent dans 26 pays – il comprend un magazine Net et un magazine papier, des plate-formes de blogs, une Net TV –, a créé avec la marque Intel un site sur les rapports entre création contemporaine et technologie ». *Ibidem*, p. 40.

⁵¹² *Ibidem*, p. 40-41.

⁵¹³ Cf. 1^{ère} Partie, Chapitre 1, section 1.3.1. « Les appareils » et 2^{ème} Partie, Chapitre 1, section 2. « L'approche industrielle dans la création mobile ».

⁵¹⁴ Voir Max Schleser, « A Decade of Mobile Moving-Image Practice », in *The Routledge Companion to Mobile Media*, éd. Gerard Goggin et Larissa Hjorth, New York, NY: Routledge, 2014, p 157-170, p. 161. Voir aussi la note sur le site de la BIFA (*British Independent Film Awards*) : « 2003 Nokia announces collaboration with British Independent Film Awards and Raindance Film Festival », *BIFA* [En ligne : <https://www.bifa.film/news/press/2003-nokia-announces-collaboration-with-british-independent-film-awards-and-raindance-film-festival>]. Pour plus d'informations sur le *Raindance Film Festival*, voir la note du site *Revolvy* : [En ligne : <https://www.revolvy.com/main/index.php?s=Raindance%20Film%20Festival>]. Consultés le 28 février 2018.

⁵¹⁵ Voir Eric Floresca « Small films Celebrated on the Big Screen at Nokia's Mobifest », *Techvibes*, 18 Nov. 2009 [En ligne : <https://techvibes.com/2009/11/18/small-films-celebrated-on-the-big-screen-at-nokias-mobifest>]. Consulté le 10 février 2018.

⁵¹⁶ Lancé début décembre 2010, il fallait pour participer produire une vidéo filmée intégralement avec un Nokia N8 et la soumettre aux votes des membres du jury. Voir la rubrique du blog *n8* sur le concours *N8 Producers* [En ligne : <http://www.blog-n8.fr/?s=producers>], en particulier l'article d'Axel, « Concours N8 Producers, le vol Zero Gravité en vidéo | », *Blog du Nokia N8 et 808*

(2010). Puis viennent le festival *Sony Mobile Festival* (2011-2012 – Italie)⁵¹⁷ pour son modèle Xperia TM et les festivals *iPhone 4 Films Festival* (2010, Corée du Sud)⁵¹⁸, *IFF – iPhone Film Festival* (2010-2018, États-Unis), *The Original iPhone Film Festival* (2011-2015, États-Unis) et *iPhone Popup Film Festival* (2012, Angleterre), pour les différents modèles d'appareils Apple. Il est important de remarquer que les festivals *IFF – iPhone Film Festival* et *The Original iPhone Film Festival* indiquent clairement sur leurs sites qu'Apple ne sponsorise pas leurs contenus (bien que le mot « iPhone » apparaisse dans le nom de ces festivals, la marque Apple n'investit pas dans ces événements, dont elle tire pourtant un bénéfice évident en termes de marketing).

Les événements les plus anciens consacrés aux outils mobiles de vidéo comme moyens d'expression artistique ont eu lieu en 2003, soit un an après l'apparition du premier téléphone mobile muni d'une caméra vidéo digitale. Selon Max Schleser,

*« les premiers festivals de cinéma qui ont prêté attention aux médias mobiles ont lieu en 2003 : Big Digit (États-Unis), Nokia Shorts (en collaboration avec le festival Raindance) et le festival du film de Tampere (Finlande). Ces festivals de cinéma ont présenté des productions de courts métrages mobiles. Dans le cas de Nokia Shorts, les vidéos mobiles étaient limitées à quinze secondes. En 2004, The 4thScreen (États-Unis), Mobile Exposure et Supershorts Mobile Competition (Royaume-Uni) ont été les premiers festivals de films exclusivement mobiles. »*⁵¹⁹

PureView, Jeudi 24 mars 2011 [En ligne : <http://www.blog-n8.fr/actualites/concours-n8-producers-le-vol-zero-gravite-en-video-06888/>]. Consulté le 27 juin 2015.

⁵¹⁷ Paolo Sinopoli, « Venezia 69, Sony Mobile Festival: ecco i vincitori », 05/09/2012 [En ligne : <http://www.bestmovie.it/news/venezia-69-sony-mobile-festival-ecco-i-vincitori/178407/>]. Consulté le 9 janvier 2016.

⁵¹⁸ Dans le festival, 12 courts-métrages de réalisateurs célèbres du cinéma ont été présentés, des films également tournés entièrement avec des *iPhone 4s*. Ce projet a eu beaucoup de succès et a conduit à Olleh Festival International du Film Smartphone. Cf. « iPhone 4 film festival Overview », *5th olleh international Smartphone Filmfestival* [En ligne : http://www.ollehfestival.com/5th/eng/history/iphone4_festival.php]. Consulté le 2 janvier 2016.

⁵¹⁹ Max Schleser, *Idem*. Traduction libre de l'anglais.

Toujours selon Schleser,

« De 2004 à 2007, par exemple, il y a eu quatorze festivals se sont concentrés sur le contenu mobile, qu'ils soient de fiction ou non, produits par ou pour le téléphone mobile. Le Festival international du Film Documentaire (IDFA) (2005), à Amsterdam, a affirmé avoir projeté le premier court métrage documentaire tourné entièrement sur un téléphone mobile, CellStories. »⁵²⁰

Assez vite vont se multiplier les festivals de cinéma de poche dans de nombreux pays (cf. Tableau 6).

Tableau 6 : Festivals de cinéma mobile, classés par pays

<p>Angleterre : FilmKit — Film Innovation Festival (2014-2016) ; The Smalls (2006-2017), un festival de cinéma indépendant d'innovation - Festival de court métrage⁵²¹</p> <p>Australie : Portable Film Festival (2006-2009)</p> <p>Belgique : Cinepocket (2007-2018)</p> <p>Brésil : Cineme-se (2004-2016), Mobilefest (2006-2010), Festival do Minuto (2008[1991]-2018)⁵²², Vivo arte.mov – Festival Internacional de Arte em Mídias Móveis (2006-2012)</p> <p>Canada : SPFF - Smartphone Film Festival (2015-2017)</p> <p>Espagne : Cinephone (2012-2018)</p> <p>États-Unis : DFF – The Disposable Film Festival (2007-2018), IFFF - IndieFone Film Festival (2009-2017)</p> <p>Hong Kong : Hong Kong Mobile Film Festival (2007-2015)</p> <p>Irlande : Babelgum Online Film Festival (2008-2010)</p> <p>Nouvelle-Zélande : MINA - Mobile Innovation Network Australasia (2011-2018)</p> <p>Pakistan : Pocket Cinema Film Festival (2015)</p> <p>Portugal : Super 9 Mobile Film Fest (2014-2018)</p> <p>Suisse : MoMo — Mobile Motion Film Festival (2015-2018)</p>

⁵²⁰ *Ibidem*. Traduction libre de l'anglais.

⁵²¹ C'est de plus une plateforme de création de vidéos – *The Smalls* – connectée avec 17 000 réalisateurs et producteurs indépendants. Voir la rubrique « About us » sur le site du festival [En ligne : <https://www.thesmalls.com/about>]. Consulté le 4 mars 2018.

⁵²² Le *Festival do Minuto* (courts métrages d'au maximum 1 minute) existe depuis 1991, en 2008 le festival a inclus le cinéma mobile. Voir le site du *Festival do Minuto*, en ligne : <https://www.festivaldominuto.com.br/>. Consulté le 2 janvier 2016.

Certains de ces festivals ont fusionné avec d'autres :

Allemagne : Ohrenblick mal ! et Mobile Clip Festival

Corée du Sud : iPhone 4 Film Festival et OISFF - Olleh International Smartphone Film Festival

États-Unis : Original iPhone Film Festival et iPhone Film Maker

Festivals sans date disponible de leur dernière édition

Brésil : Fluxus (8 éditions de 2000 à 2011, qui inclut une section de cinéma mobile en 2005)⁵²³

Danemark : Dogma Mobile International Film Festival (2008-2009)

États-Unis : le festival en ligne *Your Film Festival* (2012)

Nous avons rencontré des difficultés pour obtenir les dernières dates d'éditions dans certains festivals (cf. le tableau 6). Il n'est pas toujours indiqué clairement sur les sites s'il y a eu plusieurs éditions. Dans le cas du festival *Your Film Festival*, nous n'avons trouvé qu'une date sur le site, 2012, que nous avons fait figurer en annexe.

Tout comme certains festivals mobiles français, beaucoup de festivals internationaux promeuvent des discussions au sein de séminaires, de colloques, etc. Ces festivals réalisent la compétition entre les films tout en les analysant, contribuant aux discussions et aux réflexions sur la culture mobile contemporaine. Ces festivals aident beaucoup à comprendre les tendances et les relations entre les technologies mobiles et l'évolution des valeurs sociales. De plus, ils continuent à mobiliser un grand nombre de visiteurs.

Le festival *Fluxus*, un festival brésilien de cinéma en ligne, a organisé en 2005 une sélection « ciné-mobiles » consacrée aux productions réalisées avec un téléphone mobile. On y trouve des courts-métrages, ainsi que de la fiction, des documentaires, des films d'animation et des vidéos expérimentaux. Sur son site, on peut consulter les informations et les films sélectionnés pour la dernière édition du festival en 2011. De 2012 à 2014, le projet Fluxus s'est transformé en organisation

⁵²³ Voir le site du festival *Fluxus* [En ligne : <http://www.fluxusfestival.com/2011/>]. Consulté le 26 février 2018.

d'expositions de cinéma dans une galerie⁵²⁴. Comme *Fluxus*, certains festivals ont aussi changé leurs objectifs de départ.

Certains festivals sur l'art et la créativité liés aux dispositifs mobiles comme *Mobilefest - Festival Internacional de Criatividade Móvel* (2006-2010) au Brésil⁵²⁵ ont fait un excellent usage de la technologie pour augmenter la participation de la société. Dans l'édition de 2007, ce festival proposait la connexion simultanée avec des universités dans d'autres pays. Par ce procédé, ce festival était présent également à Londres (University of Westminster), à Amsterdam (Waag Society) et à New York (ITP – New York University)⁵²⁶. L'ère mobile a facilité son organisation, puisque grâce à la technologie ce festival acceptait plusieurs modalités d'inscription : au moyen de textes, de photos et de vidéos à travers le service de messagerie SMS (*Short Message Service*), le service de messagerie multimédia le MMS (*Multimedia Messaging Service*) et le protocole de communication WAP (*Wireless Application Protocol*)⁵²⁷. Ainsi, le *Mobilefest* permettait d'observer la manière créative dont on peut utiliser la technologie du téléphone mobile. Les échanges qui existent entre les nouvelles technologies mobiles et la société ont été le moteur indispensable de réflexion dans ce festival⁵²⁸. Les téléphones mobiles, au-delà de leur fonction de communication entre les personnes, sont aussi des appareils qui peuvent être utilisés pour des activités éducatives, pour l'inclusion sociale, pour des productions artistiques variées, pour les loisirs, pour la sécurité, pour la production et la diffusion d'images, pour la santé, pour le commerce, pour la publicité, notamment.

⁵²⁴ 2012 : Black and white [En ligne : <http://www.fluxusfestival.com/bw/>]; 2013 : Apichatpong Weerasethakul [En ligne : <http://www.fluxusfestival.com/aw/>]; 2014 : Slow cinema [En ligne : <http://www.fluxusfestival.com/2014/>]. Consulté le 26 février 2018.

⁵²⁵ Fernanda Duarte et Adriana de Souza e Silva, « Arte.mov, Mobilefest and the emergence of a mobile culture ». *The Routledge Companion to Mobile Media*, éd. Gerard Goggin et Larissa Hjorth, New York, NY: Routledge, 2014, p. 206-215.

⁵²⁶ Voir sur le site du festival l'onglet « Mobile Festival|Histórico MOBILEFEST », [En ligne : <http://mobilefestorg.netguestdns.com.br/mobilefest/ofestival/historico.fss>]. Consulté le 17 janvier 2016.

⁵²⁷ *Idem*.

⁵²⁸ Laís Prado, « Mobilefest », *Clube online/Clube de criação*, 10 sept. 2010 [En ligne : <http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/mobilefest-5/>]. Consulté le 10 février 2018.

Le festival *Mobilefest* affiche sur son site⁵²⁹ ses objectifs qui aident à légitimer et à diffuser le cinéma de poche comme une expression artistique créative à part entière :

- « *Populariser la technologie mobile de façon à contribuer à l'inclusion numérique à travers la généralisation des connaissances, leurs modes d'utilisation et les possibilités d'interaction ouvertes par ces nouveaux moyens de communication.*
- *Offrir au public la première remise de prix spécialisée en reconnaissance des travaux qui utilisent la technologie mobile.*
- *Promouvoir les échanges culturels entre les chercheurs et les producteurs de films mobiles nationaux et internationaux.*
- *Encourager la réflexion et la production créative autour des nouvelles technologies visant à étendre les fonctions de hardware /d'éventuels périphériques et des logiciels dans le domaine de la technologie mobile.*
- *Stimuler la production de contenus dans le secteur de la technologie mobile au Brésil en termes tant de production industrielle, que du point de vue du créateur indépendant.*
- *Permettre la participation de tous les intéressés à la production et la distribution de contenu par le biais de réseaux de communication mobile.*
- *Commencer une politique de sensibilisation et de mobilisation de la population grâce à l'utilisation de la technologie mobile en faveur de l'environnement. »⁵³⁰*

Dans les objectifs du *Mobilefest*, on peut remarquer des « idées-clés » comme : populariser, offrir au public, promouvoir les échanges, encourager la créativité, stimuler la production, permettre la participation, sensibiliser et mobiliser la population. Le festival souhaite favoriser le rapprochement entre son public et les pratiques artistiques du mobile.

⁵²⁹ Voir sur le site du festival « *Objetivos MOBILEFEST* », *Mobile Festival* [En ligne : <http://mobilefestorg.netguestdns.com.br/mobilefest/ofestival/objetivos.fss>]. Consulté le 17 janvier 2016.

⁵³⁰ Traduction libre du portugais.

Le *Festival do Minuto*⁵³¹ est un autre festival brésilien à vocation internationale créé en 1991 dont l'intention est aussi de diffuser les films. Il accepte l'utilisation de tout type de caméras, mobiles ou traditionnelles, pour tourner ces films. Depuis 2006, il est permanent et propose régulièrement de nouveaux thèmes aux participants. En 2007, ce festival est devenu un festival entièrement en ligne, où les réalisateurs, amateurs ou professionnels, ont pu envoyer et regarder les films sur le site du festival. En 2008, ce festival a réalisé un concours exclusif pour les films entièrement réalisés avec le téléphone mobile. Ce festival promeut différents événements en direction de publics brésiliens, et possède des archives en ligne contenant plus de 35 000 vidéos⁵³².

Le festival a ainsi mis en œuvre un projet itinérant où les films ont été diffusés dans un camion équipé avec deux appareils de TV qui se déplaçait dans différentes villes brésiliennes pour projeter les films. Ce projet a visité les écoles dans les grandes et petites villes du pays. En 2010, ce projet a ainsi par exemple couvert 4 186 écoles dans l'État de São Paulo. De plus, la sélection de films du festival a été présentée dans les espaces et les centres culturels dans tout le pays⁵³³. Annuellement, le projet intitulé *Rede Melhores Minutos* dont l'objectif est de montrer les meilleures vidéos de l'année circule dans 250 espaces culturels disséminés sur le territoire du Brésil : cinéclubs, bibliothèques, écoles, universités, musées, notamment⁵³⁴.

⁵³¹ La première édition du festival qui aurait dû avoir lieu en 2018 (février : *Thème libre et animation*) a été interrompue du fait de la suspension des subventions des pouvoirs publics. Voir le site du *Festival do Minuto*, en ligne : <https://www.festivaldominuto.com.br/>. Consulté le 10 février 2018.

⁵³² Voir la rubrique « About us » du site du festival. [En ligne : http://www.festivaldominuto.com.br/en/about_us]. Consulté le 10 février 2018

⁵³³ Un autre exemple de festival itinérant est le festival brésilien *Vivo Arte.Mov*. Localisé à Belo Horizonte, ce festival a créé dans ses éditions successives un circuit de formation et de diffusion dans d'autres capitales régionales brésiliennes comme : São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Brasília et Recife. Dans ces villes, le festival a organisé une sorte de mini-événement avec des colloques, des expositions et des workshops. Voir la note sur le site du MIS-Museu da imagem e do som, [En ligne : http://www.mis-sp.org.br/icox/icox.php?mdl=mis&op=programacao_interna&id_event=179] et la page Facebook du festival [En ligne : <https://pt-br.facebook.com/vivo.artemov/>]. Consulté le 2 mars 2018.

⁵³⁴ *Ibidem*.

Dans le même esprit, le festival international *Cinepocket* (Belgique) est un évènement qui invite sur son site les personnes à participer autour de ce slogan : « *T'as un téléphone ? T'as une idée ? Fais un film !* ». Et les organisateurs ajoutent, « *Alors, partage ton film ici et participe à l'un des concours de films mobiles que nous organisons régulièrement ou à notre compétition annuelle en envoyant ton film dès maintenant : c'est le moment de faire ton cinéma !* »⁵³⁵. Les films participant au *Cinepocket* doivent avoir une durée maximum de deux minutes.

« *Ouvert à tous (artistes, étudiants, citoyens, blogueurs, vidéastes amateurs ou professionnels), Cinepocket est un terrain d'expression privilégié pour une nouvelle génération de « storytellers » qui se libèrent de nombreuses contraintes : financement, modes de diffusion, conditions de tournage, montage.* »⁵³⁶

Les organisateurs de ce festival croient que le cinéma de poche peut s'inspirer du cinéma muet, des images tournées en Super 8 et aussi des vidéos amateurs. Ce qui intéresse est l'expressivité des images. Ils souhaitent aussi donner une chance à tous les talents de s'exprimer en promouvant des concours, mais aussi des workshops, des projections, etc.⁵³⁷

Dans le même esprit, le festival nord-américain *The International Movie Trailer Festival, IMTF*, est un festival de cinéma mobile dont la priorité est la créativité et la qualité artistique et technique des films. Son slogan est « *Lights! Cameraphone! Action!* »⁵³⁸. Ce festival peut aussi récompenser les bandes-annonces pour les films, des *web* séries et des livres, même si ces travaux n'ont pas encore été conclus. Ce festival a créé une communauté en ligne destinée aux cinéastes indépendants à travers le monde. Par ailleurs, le *IMTF* a établi un partenariat avec

⁵³⁵ Voir la rubrique « A PROPOS » sur le site du *Festival Cinepocket*, [En ligne : <https://www.cinepocket.be>]. Consulté le 27 août 2017.

⁵³⁶ *Ibidem*.

⁵³⁷ Voir le site du *Festival Cine Pocket* en 2015. Les pages du site sont disponibles sur le lien : <http://archive.is/FO73e#selection-1109.0-1109.58>. Consulté le 10 février 2018.

⁵³⁸ Voir le site du festival *International Movie Trailer Festival*, [En ligne : <http://www.internationalmovietrailerfestival.com/>]. Consulté le 24 mars 2015.

des producteurs et des distributeurs de films afin d'aider les mobiles-réalisateurs à diffuser leurs films.

Du point de vue économique, le cinéma de poche offre des avantages considérables. Le festival suisse *MoMo, Mobile Motion Film Festival*, souligne l'importance pour la réalisation de films de disposer des téléphones mobiles avec leurs coûts réduits⁵³⁹. Le *MoMo* souhaite être un festival d'avant-garde-pour des artistes qui créent des images avec un téléphone mobile. Ainsi, le festival valorise plus la créativité et le talent des mobiles-réalisateurs que des budgets élevés et l'industrie cinématographique. Pour la première édition en 2015, les fondateurs du festival *MoMo* ont choisi d'avoir recours à un financement participatif à travers d'une campagne de *crowdfunding*⁵⁴⁰ pour couvrir ses frais de base.

Le festival anglais *FilmKit — Film Innovation Festival*⁵⁴¹ (2014-2016) a privilégié les images innovantes, les nouveaux formats cinématographiques, les expériences des spectateurs et des films tournés avec des technologies inventées par les propres réalisateurs. De plus, ce festival offrait des moments de discussions sur les technologies mobiles et leurs images.

Le festival pakistanais *Pocket Cinema Film Festival* (2015)⁵⁴² visait la formation d'une nouvelle génération du cinéma qui filme avec le téléphone mobile. Ce festival souhaitait établir une lignée de cinéastes, de photographes et d'écrivains qui créent à travers la technologie de communication mobile. Ainsi, pendant les deux jours qu'a duré ce festival les organisateurs ont promu également des conférences pour débattre de l'avenir du cinéma et de son impact face à la technologie mobile et

⁵³⁹ Voir la rubrique « About » du *Mobile Motion Smartphone Film Festival*, [En ligne : <http://momofilmfest.com/about/>]. Consulté le 7 janvier 2016.

⁵⁴⁰ Voir glossaire.

⁵⁴¹ Voir le site du *FilmKit - Film Innovation Festival*, [En ligne : <http://www.film-kit.com/>]. Consulté le 1 janvier 2016. Le site est inaccessible en 2018.

⁵⁴² Voir le site du *Pakistan's First Smart Phone Film Festival*, [En ligne : <http://pocketcinemaff.com/>]. Consulté le 10 février 2018.

apporter des opportunités de réflexion entre l'industrie et les jeunes cinéastes. Ce festival s'était délibérément tourné vers le futur du cinéma.

Les festivals de cinéma mobile présentent souvent sur leurs sites les films récompensés ou sélectionnés pour être examinés par leurs jurys au cours de leurs éditions successives. Certains conservent parfois aussi des données sur le volume de films participants ou du public quand il s'agit de festivals organisant aussi des projections. Nous présentons dans la suite les données de quelques uns de ces festivals organisés dans différentes régions du monde (Canada, États-Unis, Espagne et Hong-Kong).

Le tableau 7 reporte le nombre de films participants et récompensés par le festival canadien *TSFF - Toronto Smartphone Film Festival* (2012-2018), un festival consacré exclusivement aux films tournés avec des téléphones mobiles et des tablettes.

Tableau 7 : Nombre de films primés par le *TSFF - Toronto Smartphone Film Festival*⁵⁴³.

Période : entre les années 2012 et 2017

2012 (4 films ont été primés, 20 soumissions, 200 participants provenant seulement du Canada)

2013 (5 films ont été primés, 30 soumissions, 250 participants et 4 pays)

2014 (6 films ont été primés, 50 soumissions, 350 participants et 7 pays)

2015 (4 films ont été primés, 259 soumissions, 400 participants et 50 pays)

2016 (6 films ont été primés, 217 soumissions, 350 participants et 34 pays)

2017 (3 films ont été primés, parmi 25 sélectionnés, 600 soumissions et 50 pays)

⁵⁴³ Voir la rubrique « Welcome to Toronto Smartphone Film Festival || (TSFF) Toronto Smartphone Film Festival », [En ligne : <http://www.smartphonefilm.ca/>]. Consulté le 4 mars 2018.

Le festival américain *IMFF - International Mobile Film Festival* (2012-2018) a pour objectifs la promotion artistique, la technologie et l'éducation. Les organisateurs du festival (S. Botello Productions™) ont aussi créé à San Diego (Californie) la *Mobile Film School*⁵⁴⁴ qui organise en particulier des workshops. Le tableau 8 présente le nombre de films récompensés dans ses éditions successives.

Tableau 8 : Nombre de films récompensés lors du *IMFF - International Mobile Film Festival* (ou IMFF - International Mobil Film Festival)⁵⁴⁵.

Période : entre les années 2012 et 2017

2012 (3 films ont été primés)

2013 (3 films ont été primés)

2014 (3 films ont été primés)

2015 (4 films ont été primés)

2016 (4 films ont été primés)

2017 (6 films ont été primés – 1 long métrage et 5 courts métrages)

Nous avons relevé des données du festival espagnol *Cinephone* (2012/2018), un festival en ligne de courts métrages tournés avec des téléphones mobiles, que nous présentons dans les tableaux 9 et 10.

⁵⁴⁴ Voir sur le site du festival *IMFF - International Mobile Film Festival* [En ligne : <https://internationalmobilefilmfestival.com/about/mobile-film-school>]. Consulté le 4 mars 2018.

⁵⁴⁵ Voir sur le site du festival *IMFF - International Mobile Film Festival* [En ligne : <http://internationalmobilefilmfestival.com/home.html>]. Consulté le 9 mars 2017.

Tableau 9 : Bilan du festival espagnol en ligne *Cinephone*⁵⁴⁶.

Période : entre les années 2012 et 2017

2012 (4 films ont été primés dans 4 catégories)

2013 (4 films ont été primés dans 4 catégories)

2014 (6 films ont été primés dans 6 catégories)

2015 (5 films ont été primés dans 5 catégories)

2016 (6 films ont été primés dans 6 catégories)

2017 (6 films ont été primés dans 7 catégories)

Tableau 10 : Premier prix du jury et Prix du public dans le festival *Cinephone* (2012-2017)⁵⁴⁷.

2012 (Premier prix du jury : « The Fixer » de Mess Film Makers (Conrad Mess) – Espagne et Prix du public : « Frustrado » de Eyes Ice Cream – Espagne)

2013 (Premier prix du jury : « The asking room » de Mess Film Makers (Conrad Mess) – Espagne et Prix du public : « Soy un héroe » de Juan Alfredo Amil – Espagne)

2014 (Premier prix du jury : « La boca del león » de Geofilms – Espagne et Prix du public : « Intrusos » de Ivan Mourin – Espagne)

2015 (Premier prix du jury : « Sexwax » de Frederic Van Strydonck – Londres et Prix du public : « Escape » de Ivan Albacete – Espagne)

2016 (Premier prix du jury : « Time to pay off debts » de Mess Film Makers (Conrad Mess) – Espagne et Prix du public : « The Time » de Jose Luis Martin Moreno – Espagne)

2017 (Premier prix du jury : « You're a Guy » — Sylvain Certain – France dans cette édition ont été attribué le prix public)

⁵⁴⁶ Voir les archives du site du festival Cinephone, [En ligne : <http://cinephone.es/>]. Consulté le 16 février 2018.

⁵⁴⁷ *Idem.*

Nous avons relevé des données analogues pour le festival de Hong Kong *HKMFF, Hong Kong Mobile Film Festival*⁵⁴⁸. Créé en 2007, sa dernière édition a eu lieu en 2015 ; il était organisé par l'association *Hong Kong Wireless Technology Industry Association (WTIA)*⁵⁴⁹. Ce festival souhaitait encourager la plus jeune génération locale qui utilise la technologie mobile pour réaliser des films. La mission du festival était de :

- « Favoriser localement chez les jeunes l'intérêt et les connaissances sur les productions cinématographiques, afin de les aider à visualiser leurs rêves grâce aux appareils mobiles
- Sensibiliser le grand public à l'appréciation des films mobiles.
- Reconnaître les talents locaux et leurs productions remarquables
- Faciliter l'échange international d'informations et d'expériences entre les mobiles-réalisateurs mondiaux. »⁵⁵⁰

Le bilan du *Hong Kong Mobile Film Festival* figure dans le tableau 11 ci-dessous.

⁵⁴⁸ Voir le site du festival *The 9th Hong Kong Mobile Film Festival*. [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2015/en/index.php>]. Consulté le 30 décembre 2015.

⁵⁴⁹ Voir le site de *Hong Kong Wireless Technology Industry Association, WTIA* [En ligne : http://www.hkwtia.org/subpage.php?cid=33&c_sub_id=35]. Consulté le 26 janvier 2016.

⁵⁵⁰ Voir la rubrique « About HKMFF » sur le site du festival *Hong Kong Mobile Film Festival*. Traduction libre de l'anglais. [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2014/eng/about-schedule.html>]. Consulté le 30 décembre 2015.

Tableau 11 : Bilan du *Hong Kong Mobile Film Festival*⁵⁵¹.

Période : entre les années 2007 et 2015

2007 (4 films ont été primés dans 12 catégories. 13 films ont été retenus pour le certificat d'excellence)

2008 (3 films ont été primés dans 9 catégories. 16 films ont été retenus pour le certificat d'excellence)

2009 (8 films ont été primés dans 11 catégories. 19 films ont été retenus pour le certificat d'excellence)

2010 (6 films ont été primés dans 10 catégories. 18 films ont été retenus pour le certificat d'excellence)

2011 (7 films ont été primés dans 12 catégories)

2012 (12 films ont été primés dans 9 catégories)

2013 (10 films ont été primés dans 6 catégories)

2014 (15 films ont été primés dans 9 catégories)

2015 (16 films ont été primés dans 9 catégories)

Chaque film devait avoir une durée comprise entre trente secondes et dix minutes. Dans le concours de 2015 une catégorie⁵⁵² de plus a été incluse, le *Best Aero-Film Award*, qui encourageait les jeunes réalisateurs qui utilisent de nouvelles technologies de pointe pour tourner leurs images. Dans les années 2012 et 2013, ce festival a primé les films tournés uniquement avec le téléphone mobile, dans la catégorie *Best Smartphone Film Award*.

⁵⁵¹ Voir la rubrique « Archives HKMFF » sur le site du festival, [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2015/en/archive2007.php>]. Consulté le 26 janvier 2016.

⁵⁵² Voici les catégories du festival Hong Kong Mobile Festival pour l'année 2015 : « Types of Award and Prizes. All mobile films submitted will compete for the following awards and prizes: Grand Award Winner / Best Micro-film (Drama) Award (Gold/ Silver/ Bronze) (Cash Prize: Gold HK\$2,500 / Silver HK\$1,500 / Bronze HK\$1,000) / Best Animation Award (Gold/ Silver/ Bronze) (Cash Prize: Gold HK\$2,500 / Silver HK\$1,500 / Bronze HK\$1,000) / Best Documentary Award (Gold/ Silver/ Bronze) (Cash Prize: Gold HK\$2,500 / Silver HK\$1,500 / Bronze HK\$1,000) / Most Popular Mobile Film Award (Voted online by the public) / Best Campus Award (Primary and Secondary) Award (Only accept entries from students studying in secondary school or primary school in Hong Kong) / Best Aero-Film Award (New) / Most Appreciated Mobile Film Award (New). » Voir le site du *9th Hong Kong Mobile Film Festival*, [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2015/en/about.php>]. Consulté le 5 janvier 2016.

1.2.3. L'opinion du jury des festivals et l'opinion du public

Une autre catégorie du *Hong Kong Mobile Film Festival* a retenu notre attention : les films les plus populaires, *Most Popular Mobile Film Award*, une catégorie dans laquelle les votes sont ceux du public en salle et en ligne comme cela s'est produit dans le *Festival Pocket Film* (France). Cette catégorie est intéressante, car elle montre presque systématiquement des opinions différentes pour le public et pour le jury du festival.

Le tableau ci-dessous (*cf.* tableau 12) présente une comparaison entre ces deux catégories – le prix du jury (*Grand Award*) et le prix du public (*Most Popular Mobile Film Award*) – lors du festival *Hong Kong Mobile Film Festival*.

Tableau 12 : Premier prix du jury et Prix du public dans le festival Hong Kong Mobile Film Festival 2007-2015.⁵⁵³

<p>2007 (Premier prix du jury : « Infection » de Joseph Lam et Prix du public : « Graduation » de Ho Sze Wai)</p> <p>2008 (Le Premier prix du jury et le Prix du public ont été attribué au même film : « Together » de Chui Chi Ting)</p> <p>2009 (Premier prix du jury : « CFSC – Alien Duncan » de Sze Chun Lun et Prix du public : « The Earth Game » de Shun Tak Fraternal Association Yung Yau College)</p> <p>2010 (Premier prix du jury : « The Launch » de Lam Chi Chung et Prix du public : « Mother » de Newman Ng)</p> <p>2011 (Premier prix du jury : « 2 or 3 Things About The Album » de Mok Wan Yee et Prix du public : « Grandfather's Clock » de Kuok Lei Cheng)</p>
--

⁵⁵³ Voir le site du festival *The 9th Hong Kong Mobile Film Festival*. [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2015/en/index.php>]. Consulté le 30 décembre 2015.

2012 (Premier prix du jury : « More than ice-cream Wong Kwong » d'Andy Leung et Prix du public : « Dap Pang Man » de Lai Yan In Ivana, Ho Chun Yu Nic)

2013 (cette année, le Prix du public n'a pas été attribué)

2014 (Premier prix du jury : « Happy Selfie Time » de Yau Wing Yan, Sun Ming Wai et Prix du public : « Dancing Shoes » de Samuel Yau)

2015 (Premier prix du jury : « Behind the Schoolbag » de ByNic Ho Chun Yu et Prix du public : « The Interviews » de Chu Shun)

Nous nous demandons toujours quels sont les critères d'analyse des jurys, surtout pour les festivals ayant une grande participation, tant du point de vue du nombre de films présentés que du nombre de spectateurs. En fait, s'il y a des contraintes techniques pour réaliser un film de poche, il faudrait mettre les *réalisateurs mobiles* sur un pied d'égalité et examiner la créativité des films et l'émotion qu'ils provoquent pour pouvoir porter un jugement et attribuer un prix. Il est important de prendre en considération l'opinion du public de ces festivals, montrant sa participation réelle et sa vision critique sur le cinéma de poche. On peut noter dans le tableau 12 qu'en 2008 les opinions du jury et du public du *Hong Kong Mobile Film Festival* ont été identiques. En revanche, les points de vue ont été divergents les autres années, comme pour le festival espagnol *Cinephone* (voir tableau 10 plus haut), ou ce que nous avons observé dans la section précédente sur les festivals en France quand nous avons comparé le Prix du Jury et le Prix du Public lors des différentes éditions du *Pocket Film Festival* (tableau 4).

Ceci démontre que même si les critères d'analyse peuvent être les mêmes (les critères du jury du *Hong Kong Mobile Film Festival* étaient : l'utilisation la plus efficace de l'écran du mobile, la créativité et l'originalité, les effets visuels et sonores et la capacité de raconter des histoires⁵⁵⁴), ce qui diffère entre l'analyse du jury et

⁵⁵⁴ Voir le site du festival *The 9th Hong Kong Mobile Film Festival*. [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2015/en/contest.php#section-5>]. Consulté le 30 décembre 2015.

celle du public est probablement la connaissance technique du jury, illustrant le décalage entre les pratiques plus professionnelles d'un jury et les sentiments d'un public.

Cependant, si les opinions du public et leurs critères de choix ne sont pas publiés explicitement sur le site des festivals, en revanche, il est possible sur *YouTube* de lire quelques commentaires des abonnés. Le film *Dancers of NY*⁵⁵⁵ de Tristan Pope⁵⁵⁶, par exemple, qui a obtenu des prix en 2015 au *MOMO - Mobile Motion Film Festival*, au *IMFF - International Mobil Film Festival* et *iPhone Film Festival*⁵⁵⁷. Son film avait reçu début 2018 plus de 89 000 visualisations sur *YouTube*, mais seulement 0,6 % des visualisations avaient été suivies d'un commentaire (48 commentaires rédigés, 530 « J'aime ce contenu », contre 26 « je n'aime pas ce contenu »)⁵⁵⁸. Le court métrage de Tristan Pope *Romance in NYC*⁵⁵⁹ (2014), tourné avec un iPhone 6 a reçu le prix de meilleur film mobile au *New Media Film Festival* (2015)⁵⁶⁰ et celui de meilleure bande-annonce de film mobile à l'*International Movie Trailer Festival*

⁵⁵⁵ Voir le film sur la plate-forme *YouTube* : [en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=KfrxfhtDE_0]. Consulté le 18 février 2018.

⁵⁵⁶ Voir le site de Tristan Pope [En ligne : <http://tristanpope.com/>]. Consulté le 20 février 2017. Nous avons réalisé un entretien avec Tristan Pope, le 30 novembre 2016, en ligne.

⁵⁵⁷ Le film a remporté un prix au *Nikon Photo Contest 2014-2015*. Il a également participé à la sélection officielle en 2015 du *40 North Dance Film Festival* et en 2016 du *Super 9 Mobile Film Festival*. Voir le site de Tristan Pope. [En ligne : <https://tristanpope.com/portfolio/dancers-of-jump-start-your-portfolio/>]. Consulté le 3 mars 2018.

⁵⁵⁸ Ce nombre de visualisations sur la plateforme *YouTube* n'est pas élevé en comparaison à l'audience potentielle de la plateforme.

⁵⁵⁹ Voir sur le site de Tristan Pope : [En ligne : <https://tristanpope.com/portfolio/romanceinnyc/>]. On peut voir le film sur la plate-forme *YouTube* [en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=4cgQuj8AEAE&feature=youtu.be>]. Consulté le 18 février 2018.

⁵⁶⁰ Le film *Romance in NYC* a aussi obtenu une seconde place au *iPhone Film Festival* (2015) ; il a participé à la sélection officielle des festivals *Madrid International Film Festival* (2015), *New Filmmakers* (2015), *International Mobil Film Festival* (2015) *Cinephone* (2016) et *Arlington Film Festival* (2016).

(2015)⁵⁶¹. Il avait reçu début 2018 un peu plus de 20 000 visualisations sur *YouTube*. (cf. Annexe 5). On peut noter que curieusement le *making-of* du film⁵⁶² avait suscité plus d'engouement chez les internautes : il avait reçu en mars 2018 près de 85 000 visualisations sur *YouTube*. Mais bien entendu, ces réactions ne sont que significatives d'un moment.

Dans l'annexe 5, nous avons reporté une liste de films mobiles dont certains ont été primés dans les festivals et leur audience sur *YouTube* en 2015, comme ceux que nous avons déjà mentionnés : *Dot* (2010) de Sumo Science (Ed Patterson et Will Studd), *Space Balloon* (2010) de Luke Geissbuhler, *The Fixer* (2011) de Conrad Mess, *The Champion* (2007) de Rui Avelans Coelho. Le film *SYNC* (2012) d'Alberto Corral (cf. Annexe 5) a obtenu les prix de Meilleur Film au festival *The iPhone Film Festival* (2012) et de Meilleur Directeur dans le festival *OISFF - Olleh International Smartphone Film Festival* (2013)⁵⁶³. En mars 2015, ce film avait dépassé les quarante mille visualisations sur *YouTube*.

Le court métrage *Apple Of My Eye* (2010) du réalisateur américain Michael Koerbel qui a gagné le Premier Prix (cf. Annexe 5) au festival *IMFF – International Mobile Film Festival* (édition 2012) avait dépassé un million de « vues » sur la plateforme *Vimeo* début 2018 (1,1 million de « vues », 3 976 « J'aime » et 447 commentaires)⁵⁶⁴. En février 2015, une copie du film postée sur *YouTube* avait

⁵⁶¹ Cette bande-annonce est disponible sur *YouTube* [En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=T9utEs6Ki4Q>]. En mars 2015, cette publication avait dépassé les 12 000 visualisations et 50 000 en mars 2018.

⁵⁶² Voir sur la plate-forme *YouTube*. [En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=4y_dIV71M-w]. Consulté le 3 mars 2018.

⁵⁶³ Le film a aussi obtenu, la deuxième place des festivals *Oxford i-Festival* (2013) et un prix au *MobileMovieMaking - Silent Movie Contest* (2014). Voir le film sur la plate-forme *YouTube* [en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=RqleIfkGiCA>]. Consulté le 5 mars 2018.

⁵⁶⁴ Voir en ligne : <https://vimeo.com/12819723>. Consulté le 5 mars 2018. Cette version inclut le *making-of* du film.

dépassé les deux cent mille « vues » ; en 2018, cette copie et la copie incluant le *making-of* du film totalisaient plus de 400 000 vues⁵⁶⁵.

2. La diffusion des films sur le *web*

2.1. Les plates-formes d'hébergement de vidéos

Parmi les différents sites *web* d'hébergement de vidéos ⁵⁶⁶, certains réunissant un nombre considérable de vidéos publiées et d'utilisateurs se détachent, comme *YouTube*. Les statistiques montrent que *YouTube* est le plus populaire à niveau mondial⁵⁶⁷ (un milliard d'heures regardées par jour⁵⁶⁸) en comparaison à d'autres plateformes de vidéos comme *Dailymotion*⁵⁶⁹ (300 millions d'utilisateurs dans le monde qui regardent 3,5 milliards de vidéos par mois⁵⁷⁰) ou *Vimeo* (70 millions de membres dans 150 pays⁵⁷¹ et 280 millions de visiteurs par mois⁵⁷²), par exemple. Il est possible de publier une vidéo sur *YouTube* pour pouvoir toucher plus de personnes, mais tous les réalisateurs et les mobiles-réalisateurs ne partagent pas

⁵⁶⁵ On peut aussi voir une copie du film « Apple of my eye » et une version avec le *making-of* sur la plate-forme YouTube aux liens suivants : [En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=6amrKRmI1bI> et <https://www.youtube.com/watch?v=8EwCLEd3z9o>]. Consulté le 5 mars 2018. Ces copies totalisaient en mars 2018 respectivement 286 830 et 114 072 vues, 698 et 366 « J'aime », 32 et 7 « Je n'aime pas », 141 et 85 commentaires.

⁵⁶⁶ Outre les plateformes les plus connues *YouTube*, *Dailymotion* ou *Vimeo*, il y a aussi les plateformes, *Flickr*, *Vevo*, *Wat.tv*, *MetaCafe*, *MySpace*, *Wistia*, *GoogleVideo*, *Facebook*, notamment.

⁵⁶⁷ 60% des vues réalisées sur les dispositifs mobiles proviennent de la plateforme *YouTube*. Source : Alexis Le Meur, « 4 Chiffres à retenir sur le « mobile moment » », *Stratégies* 28 septembre 2017 [En ligne : <http://www.strategies.fr/actualites/medias/1071664W/4-chiffres-a-retenir-sur-le-mobile-moment-.html>]. Consulté le 18 février 2018.

⁵⁶⁸ Voir la rubrique « Presse », sur le site de la plateforme YouTube [En ligne : <https://www.youtube.com/intl/fr/yt/about/press/>]. Consulté le 31 juillet 2017.

⁵⁶⁹ Voir glossaire.

⁵⁷⁰ Voir la rubrique « À propos de Dailymotion », sur le site de la plateforme Dailymotion [En ligne : <https://www.dailymotion.com/fr/about>]. Consulté le 3 février 2018.

⁵⁷¹ Voir la rubrique « PRESS & MEDIA », sur le site de la plateforme Vimeo [En ligne : <https://press.vimeo.com/>]. Consulté le 3 février 2018.

⁵⁷² Voir sur le site de l'entreprise américaine IAC (InterActivCorporation) dont fait partie Vimeo, la note « Vimeo - An IAC Brand », [En ligne : <http://iac.com/brand/vimeo>]. Consulté le 3 février 2018.

cette opinion. Botkay, par exemple, précise qu'elle n'est pas intéressée par la quantité de visualisations de ses films sur le *web*, préférant probablement que l'opinion figurant sur le site soit celle d'un public plus engagé avec des critiques vraiment importantes sur son travail.

Aujourd'hui, les sites de diffusion de vidéos sont nombreux. Le site français *DailyMotion* qui est très proche de *YouTube* en termes de fonctionnement, présente des caractéristiques intéressantes pour la diffusion des vidéos⁵⁷³. Genevray a observé :

« (...) certains sites, par exemple *DailyMotion*, vont avoir un positionnement plus éditorial, avec une page d'accueil présentant des vidéos judicieusement sélectionnées dans plusieurs catégories. Bien que *DailyMotion* ait une audience plus faible que *YouTube*, vous aurez plus de chances que votre vidéo soit vue par de nombreuses personnes en France. »⁵⁷⁴

Pour publier une vidéo, il faut que cette vidéo soit approuvée par l'équipe qui administre le site. Ainsi, si le site *DailyMotion* autorise la publication de la vidéo, il garantit que « le contenu de la vidéo est original (image et musique) et qu'il ne s'agit pas d'une copie d'images détournées »⁵⁷⁵. C'est une proposition très intéressante de *DailyMotion* pour la protection des contenus artistiques dont le cinéma de poche peut profiter. Mais en comparaison, la popularité du *YouTube* reste encore un phénomène à décrypter.

Dans l'entretien que nous avons eu avec Laurent Antonczak⁵⁷⁶, ce dernier a déclaré que pour lui, la grande audience, la gratuité et le marketing indirect qu'offre *YouTube* sont effectivement positifs pour le réalisateur, pour le film et par conséquent

⁵⁷³ Voir au début de ce chapitre.

⁵⁷⁴ Jérôme Genevray, *YouTube*, Paris, Micro application, 2007, p. 128.

⁵⁷⁵ *Ibidem*, p. 132.

⁵⁷⁶ Entretien réalisé avec l'enseignant-chercheur français Laurent Antonczak, le 7 décembre 2016, en ligne.

pour l'industrie des téléphones mobiles. La rapidité pour partager les contenus sur le *web* est également positive. Par contre, il faut remarquer qu'il n'existe pas pour le film diffusé sur *YouTube* de revenu financier direct, ni de redistribution des films. L'autre inconvénient concerne l'identification des réalisateurs. En fait, on ne sait presque jamais qui a fait le film, un homme ou une femme ou un enfant ? Laurent Antonczak observe que de toute façon, sur les sites comme *YouTube*, il y a des films très intéressants et constructifs, mais malheureusement il y a aussi beaucoup de films insipides.

Chaque plateforme d'hébergement de vidéos possède donc des caractéristiques spécifiques. Voici en résumé quelques points qui nous semblent les plus importants :

- « D'abord, *YouTube*, la plate-forme qui appartient maintenant à *Google*, est de loin la plus consultée. Les chaînes des abonnés peuvent être personnalisées, il est possible d'envoyer des vidéos d'une durée supérieure à 15 minutes. Les principaux inconvénients sont la profusion de vidéos, la nécessité un travail de webmarketing pour atteindre une certaine popularité, la publicité qui est omniprésente.
- La plate-forme *Dailymotion* permet la même personnalisation que *YouTube*, elle permet d'envoyer avec un compte basique des vidéos sans limite de durée. La concurrence étant moins fournie, le potentiel de visibilité est supérieur, l'utilisateur a l'entière propriété des contenus envoyés. Les inconvénients sont une sélectivité moindre de la plateforme sur certaines vidéos en comparaison avec *YouTube*, le temps de chargement des vidéos plus long et le fait que cette plateforme abordée n'est pas le premier réflexe des internautes.

- Enfin, la plate-forme *Vimeo* pousse la personnalisation et le design du lecteur vidéo le plus loin. Parmi ses avantages, elle propose un système de chaînes privées permettant de monétiser les contenus ; *Vimeo PRO* permet aussi de créer des portfolios HD pour la présentation de travaux ; la plateforme n'ajoute pas de publicité aux vidéos. Les inconvénients concernent l'absence de revenus publicitaires qui oblige *Vimeo* à proposer des abonnements payants, le déficit de notoriété auprès du grand public, notamment en France. »⁵⁷⁷

2.2. Chronologie des plates-formes d'hébergement de vidéos

La première plate-forme d'hébergement de vidéos est *Vimeo*, lancée en 2004. Avant le lancement du site de *YouTube* au premier semestre 2005⁵⁷⁸, il n'y avait que peu de méthodes simples pour les utilisateurs d'ordinateurs qui voulaient poster leurs vidéos sur internet. L'arrivée de *YouTube* a simplifié et amélioré la façon de mettre en ligne des vidéos et a permis que quiconque utilise un ordinateur puisse publier une vidéo. En quelques minutes, la vidéo est visible par des milliards d'internautes. À la même époque en 2005, le portail audiovisuel *DailyMotion* a été lancé en France avec le même objectif de partager des vidéos postées par les utilisateurs. Il est souvent appelé le « *YouTube* français ».

⁵⁷⁷ François Scheid [et al.], *op. cit.*, p. 128-129.

⁵⁷⁸ « En février 2005, trois amis américains, Chad Hurley, Jawed Karim et Steve Chen, créent YouTube. La première vidéo sera mise en ligne deux mois plus tard par Jawed Karim (il s'agit d'un éléphant dans zoo filmé pendant une quinzaine de secondes). En juin 2005, l'option d'intégration des vidéos sur les pages internet est lancée. L'aventure YouTube commence ! C'est un an plus tard que le phénomène prend de l'ampleur et que les vidéos commencent à buzzer ». Nicolas Nova, *Youtube*, Montreuil, Pearson, 2012, p. 5.

En octobre 2006, Google a acheté *YouTube* crée une version propre en langue locale dans différents pays⁵⁷⁹. Toutes les vidéos sont disponibles et sont visibles gratuitement. Il y a une immense gamme de thèmes abordés et aussi différents genres de films, comme : les *machinima*⁵⁸⁰, les web-séries⁵⁸¹, les *mobisodes*⁵⁸², les courts métrages, les fan-vidéos⁵⁸³, les enregistrements de *flashmobs*⁵⁸⁴, les *lipdubs*⁵⁸⁵, les émissions de télévision, les films de famille, notamment. Pour localiser les vidéos, il suffit d'indiquer le nom du film ou un mot-clé, sur son portail audiovisuel. En septembre de la même année, *YouTube* avait catalogué plus d'un million de vidéos de différents contenus et recevait autour de soixante-dix mille nouvelles vidéos chaque jour. L'équivalent de cent millions de vidéos étaient vues par jour. *YouTube* générait la moitié de la circulation d'images en ligne. La manutention de son infrastructure en septembre 2006 coûtait un million de dollars par mois⁵⁸⁶. Dans le même temps, les premières caméras vidéo sur les téléphones mobiles ont été développées par l'industrie en visant les « vidéos blogueurs » et la possibilité de publication sur *YouTube*.

En 2008, le portail a lancé la chaîne *YouTube Screening Room*⁵⁸⁷ dont l'objectif est de réunir les meilleurs films des productions indépendantes manquant de visibilité pour les rendre accessibles gratuitement au plus grand nombre. Les films sont diffusés avec l'accord et la coopération de leurs auteurs, et l'internaute a la possibilité d'échanger avec ces derniers sur leurs œuvres. Par la suite, la plate-forme

⁵⁷⁹ Au Brésil, en Espagne, en Italie, au Japon, aux Pays-Bas, en Pologne et au Royaume-Uni *Ibidem*, p. 6. Aujourd'hui, *YouTube* est disponible dans 75 pays et dans 61 langues. Voir « Statistiques », *YouTube* [En ligne : <https://www.youtube.com/yt/press/fr/statistics.html>]. Consulté le 2 mai 2015.

⁵⁸⁰ Voir glossaire.

⁵⁸¹ *Idem*.

⁵⁸² *Idem*.

⁵⁸³ *Idem*.

⁵⁸⁴ *Idem*.

⁵⁸⁵ *Idem*.

⁵⁸⁶ Cinto Niqui, *Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet : 1000 obras y webs*, Version Kindle, Barcelone, Oberta UOC Publishing, SL, 2014, (« 1e »), chap. 2, emplact. 3005.

⁵⁸⁷ Il s'agit d'une chaîne de visualisation/à usage professionnel. *Ibidem*, chap. 2, emplact. 4131.

YouTube s'est transformée pour offrir plus de films en haute définition et aussi en 3D (2009 et 2010).

En avril 2011, *YouTube* a mis à disposition de ses utilisateurs l'option d'envoyer les images de vidéos en *streaming*. De cette façon, tous ceux qui souhaitent montrer leurs images en direct sur Internet peuvent le faire à travers le site *YouTube*. Aujourd'hui, il est possible d'envoyer des images en direct à travers des téléphones mobiles ou des tablettes, il suffit pour cela de télécharger une application spécifique.

La possibilité de stocker les films pour les regarder quand on le souhaite a fait d'Internet un moyen simple pour distribuer les contenus de diffusion de façon économique. En 2012, plus de 60 heures de vidéo étaient mises en ligne par minute. Depuis, ces chiffres ont continué à augmenter chaque année. Cette augmentation est en partie due à la capacité accrue des téléphones portables d'accéder facilement aux contenus audiovisuels⁵⁸⁸.

2.3. Un succès en ligne sera-t-il aussi un succès commercial ?

La popularité de la plate-forme *YouTube* est avant tout due à la quantité des vidéos diffusées. Le site a non seulement de nombreux contenus, mais son audience et son nombre d'abonnés sont aussi considérable⁵⁸⁹. Malgré tout, certains ne croient pas à un réel impact des vidéos sur *YouTube* à cause de l'absence de politique éditoriale sélective de la part de la plate-forme. Selon Jérôme Genevray, le succès du *YouTube* est aussi son « *talon d'Achille* », et il ajoute que « *Si potentiellement votre vidéo peut être vue par un nombre astronomique d'internautes, elle a peu de chance*

⁵⁸⁸ La moitié des vues sur *YouTube* provient des appareils mobiles. Voir « Statistiques », *YouTube* [En ligne : <https://www.youtube.com/yt/press/fr/statistics.html>]. Consulté le 2 mai 2015.

⁵⁸⁹ Il y avait 1,5 milliard abonnés à un compte sur *YouTube* en juin 2017. Voir le résumé chronologique aux Annexes et « YouTube : plein de chiffres et de stats incroyables (octobre 2017) », article mis à jour le 19/10/2017, sur le site *Web Rank Info* [En ligne : <https://www.webrankinfo.com/dossiers/youtube/chiffres-statistiques>]. (Consulté le 25 janvier 2018).

*en réalité d'attirer de chaland »*⁵⁹⁰. Si d'un point de vue commercial, il se peut que la diffusion des films sur *YouTube* ne soit pas si intéressante pour le film ou pour le réalisateur mobile, nous pensons au contraire que la divulgation par une plate-forme est indispensable pour l'image du film, et *YouTube* offre non seulement une divulgation gratuite sur son site, mais aussi une grande popularité potentielle.

Cependant, *YouTube* présente aussi d'autres aspects controversés à discuter. Ce site est ouvert à l'interaction des internautes, mais les opinions publiées et même le nombre de visualisations ne constituent pas nécessairement une marque de la qualité du film. Cela reste discutable et on peut trouver des aspects tant positifs que négatifs à cette participation du public sur le site.

Il faut remarquer aussi que dans ce monde de la diffusion de la vidéo sur *web*, on observe des phénomènes sociaux très caractéristiques de la culture mobile et de la culture de la participation, comme les vidéos mémétiques (originaires des mêmes) et les vidéos virales, sur lesquelles nous reviendrons dans la suite.

Il existe également des genres de films aux caractéristiques destructrices, avec des scènes de violence implicite ou explicite, par exemple. La violence n'est d'ailleurs pas une nouveauté dans la société contemporaine⁵⁹¹. De nombreux facteurs : sociaux, chimiques, psychologiques, peuvent influencer le comportement de l'individu, où les médias agissent sur les relations humaines et rendent un individu plus humanisé ou non.

« La représentation des violences extrêmes, dans la fiction comme dans l'information, tend à confirmer le rôle des médias comme catalyseurs de ce

⁵⁹⁰ Jérôme Genevray, *op. cit.*

⁵⁹¹ Divina Frau-Meigs, *Socialisation des jeunes et éducation aux médias : du bon usage des contenus et comportements à risque*, Toulouse : [Paris], Érès, CEMÉA, 2011, 234 p., (« Éducation et société »), p. 85.

*processus de deshumanisation par répétition, désensibilisation, émoussement et hyperexcitation. »*⁵⁹²

Les médias, notamment sur internet, représentent ainsi un risque important de multiplication de la violence. Cette situation est la contrepartie d'un système aussi ouvert et démocratique que celui qui administre des plates-formes comme *YouTube*. Mais on peut se demander si ce système est vraiment démocratique. Selon Ana Flávia Lesnovski⁵⁹³ le fonctionnement de *YouTube* n'est pas démocratique parce que le « pouvoir » est dans la main de ceux qui administrent la plate-forme. Un autre bon exemple est ce qui se passe avec *Instagram* ou *Facebook*⁵⁹⁴. En fait, cette application qui a une fonction de réseau social et aussi de service de partage de photos et de vidéos est contrôlée par un administrateur de son système. Et c'est justement cet administrateur qui détermine quel type d'image est viable, avec des critères qui ne sont pas toujours clairs, principalement si l'image montre l'« intimité » des personnes. Il y a, par exemple, des nudités qui sont interdites. En revanche, il y a d'autres images dans lesquelles la nudité est plus évidente et qui ne sont pas censurées. Des photos qui ont un contenu un petit peu plus « érotique » ou « sexuel » que d'autres peuvent pour cette raison être prohibées. *Instagram* et *Facebook* ont reçu de nombreuses critiques à cause de leur étrange politique de censure. Certains *hashtags*⁵⁹⁵ ou certaines photos sont bloqués parfois sans raison clairement explicitée⁵⁹⁶. Cela a été à l'origine de nombreuses controverses autour de ces réseaux

⁵⁹² *Ibidem*, p. 87.

⁵⁹³ Entretien réalisé pour cette thèse avec la chercheuse Ana Flávia Lesnovski, le 19 janvier 2017, en face à face.

⁵⁹⁴ Voir glossaire.

⁵⁹⁵ Voir glossaire

⁵⁹⁶ En 2011, Facebook a censuré le compte d'un professeur des écoles français pour la publication du tableau « L'Origine du monde » de Gustave Courbet, représentant un sexe féminin. L'image renvoie à un lien permettant de voir un reportage sur l'histoire de l'œuvre diffusé sur Arte. « En février 2011, l'artiste danois Frode Steinicke s'est vu exclu du réseau social pour avoir publié une image du même tableau de Courbet. Facebook se justifie en expliquant le site doit « demeurer un milieu virtuel sûr à visiter, y compris pour les nombreux enfants qui l'utilisent ». L'artiste doit se fendre d'un mot d'excuses, assurant « regretter son geste » fait « par mégarde » car « ignorant ces règles ». Son profil est finalement réactivé, mais sans le Courbet. ». Par ailleurs, Facebook avait bloqué en 2013, la page du musée du Jeu de Paume, qui avait publié une photographie de Laurie Albin Guillot représentant un nu féminin. Cf. Amandine Schmitt, « "L'Origine du Monde" : Facebook ne pourra pas échapper aux juges français », *L'Obs*, 12 février 2016 [En ligne :

sociaux. Ainsi, chaque réseau social est régi par une série de règles et de lois – qui peuvent dépendre des législations dans chaque pays – qui déterminent ce qui peut être publié.

De toute façon, il s'est produit un changement crucial dans les modes de distribution des produits culturels grâce à l'internet et aux technologies mobiles. Il faut comprendre ce changement afin d'en faire bénéficier positivement la production, surtout la production artistique. Lesnovski a fait une comparaison avec ce qui s'est passé dans le domaine musical confronté à ces changements. Selon elle, l'industrie phonographique a vécu un moment très conflictuel par rapport la distribution de ses produits musicaux. Ainsi, les groupes musicaux qui n'ont pas compris ce qui se passait avec la modernisation de la diffusion de leurs musiques⁵⁹⁷ ont été malheureusement vaincus par ces transformations de la diffusion dans le monde contemporain. Celui qui partage un morceau de musique vend également le concert du groupe musical. Depuis plus de dix ans, des chanteurs, des groupes de rock, des acteurs, des réalisateurs ou des humoristes, ont l'usage de l'Internet en commun⁵⁹⁸. En peu temps, grâce aux millions de visualisations et de *likes* des internautes, certains artistes sont devenus de véritables célébrités sur le *web*. De la même manière, les films sont également vus et « aimés » (ou non) par les internautes du monde entier. Ainsi, les images se propagent rapidement sur les réseaux et deviennent virales sur Internet. Aujourd'hui, il est si facile de mettre en ligne des extraits sonores et des vidéos que grâce à Internet, la diffusion artistique a radicalement changé. Ainsi, il est important que certains secteurs dans le domaine artistique comprennent cette voie qu'a pris la musique afin d'en obtenir plus de bénéfices.

<https://www.nouvelobs.com/les-internets/20160212.OBS4584/l-origine-du-monde-facebook-ne-pourra-pas-echapper-aux-juges-francais.html>]. Consulté le 2 mars 2018.

⁵⁹⁷ À l'arrivée du MP3, par exemple.

⁵⁹⁸ Par exemple, la génération MySpace : *Lily Allen* et *Arctic Monkeys*. Les YouTubeurs : *Lana Del Rey* et *Justin Bieber*. Le financement participatif : *Grégoire* et *Irma*. Voir l'article « Les artistes révélés grâce au Web », *RFM*, 16 novembre 2015 [En ligne : <http://www/rfm.fr/news/Les-artistes-reveles-grace-au-Web-447>]. Consulté le 20 février 2018.

Tous les utilisateurs du *web*, même les occasionnels, ont déjà cliqué au moins une fois sur les sites les plus célèbres de diffusion de l'image que sont *YouTube*, *DailyMotion*, *Vimeo*, *WatTV*⁵⁹⁹ et *MySpaceTV*⁶⁰⁰. La divulgation de l'image sur le *web* a apporté une nouvelle perspective au monde des arts. Des chanteurs ont recueilli un nombre très élevé de *clicks* sur ces sites. Face à cette réalité des réseaux sociaux, on peut se demander dans quelle mesure la production artistique peut en bénéficier⁶⁰¹. Que cela nous apprend-il sur la technologie actuelle et la société ? À titre préliminaire, nous croyons que cela met en évidence les réelles aspirations du public, un public aux caractéristiques plus participatives et interactives.

Face à une telle situation, l'industrie et le commerce liés à la production artistique sont confrontés à la nécessité de s'adapter. Pour le monde du cinéma, cette nécessité est un peu différente. Les salles de cinéma sont encore des espaces importants pour le grand public. Mais cela ne veut certainement pas dire que le cinéma n'a pas son espace également sur Internet. Une bonne illustration en est *Netflix*⁶⁰², une entreprise qui a déjà compris le changement et la tendance actuelle pour la diffusion des films :

« Avec 104 millions d'utilisateurs dans plus de 190 pays et plus de 125 millions d'heures de programmes visionnées par jour, parmi lesquels ses séries, documentaires et films originaux, Netflix est le leader mondial de la TV en streaming. Grâce à un forfait sans engagement, les abonnés Netflix bénéficient d'un accès illimité aux programmes, où et quand ils le souhaitent, sur les écrans connectés. L'utilisateur peut regarder, suspendre

⁵⁹⁹ Voir glossaire.

⁶⁰⁰ *Idem.*

⁶⁰¹ Par exemple, le rappeur français Kamini s'est fait connaître grâce à un clip vidéo posté sur Internet. La popularité du rappeur français sur le *web* lui ont permis de signer très rapidement pour un premier album^{et} « lors de sa sortie il y a 10 ans, « *Marly-Gomont* » avait été vue 20 millions de fois, ce qui était énorme à l'époque, et qui en avait fait l'un des tout premiers buzz sur internet. Ce succès avait valu à Kamini un disque d'or (200 000 ventes) qu'il avait offert au maire de la commune » Stéphanie Loeb, « "Bienvenue à Marly-Gomont" : après le buzz de la chanson, le film sur l'enfance de Kamini », *Culturebox*, 9 juin 2016 [En ligne : <https://culturebox.francetvinfo.fr/cinema/comedie/bienvenue-a-marly-gomont-apres-la-chanson-le-film-sur-l-enfance-de-kamini-240353>]. Consulté le 20 février 2018.

⁶⁰² Voir glossaire.

et reprendre la lecture de ses programmes à tout moment, sans aucune publicité. »⁶⁰³

Aujourd'hui, la participation du public *YouTube* s'articule autour de plus d'un milliard d'utilisateurs⁶⁰⁴ et d'un milliard d'heures regardées par jour⁶⁰⁵. La popularité de ce site est vraiment importante pour le cinéma, car la majorité des personnes qui regardent les films en ligne le fait à travers *YouTube*. En 2011, trois milliards de vidéos ont été vues chaque jour⁶⁰⁶. Selon le chercheur espagnol Cinto Niqui, « En 2013, YouTube comptait environ 1 000 millions d'utilisateurs actifs qui regardaient plus de 6 000 millions d'heures de vidéos par mois. 80% des accès au portail provenaient de pays extérieurs aux États-Unis »⁶⁰⁷. En 2015, plus de trois cents heures de vidéo ont été téléchargées à chaque minute⁶⁰⁸. On peut donc remarquer l'importance de *YouTube* dans la vie quotidienne de notre société à travers ces chiffres qui traduisent la croissance significative de sa puissance et de sa notoriété mondiale.

Un public de *YouTube* peut faire des commentaires ou simplement cliquer « j'aime ce contenu » ou « je n'aime pas ce contenu ». Par ailleurs, le public partage facilement des vidéos sur les autres réseaux sociaux ou en ajoute comme vidéos

⁶⁰³ « About Netflix », [En ligne : <https://media.netflix.com/fr/about-netflix>]. Consulté le 3 août 2017.

⁶⁰⁴ Il s'agit du nombre d'utilisateurs de *YouTube*. Ils représentent quasiment un tiers des internautes. Voir la rubrique « Presse », *YouTube* [En ligne : <https://www.youtube.com/intl/fr/yt/about/press/>]. Consulté le 31 juillet 2017.

⁶⁰⁵ Il s'agit du nombre d'heures de vidéos visionnées sur *YouTube* tous les jours. Elles correspondent à des milliards de vues. *Ibidem*.

⁶⁰⁶ Le nombre d'heures mensuelles de visionnage sur *YouTube* augmente de 50 % chaque année « Statistiques », *YouTube* [En ligne : <https://www.youtube.com/yt/press/fr/statistics.html>]. Consulté le 2 mai 2015. Et Nicolas Nova, *YouTube*, Montreuil : Pearson France, 2012, p. 7.

⁶⁰⁷ Cinto Niqui, *Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet : 1000 obras y webs*, Version Kindle, Barcelone, Oberta UOC Publishing, SL, 2014, chap. 1. Et *Ibidem*, chap. 1, emplact. 391. Traduction libre de l'espagnol.

⁶⁰⁸ Voir « Statistiques », *YouTube* [En ligne : <https://www.youtube.com/yt/press/fr/statistics.html>]. Consulté le 2 mai 2015.

favorites dans un espace personnel. On peut se demander si toutes les visualisations, surtout les *likes* des films, ont été faites par les internautes de manière consciente et après une analyse critique. C'est pourquoi nous avons posé la question suivante aux personnes interviewées : « La participation et le jugement du public sur *YouTube* peuvent-ils caractériser la qualité des films ? ». L'existence de sites de diffusion semble très positive pour le cinéma⁶⁰⁹ :

« Les films doivent être vus et discutés. Un des objectifs fondamentaux de l'exhibition des films est d'encourager les commentaires et les analyses sur ces films, en créant un moment de réflexion qui va valoriser la perspective utilisée par le directeur et permettre d'autres approches et interprétations. (...) Cependant, malgré les possibilités de participation et de débats ouverts à la communauté, les critères sur la qualité des films doivent être de la responsabilité des chercheurs, des critiques de cinéma et des spécialistes dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel. Les commentaires peuvent provoquer des débats, mais ne doivent pas être considérés comme des paramètres pour l'évaluation des films dans les cycles de projections et les festivals. Actuellement, il est très courant de trouver sur internet autant d'éloges que de critiques négatives pour le même film, on parvient rarement à un consensus ou un équilibre. Une analyse approfondie et réflexive doit prendre en compte les aspects positifs et négatifs et des concepts théoriques de chercheurs renommés, en évitant les préjugés et le jugement de valeur basé sur le thème ou certains aspects restreints du film, en cherchant toujours à orienter les données vers une opinion équilibrée. Des commentaires manichéistes et unilatéraux ne peuvent pas être pris en compte si l'objectif est une évaluation pour un prix ou pour la participation à un festival. »⁶¹⁰

Un autre point de vue intéressant sur le jugement du public sur le *web* conçoit que le public qui « aime » ou qui « n'aime pas » un film le fait à partir de ses préférences personnelles⁶¹¹. Ainsi, le critère de qualité de ce public est subjectif. L'élément le plus important dans ce contexte est de savoir si certains concepts de la

⁶⁰⁹ Voir les réponses à l'entretien pour cette thèse envoyées par écrit par la chercheuse Denize Araújo, en décembre 2016.

⁶¹⁰ Traduction libre du portugais.

⁶¹¹ Réponses à l'entretien pour cette thèse envoyées par écrit par le professeur de cinéma brésilien Felipe Negreli, le 7 février 2016.

cinématographie ont été compris par le public. Ainsi, il est crucial que le public assimile ce que le réalisateur a proposé, et la participation effective du public à travers son *clic* ou son commentaire serait secondaire.

YouTube est donc devenu un espace de rencontre et de communication directe entre le réalisateur et le spectateur. Pour d'autres⁶¹², il est très important qu'il y ait un débat critique sur ces sites de diffusion de l'image. Cependant, pour certains réalisateurs⁶¹³, il faut dans ces espaces virtuels que la participation interactive du public soit bien organisée. Cet aspect⁶¹⁴ a été approfondi et observé, dénotant beaucoup d'opinions agressives et négatives sur ces sites. Dans cette même perspective, une réalisatrice⁶¹⁵ préfère publier ses films de poche sur *Vimeo*. Cependant, elle considère que la participation du public est intéressante surtout lorsqu'il existe un « Prix du Public » dans les compétitions lors des festivals, comme nous l'avons déjà mentionné (*cf.* la section 1 de ce chapitre « La diffusion des films à travers des festivals »).

On peut considérer que ce type d'échange du spectateur et du réalisateur sur *YouTube* représente un « problème » important à observer⁶¹⁶. Pour les films traditionnels, par exemple, on observe que la critique est plus littéraire. Pour les films diffusés sur *YouTube*, la critique peut être plus simple, plus informelle et à certains moments inconséquente, ou la critique cinématographique, négligée. Il est très fréquent, par exemple, d'avoir des milliers de *likes* pour les vidéos publiées sur *YouTube*.

⁶¹² Entretien réalisé pour cette thèse avec le réalisateur et chercheur Erik Bullo, le 5 février 2017 à Paris.

⁶¹³ Selon le réalisateur Marcel Izidoro, dans un entretien qu'il nous a accordé sur le monde du cinéma mobile, le 6 février 2017.

⁶¹⁴ Lors d'un entretien réalisé avec le photographe et réalisateur mobile Antonin Verrier, le 2 février 2017, en face à face.

⁶¹⁵ Entretien réalisé avec la réalisatrice et réalisatrice mobile Louise Botkay, le 23 janvier 2017, en ligne.

⁶¹⁶ Comme l'a relevé l'enseignant-chercheur français Laurent Antonczak lors d'un entretien réalisé le 7 décembre 2016, en ligne.

En plus des *likes*, il est important de se pencher sur les commentaires qui peuvent être négatifs et irresponsables, ou positifs et même constructifs. Araújo a donné l'exemple d'un court-métrage intitulé *Celulares*⁶¹⁷ (cf. Annexe 3) qui a été entièrement produit avec un téléphone mobile. Sur *YouTube*, ce film réalisé pour un projet d'études universitaires a été vu un grand nombre de fois (environ quinze mille visualisations) et la grande majorité des commentaires (38) sont très positifs et portent souvent sur la technique de tournage et la technologie (techniques de la caméra, du son et qualité de l'image)⁶¹⁸. À travers ces commentaires, ce court-métrage a donné lieu à un débat entre les spectateurs et le réalisateur profitable pour l'étude du cinéma de poche. La grande majorité de ces opinions se sont concentrées sur des aspects vraiment importants de la réalisation et de la production du film, en contribuant à une réflexion plus riche sur la création mobile.

Cependant, de nombreux points ne sont pas encore éclaircis quant aux opinions sur les films publiés sur le *web*. On peut supposer que dans le monde des films de poche, le réalisateur, professionnel ou amateur, se préoccupe de faire un « bon » film, même s'il n'a pas de connaissance technique du cinéma ou si son téléphone mobile ne produit pas une image de qualité⁶¹⁹. Par contre, il existe sur internet un type de création qui provient de la culture mobile et qui représente un phénomène important du *web social* : les vidéos « mémétiques », ou les mèmes, et les vidéos virales.

Les publics concernés par ces deux phénomènes ne sont souvent pas intéressés par la qualité de l'image ou le style narratif du film⁶²⁰. Ainsi, ces

⁶¹⁷ Le court-métrage *Celulares* est un projet d'André Traskovsky réalisé pour un cours universitaire. Disponible sur *YouTube* : [En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=TeW9zYYF3W4>. Consulté le 10 février 2018.

⁶¹⁸ Sur la page du film sur la plate-forme *YouTube*, on peut voir entre autres les commentaires suivants : « pour le son, est-ce qu'un type de micro pour téléphone mobile a été utilisé ? » ou, « Oh !!! La qualité est très bonne. Je voudrais des tuyaux, car je vais faire un court-métrage pour un projet à l'école et je n'ai qu'un Galaxy S4 pour filmer ». (Traduction libre du portugais).

⁶¹⁹ Voir la discussion à partir des textes de Roger Odin dans la section 3.1.4 « Le cinéaste amateur et le cinéaste familial » du chapitre 2 de la première partie de la thèse.

⁶²⁰ C'est aussi l'opinion de Kênia Freitas et de Rui Coelho dans les entretiens qu'ils nous ont accordés pour cette thèse.

phénomènes liés à la popularité des images, ne sont pas nécessairement liés à leur qualité. Les mèmes, par exemple, ne résultent pas nécessairement de l'intention de faire une « bonne » vidéo (du point de vue de sa qualité technique ou de son impact), et même, « *on dirait que les « mauvaises » vidéos donnent des « bons » mèmes dans la culture participative contemporaine.* »⁶²¹. Les points forts les plus communs des vidéos mémétiques sont, « *un focus sur les gens ordinaires, une masculinité défectueuse, l'humour, de la simplicité, de la répétition et un contenu fantasque* »⁶²². Ce sont des caractéristiques très typiques de ce type d'image, explicitant la différence qui existe entre *vidéo virale* et *vidéo « mémétique »* :

« Une vidéo virale *peut être définie comme un clip qui se répand aux masses via des mécanismes de bouche-à-oreille digitaux, sans changements significatifs.*

Une vidéo mémétique, *au contraire, implique une structure de participation différente. C'est un clip populaire qui attire un engagement créatif des utilisateurs, dans la parodie*⁶²³, *le pastiche ou le mash-up.* »⁶²⁴

Dans la « *culture de participation* » la viralité est donc liée « *à un mode de diffusion* »⁶²⁵. Les modes de diffusion dominants de la culture mobile, en particulier, du cinéma de poche, sont sur le *web*. En fait, c'est l'insertion des vidéos sur les plates-

⁶²¹ Voir Limor Shifman, « Internet memes and networked individualism: A perfect couple? », publié sur le blog *Social Media Collective Research blog*, 25 octobre 2011 [En ligne : <https://socialmediacollective.org/2011/10/25/internet-memes-and-networked-individualism-a-perfect-couple/>]. Version française par Arthur Jauffret : « RSLN - Social Media Collective : les mèmes, symboles de la culture digitale ? », *RSLN*, 18 novembre 2011 [En ligne : <http://www.rslnmag.fr/post/2011/11/18/RSLN-Social-Media-Collective-les-memes-symboles-de-la-culture-digitale-.aspx>]. Consulté le 10 décembre 2015. Voir également Limor Shifman, « An Anatomy of a YouTube Meme », in *New Media and Society*, 2011, p. 1-28.

⁶²² *Ibidem*.

⁶²³ Les parodies de *Leave Britney Alone* (2007, nombre de vues – septembre 2009 : 27 136 534), *Star Wars Kid* (2003, nombre de vues – septembre 2009 : 14 152 533), et *Hitler Downfall* figurent parmi les mèmes les plus significatifs. On peut aussi citer les mèmes *Evolution of Dance* (nombre de vues – septembre 2009 : 126 507 421), et *Charlie Bit my Finger – Again!* (Nombre de vues – septembre 2009 : 121 768 843), etc. Ces données proviennent de l'article de Limor Shifman : « An Anatomy of a YouTube Meme », in *New Media and Society*, 2011, p. 29.

⁶²⁴ Limor Shifman, *idem*, p. 4-5.

⁶²⁵ *Ibidem*.

formes comme *YouTube* qui nous semble être le mode le plus populaire d'après les chiffres publiés sur internet. Les films tournés avec des dispositifs mobiles sont plus susceptibles de devenir des vidéos virales que des vidéos mémétiques. Ceci est dû au fait que le cinéma de poche se rapproche beaucoup de la cinématographie traditionnelle.

Dans notre corpus filmique, nous avons choisi des films de poche qui ont un nombre important de visualisations, comme par exemple le film *Dot* du groupe Sumo Science (Will Studd et Ed Patterson⁶²⁶) (cf. Annexe 5). En février 2015, ce film avait dépassé les trois millions de visualisations (3 401 937) enregistrées sur *YouTube*. La popularité du film se rapproche ici des barèmes de films à succès diffusés dans les salles en France. Cette copie a été publiée le 31 août 2010 sous le titre *Dot. The world's smallest stop-motion animation character shot on a Nokia N8*. Mais il est courant de trouver différentes copies des mêmes films publiées sur un même site ou sur des sites différents. Une deuxième copie a été mise en ligne le 16 septembre 2010 également sur *YouTube* et a été publiée sur le nom *Nokia « Dot »*. Jusqu'en décembre 2015, cette copie n'avait fait l'objet que de cent quarante mille visualisations, soit beaucoup moins que la première copie. De toute façon, dans une recherche sur le nombre de visualisations sur *YouTube* (ou sur une plate-forme), il faudrait considérer aussi les chiffres de toutes les copies qui ont été publiées. Ceci est d'autant plus ardu qu'il arrive parfois que la publication originale (ou non) de la vidéo ne soit plus accessible au bout d'un certain temps. Pour notre corpus filmique, nous avons choisi de nous restreindre aux chiffres les plus significatifs. Ainsi, nous avons sélectionné le film *Dot* parmi les films tournés avec le téléphone mobile parce ce qu'il a été le plus visualisé. Il existe aussi des copies de ce même film sur *Vimeo*⁶²⁷. Sur ce site, tout comme pour *YouTube*, on peut comptabiliser le nombre de *likes* et les

⁶²⁶ Voir le site de SumoScience : [En ligne : <http://cargocollective.com/sumoscience/INFO>]. (Consulté le 25 janvier 2018).

⁶²⁷ Voir par exemple la publication de Sumo Science sur *Vimeo* : <https://vimeo.com/15055444> ou <https://vimeo.com/15323909>.

commentaires. Les commentaires pour ce film sur *Vimeo* ont été en général très positifs⁶²⁸. L'avantage de publier des copies sur différents sites est que cela permet d'avoir accès à différents publics pouvant avoir des opinions très diverses sur le film.

De toute façon, ces commentaires sont importants aussi pour que l'on puisse remarquer le niveau d'engagement et la notion de qualité d'un public. L'algorithme qui régit la plate-forme *YouTube* privilégie le nombre de visualisations comme critère de sélection pour l'ensemble de vidéos qui sont mises en avant pour l'internaute lors de son accès à la plate-forme, ce qui ne correspond pas nécessairement à un critère de qualité ou d'intérêt du contenu. Comme cela se vérifie pour toutes les plates-formes et tous les réseaux sociaux, c'est l'administrateur du réseau qui détermine les critères de l'algorithme. Ainsi, il y a un conflit potentiel entre ce qui est la « qualité » pour l'administrateur du site et ce qui est la « qualité » pour le public.

Il serait également intéressant de pouvoir comparer les résultats d'audience des films sur le *web* et le nombre d'entrées dans les salles de cinéma. Les données du CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée) publiées en janvier 2018 montrent qu'en 2017 en France, la fréquentation des salles de cinéma (il y avait 5 843 écrans et 2 045 établissements en 2016) a atteint 209,2 millions d'entrées (elle est la plus élevée d'Europe)⁶²⁹. Selon le classement du box-office français, il y a eu la même année 7,1 millions d'entrées pour *Star Wars, épisode VIII : Les Derniers Jedi* de Rian Johnson, 5,6 millions d'entrées pour *Moi, moche et méchant 3* de Kyle Balda et Pierre Coffin, et 4,6 millions d'entrées pour le film français *Raid dingue* de Dany Boon⁶³⁰. Bien entendu, ces statistiques ne disent pas si le spectateur a vu le film jusqu'à la fin ou s'il est sorti la fin de la séance, ni si le même spectateur a vu le même

⁶²⁸ Voici certains commentaires : « *Fabuleux !* », « *Incrovable !!!* », « *Juste brillant. Si innovant, et c'est un plaisir de le regarder* » (traduction libre de l'anglais). « *Nokia 'Dot'* », disponible sur *Vimeo* [En ligne : <https://vimeo.com/15055444>]. Consulté le 2 août 2017.

⁶²⁹ Voir sur le site du CNC l'onglet « Estimations de l'année 2017 », [En ligne : <http://www.cnc.fr/web/fr/estimations-de-l-annee-2017>]. Consulté le 3 mars 2018.

⁶³⁰ Voir sur le site *cine-directors.net* la note « Les films qui ont franchi le million de spectateurs en 2017 », *cine-directors.net*, [En ligne : <http://www.cine-directors.net/Top/top17.htm>]. Consulté le 4 mars 2018.

film plusieurs fois, une situation qui se produit probablement beaucoup plus fréquemment sur les plates-formes de téléchargement de vidéos du *web*.

Il y a différents aspects qui font que le public va voir un film comme les stratégies commerciales, par exemple, qui jouent rôle important pour conduire le public vers les salles de cinéma. Si dans le cas des films de poche vus sur les réseaux, la quantité de visualisation des images ne démontre pas que le film soit de bonne qualité, il en est de même pour le nombre d'entrées en salle vis-à-vis de la qualité d'un film du cinéma traditionnel. On peut essayer de comparer ces statistiques de fréquentation dans les salles du cinéma françaises avec l'audience des films de poche sur les plates-formes de partage de vidéos. Le nombre de visualisations du film de poche *Dot* se rapproche par exemple du nombre d'entrées des premiers classés au box-office des films sortis en salle en France. Il faut néanmoins remarquer que les films de poche sont des courts-métrages en général, avec des exceptions notables, comme par exemple *Tangerine* de Sean Baker (2015) ou *Unsane* de Soderbergh (2018), longs-métrages tournés avec un mobile, mais qui ont bénéficié du système de production et de distribution du cinéma traditionnel. Il faudrait donc comparer le nombre de visualisations des films de poche à celui des courts-métrages ou de films d'art et d'essai plus « alternatifs », qui eux aussi ont recours aux festivals et aux plates-formes de partage de vidéo pour pouvoir atteindre leur public.

2.4. Les résultats concrets

Susciter la participation de l'*internaute* est une bonne stratégie pour qu'une vidéo remporte un gros succès d'audience. La même stratégie est d'ailleurs utilisée par les festivals, comme par exemple le *Mobile Film Festival* en France, avec des concours de nombre de vue ou votes permettant à l'internaute de gagner des récompenses en bons d'achat (et même un smartphone). Lors de la divulgation de certains films de poche sélectionnés pour cette recherche, le public a été incité à donner son opinion et/ou à partager la vidéo. On en a un premier exemple quand, en 2010, Nokia a organisé *N8 Producers*, un concours mondial de production de vidéos

filmées avec un *Nokia N8*. Dans le règlement du concours, les organisateurs exigeaient que les vidéos soient publiées sur *YouTube* ou *Vimeo*. Le but était d'inciter à tourner des films avec le modèle N8 de l'entreprise Nokia et de dévoiler ces appareils. Le concours a eu une bonne participation de réalisateurs amateurs et aussi professionnels. Et les vidéos qui ont eu un impact significatif ont été primées selon les critères du concours. Ici aussi, certaines vidéos demandaient la participation du public, celui-ci étant incité à partager la vidéo ou à donner son opinion. Le résultat de ce concours est que des films ont fait connaître le modèle du téléphone mobile Nokia.

On relève un changement très important dans l'économie du secteur audiovisuel (cinéma et télévision) après l'avènement des technologies démocratisées comme l'internet et les caméras mobiles, signalant que « *le poids économique des revenus générés par les contenus amateur, toutes plates-formes confondues, est en train de devenir plus important que le poids économique du secteur audiovisuel professionnel* »⁶³¹. Un exemple de gain économique est celui lié à la vidéo virale. Une vidéo en ligne, *Charlie Bit My Finger* (2007), a été l'un des pionniers de la vidéo virale personnelle. La grande majorité des vidéos virales sont celles de chanteurs ou de groupes de musique, toutefois, cette vidéo amateur sur deux petits garçons, dans laquelle l'un mord le doigt de l'autre, a rencontré un succès extraordinaire⁶³². Aujourd'hui, cette vidéo a déjà été vue par plus de huit cents millions de personnes⁶³³. Ainsi, « *les vidéos [sur YouTube] sont accompagnées de publicités : pour mille « vues », la vente de l'espace publicitaire rapporte en moyenne dix dollars à Google.* », et donc ce film, pour Google, « *a généré un chiffre d'affaires de huit*

⁶³¹ *Ibidem*, p. 96.

⁶³² Cinto Niqui, *op. cit.* chap. 2, emplant. 3573.

⁶³³ La vidéo « Charlie bit my finger - again! » postée le 22 mai 2007 comptait presque 858 millions de vues en janvier 2018. [En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=_OBlgSz8sSM]. Consulté le 25 janvier 2017.

millions de dollars, par la « qualité » de son contenu (les gens l'ont partagé spontanément parce qu'il les faisait rire) »⁶³⁴.

Une autre vidéo très populaire est celle de la « vidéo blogueuse » (ici, une « Youtubeuse ») Justine Ezarik, *iPhone Bill* (2007). Grâce à l'apparition de ses vidéos en direct sur cinq chaînes sur *YouTube*, la « vidéo blogueuse » est devenue peu à peu une *cyber étoile*⁶³⁵. Les « youtubeurs » peuvent être des célébrités sur le web qui attirent des millions de personnes sur leurs pages, mais également de vrais millionnaires, grâce à des accords publicitaires ou des produits dérivés : « *Selon Forbes, [les] dix youtubeurs les mieux payés de la planète cumulent des revenus de « 108 millions d'euros du 1^{er} juin 2016, au 1^{er} juin 2017, net de charges et d'impôts ». Un chiffre en augmentation de 80 % par rapport à l'année dernière »*⁶³⁶. En France, des youtubeurs et youtubeuses rassemblent chacun des millions d'abonnés selon des chiffres du site *YouTuberLink*⁶³⁷.

La diffusion d'informations à travers les réseaux sociaux est vraiment efficace. D'autres chercheurs observent⁶³⁸ : « *Des réseaux sociaux comme YouTube ne sont pas à négliger. Ils s'avèrent très utiles pour la viralité liée à la vidéo et ont*

⁶³⁴ Benoît Labourdette, « Des vies en images », in *Esprit*, N° 425, juin 2016, p. 93-98. [En ligne : <http://www.benoitlabourdette.com/publications/articles/revue-esprit-article-des-vies-en-images/>]. Consulté le 28 août 2017.

⁶³⁵ En plus de ces « vidéos blogueurs » célèbres il existe d'autres noms comme Chris Crocker (Christopher Darren Cunningham) avec sa vidéo *Leavy Britney Alone* (2007). En deux jours, cette vidéo a été vue quatre millions de fois. Cf. Cinto Niqui, *op. cit.* chap. 2, emplact. 3736 et 3756.

⁶³⁶ Jean-Philippe Louis, « Qui sont les youtubeurs les mieux payés en 2017 », *Les Echos.fr*, 12/12/2017 [En ligne : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/0301014821491-qui-sont-les-youtubeurs-les-mieux-payes-en-2017-2137831.php#Xtor=AD-6000>]. Consulté le 19 février 2018.

⁶³⁷ Le site *YouTuberLink* a publié un classement le 1^{er} février 2018 des 30 YouTubeurs ayant le plus d'abonnés en France, tous dépassaient les 2 millions d'abonnés. « Youtubeurs millionnaires Français », *YouTuberLink*. [En ligne : <http://www.youtuberlink.com/youtubers-millionnaires-francais/>]. Consulté le 19 février 2018.

⁶³⁸ « *Le 28 octobre 2010, YouTube a franchi le cap du milliard de comptes.* » Cf. Christine Balagué et David Fayon, *Réseaux sociaux et entreprise, les bonnes pratiques : Facebook, Twitter, Google +, LinkedIn, YouTube...*, Paris, Pearson, 2011, p. 56.

un impact fort sur l'internaute »⁶³⁹. Dans leur recherche, une analyse intéressante sur la culture numérique contemporaine, les auteurs suggèrent que l'internaute est très influencé par les autres internautes partageant les mêmes goûts. Ainsi, les réseaux sociaux jouent un rôle important entre les groupes d'amis. Il y a aussi les « *stratégies multi réseaux sociaux* »⁶⁴⁰, par exemple, s'il y a un bon texte sur un blog ou une vidéo attirante, ils peuvent être partagés sur les autres réseaux ainsi que *Facebook, Twitter*, etc.

Ils décrivent aussi certains exemples concrets de la relation entre public et réseaux sociaux. Parmi ceux-ci, nous voudrions commenter une vidéo publicitaire interactive publiée en 2010⁶⁴¹. L'internaute était invité à participer en choisissant une fin pour la vidéo publicitaire parmi deux propositions, en réécrivant le titre de la vidéo et partageant avec ses amis sur les réseaux sociaux. Ainsi, la campagne publicitaire a été diffusée par l'internaute, « *en envoyant le message directement à ses propres amis, par ses propres moyens* »⁶⁴². Les résultats ont été étonnants : près quarante millions de vues, l'entreprise a enregistré une hausse spectaculaire des ventes⁶⁴³ et la campagne a gagné de nombreuses récompenses dont le Lion de bronze au Festival de Cannes en 2011 dans les catégories « direct » et « film interactif »⁶⁴⁴. Les résultats positifs de cette campagne ont été obtenus avec un budget inférieur à sept cent mille euros.

⁶³⁹ *Ibidem*.

⁶⁴⁰ *Ibidem*.

⁶⁴¹ *Idem*, p.60. Il s'agit d'une campagne publicitaire de l'agence *Buzzman* pour la marque *Tipp-Ex* : « Tipp-experience. A hunter shoots a bear » [Tipp-expérience. Un chasseur tire sur un ours.]. « *Tipp-Ex est une marque de produits de correction qui appartient à l'entreprise Bic depuis 1997. Elle est principalement associée au correcteur liquide en flacon.* ».

⁶⁴² « *En moyenne, un internaute renvoyait le film à cinq autres personnes. Cette campagne, d'un budget inférieur à 700 000 euros, montre que la vidéo alliée à l'humour constitue un puissant allié de la viralité.* ». *Idem*, p. 61.

⁶⁴³ Avec une augmentation de 30% de son chiffre d'affaires au second semestre 2010. Cf. Jérôme Boyé, « La Tipp-Expérience – retour sur un buzz de 4 ans », article en ligne publié sur le site WM WebMarketing & Co'm, 15 juillet 2015 [En ligne : <https://www.webmarketing-com.com/2014/07/15/28958-tipp-experience-retour-buzz-4-ans>]. Consulté le 26 janvier 2018.

⁶⁴⁴ Cf. « A hunter shoots a bear - Tipp-Ex - agence BUZZMAN », fiche en ligne publiée sur le site *La Réclame* [En ligne : <https://lareclame.fr/buzzman/realisations/a-hunter-shoots-a-bear>]. Consulté le 26 janvier 2018.

Pour la production artistique, soit, pour les films de poche, quels sont en fin de compte les avantages de la diffusion sur le *web* ? Un des principaux avantages pour les films de poche relève d'argument économique. Le processus de diffusion est généralement très coûteux et doit mobiliser un grand nombre de personnes pour la production cinématographique, alors que le téléphone mobile peut offrir des alternatives avantageuses. L'artiste qui utilise l'internet comme outil de travail ou dont l'œuvre est divulguée sur le web, y trouve une grande possibilité d'être vu et connu également. Ainsi, le *web* représente pour les arts en général une alternative de diffusion plus économique et en augmente considérablement la portée, en permettant de s'adresser virtuellement à des millions ou des milliards d'individus.

Conclusion du *Chapitre 2*

Dans cette thèse, nous avons étudié un total de 86 festivals et 3 concours en France et dans le monde. Certains festivals sont destinés aux jeunes réalisateurs, d'autres sont axés sur des thèmes spécifiques, il existe aussi des festivals présentant uniquement des clips vidéo, des festivals qui sont consacrés aux nouveaux formats cinématographiques ou aux nouvelles technologies inventées par les propres réalisateurs, notamment. Les très jeunes réalisateurs, qui dominent bien l'usage des téléphones mobiles et de l'internet et qui ne sont pas nécessairement indépendants économiquement de leurs parents, sont d'importants explorateurs de ces images mobiles et de leur diffusion sur internet. De toute façon, la grande majorité de ces festivals dénotent la même préoccupation : diffuser une expression artistique consistant à réaliser des films avec la technologie mobile. Ce qui importe au final est que le cinéma de poche soit discuté et exploité dans différents modes de diffusion.

Nous croyons que ces festivals exercent une fonction qui est d'inclure le cinéma de poche dans le champ des arts visuels. Conjointement, les espaces que vient à occuper le cinéma mobile dans les universités, dans les laboratoires, ainsi que, les recherches, les articles et les débats à ce sujet sont de première importance pour notre étude. On observe donc une légitimation du cinéma de poche dans les champs des

arts ou de la cinématographie, et tout en même temps, son accessibilité à tous, sa principale caractéristique qui selon nous, est son principal moteur et qui en fait, du moins en principe, un art réellement populaire.

En outre, les films mobiles sont aussi très souvent divulgués sur le *web*, et c'est devenu une caractéristique très importante des productions audiovisuelles créées avec un dispositif mobile. Diverses plates-formes vidéo, comme *YouTube*, *DailyMotion*, *Vimeo*, entre autres, présentent différentes possibilités de diffusion.

Parmi ces plates-formes, *YouTube* est la plus visitée par le public. Cette plate-forme est très démocratique parce qu'elle accepte une très grande diversité de vidéos. Ainsi, la popularité sur cette plate-forme est un point important pour la diffusion de vidéos. Pour chaque vidéo publiée sur *YouTube*, il y a un comptage dynamique des visualisations qui ne signifie pas nécessairement que le film soit de qualité, mais qui résulte d'une stratégie de divulgation faite pour le film. Si le film a fait l'objet d'une bonne divulgation, il obtiendra plus visualisations, ce qui entraîne, du fait du système informatique administrant *YouTube*, que cette vidéo sera montrée en préférence à d'autres vidéos qui ont obtenu un nombre plus faible de visualisations. Ainsi, ce qui détermine la popularité d'une vidéo est le logiciel de la plate-forme et son algorithme, indépendamment de la qualité d'image ou de contenu de cette vidéo. Par ailleurs, le public internaute a aussi la possibilité de publier des commentaires sur les images qui ont été postées sur les plates-formes. Les commentaires du public de *YouTube* sont très divers, alors que sur la plate-forme *Vimeo* les commentaires sont en général plus techniques et positifs.

La diffusion à travers ces plates-formes nous semble essentielle pour les films mobiles, et c'est elle qui a permis de faire connaître et se développer le cinéma mobile (même les festivals sont le plus souvent des plates-formes en ligne), malgré certains aspects négatifs comme la profusion de vidéos, le temps de téléchargement parfois assez long, etc. De toute façon, pour une bonne diffusion d'un film, il faut découvrir quelles sont les plates-formes idéales pour chaque type d'image afin d'obtenir un résultat positif vis-à-vis de la quantité de visualisations et d'intérêts commerciaux attendus.

Chapitre 3 - La création mobile et le cinéma

« Avec ces appareils portables qui accompagnent nos vies, nous pouvons tous, partout, tout le temps photographier tout ! Ou même le filmer. Mais notre perception du monde n'en demeure pas moins modelée par les anciennes conventions cinématographiques devenues télévisuelles : une perception en tout point « sériée » et « codifiée ». Ces photomobiles, réalisées avec un Iphone en triptyque ou en diptyque, interrogent au contraire les profondes mutations engendrées par l'essor de ces portables dans nos vies, dans notre relation au monde et aux autres et dans notre manière de les percevoir. Car ces appareils sont riches d'une autre manière de vivre l'espace et le visible, mais aussi de le fixer et de le percevoir. Ce faisant, c'est aussi dans le temps que les visiteurs voyagent et c'est sous un tout autre jour que l'on considère les relations entre peinture, photographie et cinéma. Nos téléphones portables, que l'on appréhende souvent comme une contrainte, seraient-ils alors la promesse d'une liberté nouvelle du regard, la promesse d'une extension visuelle sans précédent des formes narratives ? »⁶⁴⁵

Dans son exposition « Art Actuel – Norbert Hillaire – PHOTOMOBILES », l'artiste théoricien de l'art et des technologies Norbert Hillaire présente des photos qu'il a faites avec son téléphone mobile (*iPhone4*). Dans le texte reproduit ci-dessus publié à cette occasion, l'artiste s'interroge sur l'extension visuelle des formes narratives. Peut-être a-t-il voulu montrer que ces caméras numériques sont de vraies prothèses pour nos yeux. Ainsi, on peut penser l'image d'une autre façon, où le l'appareil qui l'a produite se reflète également dans différents aspects : sociologiques, économiques, esthétiques, psychologiques, philosophiques, entre autres.

⁶⁴⁵ Texte de Norbert Hillaire, cité dans l'article de Yann Toma « «PHOTOMOBILES» DE NORBERT HILLAIRE », *Art&Flux – Institut Acte / CNRS – Université Paris 1 Sorbonne*, 30 avril 2014 [En ligne : <http://www.institut-acte.cnrs.fr/art-flux/2014/04/30/photomobiles-de-norbert-hillaire/>]. Consulté le 6 avril 2018.

Dans ce chapitre, nous vérifierons l'hypothèse présentée dans l'introduction de cette thèse qui affirme que la culture mobile, à travers le cinéma de poche, présente des caractéristiques très particulières liées à la technologie avec laquelle elle est produite et à l'exploitation créative de celle-ci. Par ailleurs, d'un point de vue sémiologique, l'image du cinéma de poche est proche de l'image du cinéma classique. Grâce à cette proximité, l'industrie cinématographique bénéficie des avantages économiques, technologiques et créatifs que la création mobile peut offrir.

Ce que nous intéresse ici est de comprendre la création mobile et le cinéma (et leurs différents contextes) à partir de leur spectateur. Ainsi, la référence au modèle sémio-pragmatique de Roger Odin s'est révélée importante dans cette étape de la thèse. Dans sa poursuite de la compréhension des films et de l'analyse filmique, Odin travaille sur les questions sémiologiques, en les insérant tout à la fois dans le domaine de la fiction et du documentaire. Pour la construction d'une réflexion sémio-pragmatique, certaines questions sont importantes, comme, par exemple : qu'est-ce qui détermine qu'un film est une fiction ou un documentaire ? Quelles sont ses qualités et ses caractéristiques pour narrer les événements ? Quels sont les éléments qui ont contribué à la représentation de l'œuvre ? Il y a-t-il eu besoin d'un texte narratif (et de quel type de texte narratif s'agit-il) ? Ou le film peut-il ne raconter son histoire qu'à travers les images et les signes ?

Face à ces questions transposées au cinéma de poche et leur rapport avec le film, surgit la nécessité de comprendre comment le cinéma de poche est compris par la société et quelles sont les significations socioculturelles attribuées à cet art, sa structure et son rapport avec le spectateur. C'est cette nécessité qui conduira notre réflexion dans ce chapitre.

1. La création mobile et le cinéma traditionnel

Le lien du cinéma de poche avec le cinéma traditionnel peut être établi à partir du moment où l'on sait que le cinéma est une représentation d'une proximité

avec la réalité ; du coup, il en est de même pour le cinéma de poche. Le réel est mis en évidence dans le film traditionnel et dans le cinéma de poche (dans la photographie également) grâce au mouvement de l'image et à la profondeur de champ.

La photographie de Niepce et le cinéma des frères Lumière ont libéré les arts plastiques de l'obsession de la similitude, en apportant, à travers leurs lentilles, une objectivité qui à partir d'alors est devenue indispensable à l'image. Ainsi, la photographie est un objet qui fixe le moment photographié, c'est à dire, le temps. De cette façon, on comprend que le cinéma de poche fait partie d'un ensemble d'images prises à partir d'un moment dans le temps et l'espace et qui, présentées successivement, représentent le mouvement des choses, comme cela se produit avec le cinéma traditionnel.

Toutefois, selon Maurice Merleau-Ponty, les images cinématographiques sont tout d'abord vues dans leur ensemble, cet ensemble étant un contenu perçu. Peut-être l'intention de Merleau-Ponty, avec son étude sur le cinéma, était-elle de montrer comment on doit *réapprendre et voir* le monde.

1.1. Percevoir le cinéma (de poche) et la nouvelle psychologie, selon Maurice Merleau-Ponty

En 1945, Merleau-Ponty a présenté un essai intitulé « *Le cinéma et la nouvelle psychologie* »⁶⁴⁶, et la même année, il a publié l'ouvrage « *La phénoménologie de la perception* », mettant ainsi en évidence la relation qu'établit l'auteur entre les thèmes du « cinéma » et de la « perception », même si ses essais sur

⁶⁴⁶ Texte issu de la conférence de Maurice Merleau-Ponty le 13 mars 1945, à l'Institut des Hautes Études Cinématographiques (IDHEC), publiée sous le titre « Le cinéma et la nouvelle psychologie », dans Maurice Merleau-Ponty, *Sens et non-sens*, Paris, Nagel, 1948, pp. 85-106 (5^e édition, 1966). Cf. Maurice Merleau-Ponty, *Le cinéma et la nouvelle psychologie*, Paris, Gallimard, 2009. Il existe une édition critique des différentes versions de ce texte présentées par François Albera, « Maurice Merleau-Ponty et le cinéma », in *1895 Revue d'histoire du cinéma*, n° 70, été 2013, p. 120-153. [Disponible en ligne : <http://journals.openedition.org/1895/4680>]. Consulté le 22 mars 2018.

les arts étaient consacrés principalement à la peinture⁶⁴⁷. Ainsi, Merleau-Ponty a consacré le début de son essai sur *Le cinéma et la nouvelle psychologie* à l'analyse du sens de la vue et tente d'identifier la psychologie de la forme (*Gestalt*) comme étant une « nouvelle psychologie » à partir de notre relation avec l'autre et où « *la perception des formes, au sens très général de : structure, ensemble ou configuration, doit être considérée comme notre mode de perception spontané* »⁶⁴⁸

Stefan Kristensen défend que Merleau-Ponty avait une « *approche cinématographique des arts visuels en général et que, si la peinture est bien le langage qui manifeste la genèse de notre rapport au monde, le cinéma est celui qui rend visible l'invisible de nos rapports avec autrui* »⁶⁴⁹. Kristensen ajoute que selon Merleau-Ponty :

« *La peinture donne la « dialectique du visible et de l'invisible » et nous met donc aux prises avec la naissance du sens des choses ; le cinéma par contre implique non seulement cette dialectique, mais inclut une dimension supplémentaire : celle des existences, des destins. L'image vibrante du tableau donne l'invisible de la chose, alors que l'image mouvante du cinéma donne l'invisible de l'existence humaine ; la peinture a pour objet la nature, le cinéma a des objets sociaux-historiques* »⁶⁵⁰.

Susana Viegas observe que dans la philosophie de Merleau-Ponty, il y a quatre grandes idées sur la relation entre cinéma et phénoménologie, influencées en grande partie par la *Gestalt*, Malraux et Leenhardt-:

« *premièrement, il existe un lien indéniable entre la perception et le cinéma en ce sens qu'il s'agit d'un objet perçu exemplaire ; deuxièmement, le cinéma montre une relation unique entre le visible et l'invisible, entre rendre*

⁶⁴⁷ Voir principalement Maurice Merleau-Ponty, « Le doute de Cézanne », revue *Fontaine*, volume 8, numéro 47, décembre 1945 (repris dans Maurice Merleau-Ponty, *Sens et non-sens*, 1948) et *L'œil et l'esprit*, Paris, Gallimard, 1960.

⁶⁴⁸ Maurice Merleau-Ponty, *Le cinéma et la nouvelle psychologie*, Paris, Gallimard, 2009, p. 9.

⁶⁴⁹ Stefan Kristensen, « Maurice Merleau-Ponty, une esthétique du mouvement », *Archives de Philosophie*, vol. 69 / 1, 2006, pp. 123-146, p. 123.

⁶⁵⁰ *Ibidem*, p. 135.

*visible l'invisible ; troisièmement, le cinéma permet de penser la réversibilité entre voir et être visible ; et, enfin, un film est une forme temporaire qui ne renvoie qu'à lui-même. »*⁶⁵¹

Merleau-Ponty constate que « *un film n'est pas une somme d'images, mais une forme temporelle. (...) Le sens d'une image dépend donc de celles qui la précèdent dans le film, et leur succession crée une réalité nouvelle qui n'est pas la simple somme des éléments employés* »⁶⁵². Le film est une unité visuelle et sonore de temps. Quand on voit un film, il est important que l'on découvre la plénitude de l'image à l'intérieur de la métrique cinématographique, « *elle va, elle doit finir, être remplacée (que ce soit en changement l'angle, de distance ou de champ)* »⁶⁵³.

La théorie *Gestalt* a fortement influencé les études de Merleau-Ponty sur le cinéma, et ainsi « *il distingue la psychologie classique de la théorie Gestalt à travers l'analyse de la perception du monde selon des exemples concrets de l'audition et la vision* »⁶⁵⁴. Ainsi, la *Gestalt* pour Merleau-Ponty est « *un tout qui ne se réduit pas à la somme de ses parties, définition négative, extérieure* »⁶⁵⁵. Merleau-Ponty observe que la psychologie classique considère notre champ visuel comme une somme ou une mosaïque de sensations dont est fait le champ perceptif. Cette psychologie connaissait l'existence des relations entre les différentes parties du champ visuel et celles entre les informations des différents sens⁶⁵⁶. La psychologie *Gestalt* (ou théorie de la

⁶⁵¹ Susana Isabel Rainho Viegas, « Olhar e memória na percepção cinematográfica », *Princípios*, vol. 15 / 24, décembre 2008, p. 31-44, p. 43. (Traduction libre du portugais).

⁶⁵² Maurice Merleau-Ponty, *Le cinéma et la nouvelle psychologie*, Paris, Gallimard, 2009, p. 17.

⁶⁵³ Roger Leenhardt « La petite école du spectateur. 2. Le rythme cinématographique », in *Esprit*, n° 40, janvier 1936, pp. 627-632, p. 628, repris dans Roger Leenhardt, *Chronique de cinéma*, Paris, Éditions de l'Étoile, 1986, pp. 40-43. Cet article de Leenhardt est cité par Merleau-Ponty, *Ibidem*.

⁶⁵⁴ Voir sur le site de l'*Instituto de Filosofia da Linguagem* (Lisboa, Portugal), dans l'onglet *Research*, la rubrique *1. Compendium* ; Susana Isabel Rainho Viegas, « Maurice Merleau-Ponty », *Film & Philosophy* [En ligne : <http://filmphilosophy.squarespace.com/1-maurice-merleau-ponty>]. Consulté le 18 mars 2018. (Traduction libre du portugais).

⁶⁵⁵ Maurice Merleau-Ponty « Notes de travail. Septembre 1959 », *Le visible et l'invisible*. Paris, Gallimard, Collection Tel (n° 36), 1964, p 258.

⁶⁵⁶ Maurice Merleau-Ponty, *Le cinéma et la nouvelle psychologie*, (*op. cit.*), p. 7-10.

Forme) explique la perception de l'ensemble, différente de la perception analytique, comme une forme globale d'être ou de vivre dans le monde.

Ainsi, on perçoit une image même sans la voir entièrement. Merleau-Ponty analyse un cube. Le cube est un bon exemple, parce que même sans avoir vu toutes ses facettes, on sait que c'est un cube. On ne le voit pas selon la définition géométrique, mais on le pense donc on sait que c'est un cube⁶⁵⁷. Par conséquent, on ne doute pas de l'existence de cet objet, même si certaines parties de ses facettes sont hors notre champ visuel. Pour Merleau-Ponty, cet objet, même sans être vu dans son ensemble, est pensé. Alors, selon lui, on peut appliquer le même processus d'analyse d'un objet comme un cube, pour les films en tant qu'objets à percevoir et non à penser. Ainsi, dit-il, « *quand je perçois, je ne pense pas le monde, il s'organise devant moi* »⁶⁵⁸. Et donc, comme l'on perçoit les objets en général, on peut également percevoir les films⁶⁵⁹.

On peut dire que pour Merleau-Ponty, le cinéma est important tant dans la réflexion qu'il mène sur la perception, que dans sa réflexion sur la vision : « *le cinéma est particulièrement apte à faire paraître l'union de l'esprit et du corps, de l'esprit et du monde et l'expression de l'un dans l'autre* »⁶⁶⁰. Il est curieux de noter que

« *Le regard dans la perception cinématographique coïncide et coexiste avec le film lui-même vu et, à travers le regard du personnage, le regard de celui qui voit est renvoyé à lui-même comme visible. (...) au cinéma, le regard du spectateur, le regard qui voit, est renvoyé à lui-même comme visible pour l'autre. Voir c'est être visible.* »⁶⁶¹

Ainsi, c'est par la perception que l'on peut comprendre le sens du cinéma : « *le film ne se pense pas, il se perçoit* »⁶⁶².

⁶⁵⁷ *Ibidem*, p. 10.

⁶⁵⁸ *Ibidem*, p. 10-16.

⁶⁵⁹ *Ibidem*.

⁶⁶⁰ *Ibidem*, p. 23.

⁶⁶¹ Susana Isabel Rainho Viegas, *op. cit.*, p. 35-36. (Traduction libre du portugais).

⁶⁶² Maurice Merleau-Ponty, *op. cit.*, p. 22.

On peut dire également que le cinéma de poche se perçoit. Cependant, il y a dans ce cas certains points importants à considérer. En fait, le « spectateur mobile » voit les « films mobiles » différemment des spectateurs du cinéma traditionnel du fait de la technique et la technologie utilisées dans les films de poche. C'est un autre « regard ». Ainsi, il faut analyser le spectateur tant dans le contexte du cinéma traditionnel, que dans le contexte du cinéma de poche.

2. Cinéma, un objet de la sémiologie (ou « Le désir de fiction »)

On peut se demander pourquoi se produit le désir de fiction dans notre société. Nous croyons que le cinéma permet d'apporter diverses visions du monde. Face à la complexité de la vie, on peut prendre la liberté de « sentir » les émotions manifestées dans l'espace cinématographique. De plus, les images du cinéma ont le pouvoir et la magie de transporter le spectateur vers un autre monde afin qu'il puisse vivre différentes expériences. De cette façon, le spectateur rêve délibérément éveillé. En fait, le cinéma avec sa réalité diversifiée aide le spectateur à recréer l'imaginaire de son propre quotidien et à l'interpréter. Le film est un miroir, et à cet égard ce que le spectateur perçoit, c'est son ombre, son double. Pour Odin, « *lire un texte, voir un film comme une fiction, suppose d'abord de construire un monde : de diégétiser* »⁶⁶³.

⁶⁶³ Roger Odin, *De la fiction*, Bruxelles, De Boeck, 2000, 183 p., (« Arts et cinéma »), p. 18. « Pour [Étienne] Souriau, les « faits diégétiques » sont ceux qui sont relatifs à l'histoire représentée à l'écran, relatifs à la présentation en projection devant des spectateurs. Est diégétique tout ce qui est censé se passer selon la fiction que présente le film, tout ce que cette fiction impliquerait si on la supposait vraie. Souriau donne l'exemple de deux décors de studio qui peuvent être contigus et être diégétiquement (dans la logique supposée de l'histoire que raconte le film) distant de plusieurs dizaines de kilomètres. [Christian] Metz et ses élèves (Percheron, Verner, etc.) reprennent la définition de Souriau. La diégèse c'est « l'instance représentée du film, c'est-à-dire l'ensemble de la dénotation filmique : le récit lui-même, mais aussi le temps et l'espace fictionnels impliqués dans et à travers ce récit, et par là les personnages, les paysages, les événements et autres éléments narratifs, pour tant qu'ils sont considérés en leur état dénoté » (Metz). » Jacques Aumont et Michel Marie, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, 3^e éd., Paris, Armand Colin, 2016, p. 79. Aumont et

Selon Christian Metz, le langage cinématographique reflète « *un besoin de définir un ensemble d'organisations significantes de notre perception, de notre imaginaire et, aussi, de notre relation avec l'image* »⁶⁶⁴. Metz étudie dans son ouvrage *Le signifiant imaginaire : psychanalyse et cinéma* (1977)⁶⁶⁵ le cinéma par rapport aux autres des arts du point de vue des perceptions humaines. Metz a élaboré une théorie où le cinéma est un « objet » de la sémiologie, autrement dit, l'étude du cinéma devient une étude linguistique du cinéma. Ainsi le cinéma dialogue avec d'autres disciplines, par exemple, la psychanalyse, la sociologie, l'histoire, entre autres. Selon Metz, « *L'exercice du cinéma n'est possible que par les passions perceptives : désir de voir (...), qui était seul enjeu dans l'art muet, désir d'entendre qui s'y est ajouté avec le cinéma parlant.* »⁶⁶⁶. Pour Metz ces passions perceptives : le désir de voir (auquel est associé le voyeurisme) et le désir d'entendre, présentes dans le cinéma, correspondent à une pulsion sexuelle (la « pulsion invocante » selon Lacan). Ces *pulsions sexuelles*, se distinguent des autres parce qu'elles « *reposent davantage sur le manque (...) du côté de l'imaginaire* »⁶⁶⁷. Metz observe par ailleurs que « *Le signifiant du cinéma est perceptif (visuel et auditif)* » et le cinéma est *plus perceptif* dans le monde des arts que les autres (littérature, peinture, sculpture, architecture, musique)⁶⁶⁸. Nous croyons qu'ainsi Metz explique la passion de l'être humain pour le cinéma. On peut donc envisager le cinéma comme une esthétique de la perception où l'on sent des « affects » par l'intermédiaire l'image et on est absorbé

Marie renvoient dans ce passage à Christian Metz, *Essais sur la signification au cinéma*, Paris, Klincksieck, 1968, p. 144.

⁶⁶⁴ Fabio La Rocca, « A visão da paisagem no cinema: entre sonho e imaginário » [La vision du paysage au cinéma : entre rêve et imaginaire], in *Encontro de Paisagens*, éd. Helena Pires et Teresa Mora, CECS/CICS - Universidade do Minho, 2012, p. 47-56, p. 48. (Traduction livre du portugais

⁶⁶⁵ Christian Metz, *Le signifiant imaginaire. Psychanalyse et cinéma.*, Paris, Union générale d'éditions, « Coll. 10/18, vol. 1134 », 1977, 370 p.

⁶⁶⁶ *Ibidem*, p. 82. Metz entend l'« *exercice du cinéma* » comme « *la pratique sociale d'un certain signifiant spécifique* ». Voir Christian Metz, *Ibid.*, p. 179.

⁶⁶⁷ *Ibidem*.

⁶⁶⁸ *Ibidem*, p. 62. Christian Metz observe également : « *C'est pourquoi on a parfois présenté le cinéma comme une « synthèse de tous les arts » ; cela ne veut pas dire grand-chose, mais si l'on s'en tient au relevé quantitatif des registres de perception, il est vrai que le cinéma « englobe » en lui le signifiant d'autres arts : il peut nous présenter des tableaux, nous faire entendre de la musique, il est fait de photographies, etc.* ». *Ibidem*.

par elle. Cette esthétique de l'affectivité de l'image est à la base de la relation imaginaire, presque érotique, entre les yeux du spectateur et l'écran.

Cependant, la fiction que le cinéma véhicule ne concerne pas seulement les films classés comme « films de fiction ». Selon Jacques Aumont, tout film est un film de fiction⁶⁶⁹. Pour expliquer cette prémisse, Aumont fait une comparaison entre le cinéma et le théâtre. Pour lui le théâtre est « réel », au sens où « *Au théâtre, ce qui représente, ce qui signifie (acteurs, décors, accessoires) est réel* » même si ce qui est représenté est fictif, mais « *Au cinéma, représentant et représenté sont tous les deux fictifs. En ce sens tout film est un film de fiction* », puisque ce qu'il montre (objets, personnages ou acteurs) n'est pas là, il « *représente sous forme d'images juxtaposées* »⁶⁷⁰.

Avec le cinéma, ce procédé a lieu grâce au pouvoir « *d'« absenter » ce qu'il nous montre : il l'« absente » dans le temps et dans l'espace puisque la scène enregistrée est déjà passée et qu'elle s'est déroulée ailleurs que sur l'écran où elle vient s'inscrire* »⁶⁷¹. Donc, le cinéma a la puissance de transformer les objets, les gens et la narrative comme éléments inexistant dans le temps et dans l'espace. Le film est enregistré et il peut être vu et répété autant de fois que nécessaire, il sera toujours représenté de la même manière, il est un enregistrement fiable du moment où il a été conçu. Cela ne concerne que l'image filmique, nous ne faisons pas allusion ici au mode de conservation des films et des copies, et aux effets du temps sur ces images. En ce sens, les documentaires, les films de familles, les films expérimentaux, par exemple, sont aussi des films de fiction, et parce qu'également l'identification du spectateur face à ces films est possible. C'est-à-dire, le spectateur peut s'identifier avec les personnages, avec l'histoire, avec les acteurs et aussi avec le réalisateur. De plus, selon Aumont, autant les films scientifiques que les films documentaires doivent

⁶⁶⁹ Jacques Aumont, Alain Bergala, Michel Marie et Marc Vernet, *Esthétique du film*, Paris, Nathan, 1993 (3^e édition, 1^{re} édition 1983), 223 p., p. 70-72.

⁶⁷⁰ *Ibidem*.

⁶⁷¹ *Ibidem*.

recourir à « *des procédés narratifs pour soutenir l'intérêt* »⁶⁷². Tout cela fait que tous les films sont fictionnels, indépendamment de leur genre. Le cinéma représente l'irréel, puisque ce que l'on voit sur l'écran est l'absence et non la présence.

2.1. La création mobile et le « modèle » sémio-pragmatique

Roger Odin situe l'origine de la sémio-pragmatique dans deux grands paradigmes : le paradigme immanentiste et le paradigme pragmatique⁶⁷³. Selon Odin, la sémiologie classique s'est constituée sur les bases de l'approche immanentiste :

*« L'approche immanentiste pose le texte ou le langage comme un donné doté de caractères structuraux permanents (un système dont chaque terme n'a de sens que par rapport au système), un donné qu'il décrit sans référence à ce qui lui est extérieur. On connaît la formule de Ferdinand de Saussure : « La langue est un système qui ne connaît que son ordre propre ». La sémiologie classique s'est constituée sur ces bases. »*⁶⁷⁴

Pour les approches pragmatiques, Odin dit qu'il s'agit de l'inverse, à savoir, « *les approches pragmatiques considèrent qu'un signe, qu'un mot, qu'un énoncé ou qu'un texte ne font sens qu'en relation avec le contexte dans lequel ils sont émis et reçus* »⁶⁷⁵. Cependant, selon l'auteur, la « *relation avec le contexte* » est conçue par les théoriciens de différentes façons. Odin « *considère comme pragmatiques, les approches qui mettent le contexte au point de départ de la production de sens, c'est-à-dire les approches qui posent que c'est le contexte qui règle cette production* »⁶⁷⁶.

⁶⁷² *Ibidem.*

⁶⁷³ Roger Odin, *Les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2011, p. 9.

⁶⁷⁴ *Ibidem.* La citation que fait l'auteur provient de Louis Ferdinand de Saussure, *Cours de linguistique générale*, éd. Charles Bally, Albert Sechehaye et Albert Riedlinger. Paris, Payot, 1971 (1^e éd. 1916) p. 43.

⁶⁷⁵ *Ibidem.*

⁶⁷⁶ *Ibidem.*

Ainsi, Odin reprend les notions de la pragmatique quand elle détermine « *les modalités qui conduisent du récepteur du texte vers une « expérience » de la lecture, de l'interprétation ou à définir les différents lecteurs possibles dans l'espace de communication* »⁶⁷⁷. L'approche consiste à trouver les contraintes qui orientent le comportement de lecture. Il est possible que le récepteur au lieu de recevoir un « *texte existant* » découvre « *l'expérience d'un travail de production textuelle en contexte* »⁶⁷⁸.

Ce modèle vise à analyser la façon dont le film est construit (son sens), tant au cours de la « lecture » qu'au cours de la « création ». Odin définit la sémio-pragmatique de la manière suivante :

*« La sémio-pragmatique est un modèle de (non-)communication qui pose qu'il n'y a jamais transmission d'un texte d'un émetteur à un récepteur mais un double processus de production textuelle : l'un dans l'espace de la réalisation et l'autre dans l'espace de la lecture. Son objectif est de fournir un cadre théorique permettant de s'interroger sur la façon dont se construisent les textes et sur les effets de cette construction. On part de l'hypothèse qu'il est possible de décrire tout travail de production textuelle par la combinatoire d'un nombre limité de modes de production de sens et d'affects qui conduisent chacun à un type d'expérience spécifique et dont l'ensemble forme notre compétence communicative : modes spectacularisant, documentarisant, fabulisant, artistique, privé, etc. »*⁶⁷⁹

Avec cette réflexion, Odin relève que la production textuelle est double. Il considère que les textes sont également construits par les différents publics. Ainsi, le public est un élément essentiel pour l'analyse du film parce que les images filmiques n'ont de sens qu'à partir de leur relation avec le récepteur. Le lecteur, le public, est « *le point de passage d'un faisceau de déterminations qui régit, dans une très large mesure, la façon dont il produit du sens et des affects : déterminations langagières,*

⁶⁷⁷ Émilie Bouillaguet, « Roger Odin, Les espaces de communication - Introduction à la sémio-pragmatique », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, vol. 1, 2012, p. 3.

⁶⁷⁸ *Ibidem*.

⁶⁷⁹ Roger Odin, *De la fiction*, Bruxelles, De Boeck, 2000, 183 p., (« Arts et cinéma »), p. 10-11.

culturelles, psychologiques, institutionnelles, etc. », et ces déterminations jouent « *un rôle communicationnel essentiel* »⁶⁸⁰.

Plus les déterminations qui interviennent chez le public (l'espace de la réception) se rapprochent des déterminations qui interviennent chez le réalisateur (l'espace de la réalisation), plus les possibilités de compréhension entre le réalisateur et le récepteur seront élevées. Odin considère de ce point de vue qu'un film de fiction, ou plus exactement la *fictionnalisation*, a un statut privilégié en comparaison à d'autres catégories de films ou de *modes de production de sens et d'affects*⁶⁸¹. Ceci s'explique parce que le « désir de fiction » est intrinsèque à l'être humain.

Par conséquent, c'est le public qui détermine comment le film doit être lu, et dans ces conditions, il est important de prendre en compte les processus externes à l'image, puisque, comme l'observe Odin, « *les modalités de production de sens dépendent du contexte dans lequel se déroule le visionnement : c'est le contexte qui construit le public* »⁶⁸². Pour Odin, le film indique « *le ou les mode/s qu'il souhaite voir utilisé/s pour sa lecture : dans son paratexte qui affiche le film comme documentaire, fiction, mélange des deux, ou autre [...]* »⁶⁸³. Ainsi, savoir si un film est une fiction ou un documentaire peut contribuer à orienter le spectateur. Ces renseignements figurent hors du film, comme par exemple, le lieu où le film est à l'affiche, qui peut être une salle de cinéma ou non, et les classifications selon le genre ou même selon l'âge du public. Dans le modèle sémio-pragmatique, regarder un documentaire signifie mobiliser sens et affects eux-mêmes de ce genre. Mais il faut considérer également le temps et l'espace socioculturels où le film est vu. Odin explique que si on analysait les réactions du public à partir de différents groupes

⁶⁸⁰ *Ibidem*, p. 11.

⁶⁸¹ Émilie Bouillaguet observe que pour Odin, « *la production de sens n'est plus qu'un simple décodage : elle relève de ce que l'auteur nomme une « aventure », régie par une multitude de processus possibles, qualifiés de « modes ». Les « modes » sont une façon de classifier et d'identifier les « processus de production de sens ». Ils mettent à jour l'« expérience communicationnelle » vécue dans l'espace de communication.* » Émilie Bouillaguet, *op. cit.*, p. 3.

⁶⁸² Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, vol. 18 / 99, 2000, p. 49-72, p. 63.

⁶⁸³ Roger Odin, *Ibidem*, p. 61.

d'âge, par exemple, on pourrait noter des résultats différents⁶⁸⁴. Odin par ailleurs considère que

*« L'insistance sur le rôle des contraintes externes dans le processus communicationnel est essentielle. Le spectateur construit bien le texte, mais il le fait sous la pression de déterminations qui le traversent et le construisent sans qu'il en ait le plus souvent conscience. Le spectateur n'est ni libre ni individuel : il partage, avec d'autres, certaines contraintes. »*⁶⁸⁵

Odin inclut aussi comme contrainte, par exemple, les contraintes liées à l'éducation (la façon dont on doit se comporter dans une salle de concert) ou liées aux habitus professionnels, les contraintes intertextuelles et les contraintes psychanalytiques, entre autres⁶⁸⁶.

L'environnement et l'espace où l'individu se trouve sont également très importants pour déterminer sa façon de se comporter. Sur le modèle sémio-pragmatique, Odin illustre comment l'individu ou le récepteur, qu'il appelait (R), peut obtenir l'information souhaitée à partir du contexte de l'espace où il se trouve. Selon Odin,

« Le modèle que je suggère de construire pose une séparation radicale entre l'espace de l'émission et l'espace de la réception : lorsque, dans l'espace de l'émission, un Émetteur (E) donne naissance à un Texte (T), dans l'espace de la réception, ce texte se trouve réduit à un ensemble de vibrations visuelles et/ou sonores (V) à partir desquelles le Récepteur (R) produira un texte (T') qui a priori ne saurait être identique à (T). Il s'agit donc d'un modèle de non-communication.

⁶⁸⁴ Dans cette perspective, Odin renvoie à l'ouvrage de Janet Staiger, qui « explique la façon de se comporter face à un film en énumérant toute une liste de contraintes : âge, race, ethnie, sexe biologique, préférence sexuelle, identité nationale, métier ». Roger Odin, *Les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique (op. cit.)*, p. 38. Janet Staiger. *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*, New York, New York University Press, 2000.

⁶⁸⁵ Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », (*op. cit.*), p. 54.

⁶⁸⁶ Ces divers types de contraintes sont relevés par Janet Staiger dans l'ouvrage *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*, cité par Roger Odin, *Les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique (op. cit.)*, p. 38.

Remarque : cette position ne contredit pas l'affirmation de Paul Watzlawick (1972) selon laquelle « on ne peut pas ne pas communiquer ». Ce que veut dire le théoricien de Palo Alto, c'est qu'on ne peut pas ne pas émettre de signaux. Cela ne signifie nullement que ces signaux soient correctement interprétés par ceux qui les perçoivent. »⁶⁸⁷.

Selon Émilie Bouillaguet, la sémio-pragmatique est tout d'abord pessimiste, lorsque celle-ci impose un postulat de *non-communication*, mais ce modèle « donne en réalité les clés d'une analyse de la communication »⁶⁸⁸. De plus, « la sémio-pragmatique est un modèle heuristique » au sens où on ne cherche pas à savoir si elle est vraie ou non « mais qu'on adopte seulement à titre provisoire comme idée directrice dans la recherche des faits »⁶⁸⁹. Odin suggère que le modèle de la *non-communication* pose une séparation radicale entre « l'espace d'émission » (E) et « l'espace de réception » (R). Pour une salle de spectacle, par exemple, il est possible « de construire le contexte comme un espace dans lequel l'actant (R) sera positionné en « spectateur », par opposition au contexte scolaire où (R) est positionné en « apprenant » ou au contexte familial dans lequel il est positionné comme « membre de la famille » »⁶⁹⁰.

Une priorité méthodologique du modèle sémio-pragmatique est l'« espace de communication ». Ainsi, il est important de délimiter *a priori* cet « espace » dans la tentative de formaliser le contexte. Odin considère la définition suivante : « un espace de communication est un espace à l'intérieur duquel le faisceau de contraintes pousse les actants (E) et (R) à produire du sens sur le même axe de pertinence »⁶⁹¹. D'autre part, la communication est plus facile si les actants, l'émetteur (E) et le récepteur (R), ont une communication plus pertinente entre eux. On recherche cette communication idéale notamment dans les films publicitaires.

⁶⁸⁷ *Ibidem*, p. 18-19.

⁶⁸⁸ Émilie Bouillaguet, *op. cit.*, p. 3.

⁶⁸⁹ Roger Odin, *Ibidem*, p. 19.

⁶⁹⁰ *Ibidem*, p. 21.

⁶⁹¹ *Ibidem*, p. 39.

Odin enrichit le débat sur l'esthétique de la réception des films et suggère l'existence de différents publics. Il défend la thèse selon laquelle le même film peut être vu de différentes façons, selon les conditions de projection, le contexte dans lequel les écrans sont insérés et les caractéristiques du public qui les regarde. Dans ces conditions, l'auteur a construit un modèle qui contribue à la découverte de l'image en mouvement et qui permet de poser un certain nombre de questions importantes pour l'analyse du film, le modèle sémio-pragmatique.

2.2. Les significations socioculturelles attribuées aux images de poche

Pour la société, le film revêt de multiples facettes et des modes de lecture différents. Il peut être art, divertissement, industrie, culture, récit, langage, dispositif, instrument, moyen, idéologie, poésie, production, émotion, rêve, objet, distraction, etc. Il peut également être classé comme historique, documentaire, commercial, éducatif, expérimental, entre autres. Il peut être inséré dans des domaines divers tels que l'éducation, la psychologie, la propagande, ainsi que dans le champ social et culturel. Ou alors il peut être analysé comme *machine économique-productive* de l'appareil, *machine psychologique* (psychanalytique et sémiotique) du spectateur et *machine paratextuelle* (linguistique) du discours sur le film, comme le suggère Metz⁶⁹².

Toutes ces aspects sont importants, car ils ne se rapportent pas seulement aux simples dénominations ou aux lectures sur les films, mais aussi aux différents prismes sous lesquels la société contemporaine les considère. Ce qui est intéressant, ce sont les séries de différents « regards » consacrés aux films. Ce sont des expériences personnelles et des souvenirs qui viennent s'ajouter à l'image. Probablement la société a-t-elle besoin de quelques repères pour l'aider à regarder

⁶⁹² Cité par Monica Fantin dans son article. Cf. Monica Fantin, « Cinema e imaginário infantil: a mediação entre o visível e o invisível », *Educação e Realidade*, vol. 34 / 2, 2009, p. 205-233, p. 206. L'auteur se réfère ici au livre de Christian Metz, *Le signifiant imaginaire*.

ces images. Ces repères viennent souvent à travers le point de vue des autres, comme celui des critiques professionnels. Dans les différents arts, ces critiques créent des terminologies différentes et des codes pour identifier visuellement un style artistique particulier, ainsi que les caractéristiques particulières des artistes⁶⁹³. Mais, ce sont également eux qui définissent la microsphère artistique comme l'a démontré Raymonde Moulin dans ses différents ouvrages⁶⁹⁴.

Ces repères sont également importants pour les questions de coexistence et de comportement social. La société dont fait partie l'être humain met des « limites » aux manières de penser et d'agir de celui-ci. Ainsi, il est entraîné à vivre certaines situations dans des environnements ou des rapports où il est limité par des contraintes, par exemple de la vie familiale et de la bonne éducation, comme le suggère Odin⁶⁹⁵. Toutes ces questions de comportement contribuent à la façon dont on regarde et on donne du sens à une image.

Il est important de remarquer que le spectateur n'est pas réellement libre pour interpréter un film. La compréhension par le public est aussi régie par les déterminations externes du film, c'est-à-dire, dans l'espace social. Les spectateurs partagent certaines impositions sociales et ces impositions changent dans le temps et l'espace où elles s'inscrivent. Dans le cinéma, ces impositions proviennent par exemple du moment où l'on prend connaissance du genre où est catégorisé le film : film de fiction, film documentaire, film pédagogique, film de famille, film expérimental, film d'art, entre autres. Ainsi, quand on voit un film catégorisé comme « film de fiction », ou comédie romantique, ou drame, on associe immédiatement des sens et des affects à ce film. La catégorisation du cinéma en différents genres active

⁶⁹³ Claudia Lambach, *Cinema de Bolso: Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, -op. cit., p. 63.

⁶⁹⁴ Voir par exemple les ouvrages : Raymonde Moulin. *Le marché de la peinture en France*. Paris, Éditions de Minuit, 1967, 612 p., (Le Sens commun), Raymonde Moulin avec la collaboration de Pascaline Costa. *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris : Flammarion, 1992, 423 p.

⁶⁹⁵ Roger Odin, *idem*, p. 22-23.

donc différents répertoires émotionnels, sociaux et culturels, dans chaque individu ou spectateur qui est un milieu par lequel passe une série de déterminations

On est amené par le regard et la pensée à voir à partir de concepts préétablis, et en ce qui concerne l'art, la société et l'environnement, en les reconnaissant. Alors, pour regarder une image, on doit s'appuyer sur les informations personnelles conservées à travers les filtres des influences culturelles et sociales, qui attribuent des significations à chaque situation vécue. Le contexte socioculturel influence non seulement le regard du spectateur, mais aussi les perspectives techniques, idéologiques, esthétiques et narratives du cinéma.

À ses débuts, le cinéma était défini dans son rapport avec les autres arts comme la peinture, la musique et la poésie. À partir de l'étude de la sémiotique, le cinéma sera discuté en examinant la manière dont les films sont compris, tout en tenant compte de leurs moyens de production et de leurs aspects financiers. Pour Odin, la théorie sémio-pragmatique montre les mécanismes de signification des films, en considérant leur contexte socioculturel. En d'autres termes, cette réflexion rassemble l'analyse des signes, de l'auteur, du spectateur, et aussi de l'ensemble du contexte qui entoure la réception. On doit donc prendre en compte, non seulement l'existence de différents publics mais encore le fait que le même film peut être vu sous de nombreux « regards », selon les contextes et les groupes auxquels les publics appartiennent.

2.3. Les spectateurs du cinéma de poche : un public différent de celui du cinéma traditionnel ?

Selon Odin, dans sa déclaration⁶⁹⁶ sur le cinéma de poche lors du *Festival Pocket Film* en 2009, les spectateurs de ces films constituent un public différent de

⁶⁹⁶ Roger Odin « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin », article publié sur le site du *Festival Pocket Films*, mai 2009 [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1114>]. Consulté le 24 août 2015.

celui du cinéma. Ils sont davantage réflexifs, ils peuvent créer leurs propres films et facilement changer leur position en tant que spectateur. L'auteur croit que grâce à l'arrivée des films de poche le spectateur peut voir le film différemment, y remarquer les questions techniques, technologiques et instrumentales, et s'interroger sur l'outil employé pour tourner des films.

L'une des meilleures définitions du cinéma, et des plus employées, est que le cinéma est une production faite pour la visualisation dans une salle sombre, collectivement, devant un grand écran. Cependant, toutes les productions cinématographiques ne sont pas destinées à ce type d'environnement, ce qui permet aussi la visualisation dans des espaces domestiques, sur un écran de télévision, sur des ordinateurs, ou encore la visualisation directe sur l'écran d'un téléphone mobile. La question qui préoccupait Odin, à l'occasion du *Festival Pocket Film*, est « *le spectateur des films faits sur portable dans la perspective d'être vus comme du « cinéma»* »⁶⁹⁷. Quand le spectateur est informé sur le genre de film qu'il va voir, il y a un changement dans son mode de réception. Ainsi, lorsque le spectateur est prévenu, il abandonne sa façon habituelle d'éprouver le cinéma pour enfin regarder des films de poche⁶⁹⁸. Le spectateur voit des images produites pour les petits écrans, fabriquées à partir d'une caméra de téléphone mobile, qui produit aussi des images de mauvaise qualité. Ces images le renvoient souvent à un contexte amateur.

La question des films amateurs et aussi des films de famille est importante pour pouvoir discuter les films de poche (à savoir ceux qui sont réalisés en tant que films, et non toutes les vidéos qui peuvent être vues sur un écran mobile). Dans certains cas, ces films sont réalisés par des artistes inexpérimentés qui capturent des images dans des moments intimes, et donc, on suppose que les films de poche sont aussi des films amateurs. Ce type de films a été souvent considéré par les critiques et les spécialistes comme étant hors d'un contexte artistique, sans valeur esthétique,

⁶⁹⁷ *Ibidem*.

⁶⁹⁸ Le *cinéma p*, comme l'a suggéré Odin, dans son texte « Quand le téléphone portable rencontre le cinéma », in : *Téléphone mobile et création*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, Paris, Armand Colin, 2014, p. 37-53, p. 45.

présentés dans des environnements très spécifiques. Ces environnements font également partie du cinéma de poche. La grande majorité de ces films sont personnels, mais ne sont pas forcément visualisés uniquement dans des environnements restreints. Les films de poche peuvent également être insérés par exemple sur des plates-formes grand public comme *YouTube* ou dans des sites spécialisés qui visent à montrer ce type d'art. Ainsi, le réalisateur mobile amateur peut construire une narrative et la diffuser gratuitement sur le réseau. Il s'agit d'une caractéristique très particulière du cinéma de poche.

Cependant, il existe aussi des films mobiles qui sont réalisés par des professionnels du cinéma. Les réalisateurs et réalisateurs mobiles interviewés dans cette thèse sont d'ailleurs presque tous des professionnels dans le domaine du cinéma ou de la photographie. Presque tous ont dit qu'à un certain moment ils ont exploité la caméra du téléphone mobile par curiosité, esprit innovant ou afin de réduire les coûts de production du film. Autant que les amateurs, les professionnels sont effectivement présents dans la réalisation de films mobiles, et ils ont des attitudes semblables lors du tournage. Il est même possible de voir des longs métrages qui sont tournés entièrement avec des téléphones mobiles⁶⁹⁹, comme nous l'avons mentionné auparavant (*cf. les chapitres 1 et 2 de cette 2^{ème} Partie*).

En ce qui concerne le contexte l'esthétique des films de poche, il est intéressant de noter que, parfois, la mauvaise qualité des images du film suggère qu'ils sont authentiques. En outre, l'utilisation d'une caméra peu professionnelle peut parfois décevoir le spectateur, mais peut aussi l'amener à observer le travail de l'artiste, en s'interrogeant sur ce qu'il a voulu montrer avec ces images et en réfléchissant sur un sujet important à l'égard de cet art : le regard du réalisateur mobile.

⁶⁹⁹ Comme par exemple *Olive* (2012 - de Hooman Khalili et Pat Gilles), *The Affair* (2014 – de Craig Ross Jr.), *Tangerine* (2015 – de Sean Baker), *Unsane* (2018 – de Steven Soderbergh), déjà cités auparavant.

Selon Odin, pour le spectateur de cinéma en général, peu importe quels ont été la technique ou l'appareil utilisés dans le tournage. Odin remarque ainsi :

« Mais voir un film en pensant qu'il est fait sur un portable n'est pas une opération « naturelle » pour un spectateur de « cinéma » ; le spectateur de « cinéma » ne se pose que très rarement la question de la technique, encore plus rarement la question de l'outil qui a servi à faire le film, et, bien évidemment, jamais la question du téléphone portable... »⁷⁰⁰

Mais, on peut observer que la présence de l'utilisation de la caméra du téléphone mobile dans les films de poche est le plus souvent évidente. Odin suggère⁷⁰¹ que, pour comprendre ces films, il faut analyser : le niveau technique, où on remarque la bonne ou mauvaise qualité des images, compte tenu de leur pixellisation, le format de l'appareil de téléphone portable, celui-ci étant un facteur important pour sa position par rapport aux caméras de grande taille, la fonctionnalité de l'appareil, en considérant que la téléphonie est sa principale fonction, et que le mobile est considéré comme un objet social qui fait partie de la vie quotidienne de la société contemporaine.

Nous pensons qu'il est possible de déterminer les différents rapports entre l'œuvre et le spectateur à partir de ces concepts théoriques. En ce qui concerne le cinéma de poche, objet de notre réflexion, nous pouvons dire que, de même que pour le cinéma traditionnel, le spectateur du cinéma de poche et les réalisateurs mobiles sont influencés par le contexte et les contraintes de la société dans laquelle ils s'insèrent. Ainsi, nous employons pour l'analyse des films de poche les lignes directives du modèle sémio-pragmatique qui nous aide à établir le rapport entre l'image et le spectateur et s'il y a un rapprochement avec le cinéma traditionnel.

⁷⁰⁰ Roger Odin « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin », *op. cit.*

⁷⁰¹ *Ibidem.*

3. Comprendre un film de poche

Roger Odin observe que le cinéma de poche renvoie à deux catégories différentes, à savoir, les « *films conçus pour le portable* », faits pour être vus sur un portable, et les « *films conçus en pensant portable* », où le portable est un outil de tournage⁷⁰². Il est possible de distinguer nettement deux différentes possibilités que cette expression artistique offre : la visualisation de films à partir d'un petit écran (de films faits ou non pour cet écran) et la réalisation à partir d'une caméra mobile. Ce sont les films tournés avec un téléphone mobile qui nous intéressent plus spécifiquement, mais d'autres contextes d'utilisation de l'écran du téléphone mobile existent, comme voir des images sur le téléphone mobile, et nous ne pouvons laisser de le mentionner.

Odin distingue le cinéma fait pour le mobile (portable) du cinéma qui appartient à ce qu'il appelle « *l'espace de communication cinéma* », et suggère de l'appeler « *le cinéma p* »⁷⁰³, en mettant en évidence trois grands groupes pour le *cinéma p*. Le premier groupe concerne les *mobisodes*, qui sont des séries qui existent déjà pour la télévision. Les séries sont traitées et découpées en mini-épisodes de courte durée pour s'adapter au mobile (portable). Le second groupe correspond aux séries originales. Enfin, le troisième groupe concerne des productions en général brèves qui peuvent être tournées avec les caméras les plus diverses. Ce dernier groupe possède la caractéristique de présenter une grande diversité de réalisateurs : des cinéastes professionnels, mais aussi très souvent des amateurs et des artistes qui n'étaient pas cinéastes au départ. Les productions sont tournées pour circuler sur internet et par conséquent pour être vues sur différents types d'écrans, ordinateurs ou appareils mobiles.

⁷⁰² Voir Roger Odin, « Quand le téléphone portable rencontre le cinéma », in *Téléphone mobile et création*, (op. cit.), p. 45-49.

⁷⁰³ *Ibidem*, p. 45.

3.1. Les petits écrans et les petits tableaux⁷⁰⁴

Aujourd'hui, dans notre société largement équipée de téléphones mobiles, il est fréquent de regarder des images à partir d'un petit écran. On peut se demander comment cela se produit alors qu'il existe une tendance à la production abondante d'écrans visant de plus en plus la qualité de l'image – et un marché prospère autour de cette production –, où investir dans des télévisions avec des écrans sophistiqués de haute définition et de grande taille semble correspondre au désir de voir une image la plus proche de la réalité. Est-ce une contradiction de la société contemporaine ?

Il existe selon nous l'analogie entre la taille des tableaux en peinture et la taille des écrans pour le cinéma de poche. En effet, dans l'histoire des arts plastiques, on peut remarquer que les tableaux ont aussi eu leurs dimensions réduites à une certaine époque. Les petits tableaux et les miniatures ont été en vogue dans plusieurs pays, par exemple aux Pays-Bas à partir du milieu du XV^e siècle. La haute société hollandaise de l'époque habituée à de grandes toiles a progressivement commencé à changer d'intérêts et à privilégier un usage privé de petits tableaux à accrocher sur les murs des demeures⁷⁰⁵. Au cours des siècles suivants, certaines œuvres, comme celles de l'artiste hollandais Johannes Vermeer et de l'allemand Caspar David Friedrich, illustrent aussi cette tendance. En revanche, dans la peinture italienne de la Renaissance, ce sont des œuvres de grande dimension comme celles de Michel-Ange et de Léonard de Vinci qui dominent. En rapportant ces exemples au cinéma de nos jours, on peut dire que le plafond de la chapelle Sixtine offre au spectateur une expérience pour le champ visuel très similaire à celle qu'il peut avoir face à un écran géant d'une salle de cinéma. La taille de l'image est parmi les éléments clés de la relation que l'observateur établit entre son propre espace et celui de l'image. Les œuvres de grandes dimensions obligent « *le spectateur non seulement à en voir la*

⁷⁰⁴ Ces réflexions ont été tirées de la recherche de master sur le cinéma de poche. Cf Claudia Lambach, *Cinema de Bolso: Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, (op. cit.), p. 28-29.

⁷⁰⁵ Alejandro Vergara et Mariët Westermann (collab.), *Vermeer y el interior holandés* Museo del Prado, Madrid, 2003, 259 p., p. 19 (catalogue de l'exposition *Vermeer y el interior holandés*, Museo Nacional del Prado, Madrid, 19 février- 18 mai 2003).

surface, mais à être comme dominé, voire écrasé par elle »⁷⁰⁶. En fait, ce sont des situations pour le champ visuel et la physiologie de la vision humaine qui sont réellement des expériences différentes pour l'œil :

« L'œil, on le sait, est un globe approximativement sphérique, d'un diamètre d'environ deux centimètres et demi, couvert d'une couche en partie opaque (la sclérotique), en partie transparente. C'est cette dernière partie, la cornée, qui assure la plus grande partie de la convergence des rayons lumineux. Derrière la cornée se trouve l'iris, muscle sphincter commandé de façon réflexe, et qui délimite en son centre une ouverture, la pupille, dont le diamètre va de 2 à 8 millimètres environ. (...) Enfin, la lumière qui a traversé la pupille doit encore traverser le cristallin, qui la fait converger plus ou moins. Le cristallin est, optiquement parlant, une lentille biconvexe, à convergence variable ; c'est cette variabilité qu'on appelle l'accommodation. Accommoder, c'est faire varier la convergence du cristallin en le rendant plus ou moins bombé, en fonction de la distance de la source de lumière (pour maintenir l'image nette sur le fond de l'œil, il faut faire d'autant plus converger les rayons que la source lumineuse est rapprochée). C'est encore un processus réflexe, d'ailleurs assez lent, puisqu'il faut près d'une seconde pour passer de l'accommodation la plus proche à la plus lointaine. »⁷⁰⁷

Ainsi, les variations dans les dimensions des peintures peuvent aussi montrer quel type de regard et de champ visuel est privilégié à différents moments de l'histoire des arts. Aumont observe encore que « le livre, la diapositive, l'écran de télévision, aplatissent totalement la gamme des dimensions des images, nous accoutumant indûment à l'idée que toutes les images ont une dimension moyenne »⁷⁰⁸. Cette différence qui apparaît dans le regard en jeu face à des dimensions très différentes de tableaux se retrouve quand on regarde un film sur l'écran d'une salle de cinéma ou sur l'écran d'un téléphone mobile.

⁷⁰⁶ Jacques Aumont, *L' image*, Paris, Colin, 2008 (2^e éd), 248 p., (« Armand Colin cinéma »), p. 105.

⁷⁰⁷ *Ibidem*, p. 9.

⁷⁰⁸ *Ibidem*, p. 104.

3.2. Le contexte du cinéma de poche – L'espace de réception

Les films de poche peuvent être vus dans différents espaces, des espaces privés ou des espaces familiaux, sur des ordinateurs, des tablettes ou des téléphones mobiles ; dans des espaces publics comme les festivals, les clubs de cinéma amateurs, les salles du cinéma, notamment. Pour chacun de ces espaces de réception, il y a un contexte caractéristique qui doit être pris en compte. Odin observe ainsi que

« D'une part, (...) un même film-projection (Image Event, selon la formulation de Sol Worth) donne naissance à différents films-textes en fonction des différents publics auxquels il est donné à voir. D'autre part, (...) les modalités de production de sens dépendent du contexte dans lequel se déroule le visionnement : c'est le contexte qui construit le public. Ce qu'il convient donc désormais de faire, c'est de tenter de comprendre comment le contexte régit la production de sens. »⁷⁰⁹

Il existe un ensemble de contextes qui entoure la réception des films. Un film mobile, par exemple, peut participer d'un festival de films mobiles et les spectateurs sauront que ce film a été tourné par un téléphone mobile. Ainsi, ils vont probablement réfléchir sur la technologie de la caméra, les lentilles utilisées, etc. Mais, si ce même film est vu dans un club de cinéma amateur, les spectateurs de ce club auront un autre regard. Ils seront plus critiques vis-à-vis de la qualité des images et la technique utilisée, et la discussion entre les membres du club de cinéma amateur tournera autour de la technique utilisée par le réalisateur. Dans ce cas, selon Odin, *« le public du cinéma amateur fonctionne sur le mode esthétique avec une conception techniciste liée à sa relation (imaginaire) avec les professionnels (l'obsession du cinéaste amateur est de « faire pro ») »⁷¹⁰*. Mais, si ce même film est vu sur internet,

⁷⁰⁹ Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », *Réseaux*, vol. 18, 2000, p. 49-72, p. 63. Odin explique dans ce même article que l'ethnologue Sol Worth (Sol Worth, « The Development of a Semiotic of Film », *Semiotica*, Volume 1 (3), 1969, p. 282–332) appelle *Image Event* « le film considéré comme ensemble de vibrations lumineuses et éventuellement acoustiques » (Roger Odin, *Idem*, p. 53).

⁷¹⁰ *Ibidem*, p. 62.

où l'on peut voir et revoir différents films, les sauvegarder sur l'ordinateur, les laisser de côté pour les voir après, faire des pauses pendant la visualisation, etc., il sera vu d'une toute autre manière. Par ailleurs, on peut également sur les plates-formes de vidéos et sur les réseaux sociaux donner son opinion sur les films.

Odin observe d'après nombre de théoriciens que :

« le « cinéma », c'est la partie des productions cinématographiques faites pour être vues en salle sur grand écran. C'est d'ailleurs très largement cette définition qui fonctionne dans l'imaginaire social : aller au cinéma, c'est aller voir un film en salle sur grand écran. On notera toutefois que cette définition du « cinéma » laisse de côté un grand nombre de productions cinématographiques qui ne sont pas destinées à la salle de cinéma : les films de famille, les films médicaux, les films pédagogiques, les films faits pour la télévision..., ainsi que les films désormais faits pour être vus directement sur portable. »⁷¹¹

En revanche, l'espace cinéma de poche inclut en général les différents écrans et également le grand écran.

Selon Odin, le spectateur de films mobiles est conduit à voir le cinéma « traditionnel » autrement en posant « *des questions sur le « faire », sur la technique* » des films qui constituent le « *cinéma-fait-avec-un-téléphone-portable* »⁷¹² ou cinéma de poche, comment nous avons choisi de l'appeler. Le spectateur de contenus mobile, le « *Pocket Film Spectateur* » selon Odin, est un spectateur réflexif et analyste⁷¹³.

Face à cette nouvelle façon de faire du cinéma, où les caméras (numériques) mobiles jouent le rôle d'appareil réalisateur de films, est apparu un mode de lecture qui s'insère parmi les autres modes de production de sens : *mode fictionnalisant*,

⁷¹¹ *Ibidem.*

⁷¹² Roger Odin « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin » (*op. cit.*).

⁷¹³ *Ibidem.*

*mode spectacularisant, mode documentarisant, mode esthétique, etc.*⁷¹⁴. Il s'agit du « *mode digital* »⁷¹⁵.

3.3. Principes de la démarche pour l'analyse des films mobiles

Nous partons du principe que la réception filmique des films de poche doit être envisagée d'un point de vue sémio-pragmatique, c'est-à-dire, à travers un rapport entre les aspects théoriques et méthodologiques de la sémiologie et de la pragmatique. Dans ce modèle, l'analyse part du contexte et des contraintes qui sont importants pour orienter le spectateur sur la façon dont le film doit être « lu »⁷¹⁶ et qui dialoguent avec le cinéma de poche.

Pour donner un exemple d'analyse des films de poche, nous avons pris comme critère l'opinion du public dans une liste de films où figure le nombre de visualisations sur la plate-forme *YouTube* (cf. Annexe 5). Ainsi, nous avons sélectionné dans notre corpus filmique de films tournés avec le téléphone mobile le film *Dot* (2010), de Sumo Science (Ed Patterson et Will Studd⁷¹⁷), parce que c'est celui qui présente le nombre le plus élevé de visualisations (en février 2015, ce film avait dépassé les trois millions de visualisations (3 401 937) enregistrées sur *YouTube*, comme nous l'avons mentionné auparavant (cf. le Chapitre 2 de cette deuxième Partie de la thèse). Ce sera important pour que nous puissions « analyser l'expérience d'un travail de production textuelle en contexte »⁷¹⁸.

⁷¹⁴ Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », (*op. cit.*), p. 59.

⁷¹⁵ Roger Odin « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin » (*op. cit.*),

⁷¹⁶ Roger Odin, *Les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique*, (*op. cit.*), p. 23.

⁷¹⁷ Voir le site de SumoScience : <http://cargocollective.com/sumoscience/INFO>. (Consulté le 25 janvier 2018). On peut voir le film en ligne sur la plate-forme *Vimeo* (« Nokia 'Dot' » : <https://vimeo.com/15055444>), ainsi qu'un montage des photos de tournage (« Nokia 'Dot' Time-lapse » : <https://vimeo.com/15220209>) et le making-of du film (« The Making Of Nokia 'Dot' » : <https://vimeo.com/15056338>). Consulté le 20 avril 2018.

⁷¹⁸ Roger Odin, *Idem*, p. 123.

Nous avons fondé notre étude sur l'hypothèse que le cinéma de poche présente des caractéristiques très particulières qui sont la conséquence de sa technologie et de son exploitation créative. De plus, l'image du cinéma de poche est proche de l'image du cinéma traditionnel d'un point de vue sémiologique. En tout état de cause, comme pour le cinéma traditionnel, on peut dire que le cinéma de poche s'insère également dans différents contextes.

Ainsi, nous proposons d'étudier la réalisation et la lecture du film *Dot* à partir de l'analyse des différents modes de production de sens et d'affects. Nous conduirons notre analyse en deux étapes :

La première étape consiste à relever l'indication externe du film, à savoir, les informations pertinentes sur le genre du film, s'il s'agit d'un film de fiction, ou d'un documentaire, etc. Une autre indication externe peut venir du fait qu'il ait participé ou non à des festivals thématiques comme les festivals de films mobiles.

Ensuite, la deuxième étape consiste à évaluer la capacité de comprendre du spectateur, son regard cognitif⁷¹⁹. De cette façon, il est possible de reconnaître outre les « *contraintes exercées universellement sur l'actant* » (reconnaissance automatique de l'information chez l'être humain, attrait pour le genre narratif), ce qui peut sembler plus difficile : les « *contraintes propres à chacun : cultures, usages sociaux, âge, sexe, métier, éducation, psychologie...* »⁷²⁰. Dans ce cas, il semble favorable d'inscrire « *les contraintes dans le message lui-même, en espérant que les destinataires repéreront l'axe de pertinence que l'Émetteur souhaite voir adopter : c'est la méthode de l'audience segmentée (segmented audience) qui consiste à cibler un public spécifique* »⁷²¹ et qui est employée pour vendre un produit, sonder une opinion, faire une enquête, etc.

⁷¹⁹ Odin observe que « *Ce sont essentiellement les cognitivistes qui ont mis en évidence ces contraintes. Les cognitivistes insistent sur tout ce qui fait qu'un homme est un homme, sur le fait que notre appareillage perceptif et neuronal est très largement le même depuis des milliers d'années et que c'est ce même appareillage qui est aujourd'hui partagé par tout être humain.* ». *Ibidem*, p. 25.

⁷²⁰ Émilie Bouillaguet, *Ibidem*, p.2.

⁷²¹ Roger Odin, *Ibidem*, p. 39.

Émilie Bouillaguet observe qu'ainsi l'analyse vise à identifier les processus de *mobilisation* par les actants de ces contenus linguistiques, socioculturels ou référentiels dans le langage, et « *alors la production de sens n'est plus qu'un simple décodage* », elle est « *régie par une multitude de processus possibles, qualifiés de « modes »*. Les « *modes* » sont une façon de classifier et d'identifier les « *processus de production de sens* ». Ils mettent à jour l'« *expérience communicationnelle* » vécue dans l'espace de communication. »⁷²²

Odin suggère quelques questions générales pour orienter l'analyse que nous allons adopter comme référence pour l'analyse des films mobiles :

- « *Quel/s type/s d'espace/s ce texte me permet-il de conduire ?*
- *Quelle/s sorte/s de mise/s en forme discursive accepte-t-il ?*
- *Quelles relations affectives est-t-il possible d'instaurer avec le film ?*
- *Quelle structure énonciative m'autorise-t-il à produire ?* »⁷²³

On remarquera que pour cette analyse, nous jouons un rôle particulier dans l'espace de communication du cinéma de poche. En effet, nous sommes ici une observatrice insérée dans l'intersection entre l'*espace d'analyse* et l'*espace universitaire*. De plus, dans cette analyse, l'*espace du spectateur* doit être aussi considéré, puisque nous sommes également une spectatrice qui a déjà vu les films avant ce travail d'analyse.

3.4. Analyse du film de poche *Dot*

Le film mobile *Dot* (2010) est un film américain réalisé par Ed Patterson et Will Studd (*Sumo Science*) coproduit par *Aardman Animations*, *Wieden & Kennedy* et *Nokia*. Il s'agit d'un court-métrage d'animation (durée 1min 37s) en couleurs, dont l'héroïne principale est une petite fille de 9mm qui se bat dans un monde

⁷²² Émilie Bouillaguet, *Ibidem*, p. 3.

⁷²³ Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », *op. cit.*, p. 56.

microscopique. *Dot* a été tourné entièrement avec un téléphone mobile *Nokia N8* et les réalisateurs ont opté pour l'utilisation de la technique image par image (*stop-motion*). *Dot* a remporté la médaille d'or de la meilleure animation au *British Arrows Craft Awards*, *Young Director Award* à Cannes 2011, *Guinness World Records for Smallest stop-motion animation character in a film* et *Webby Award for People's Voice Award in the Animation* (2011).

3.4.1. La construction de l'objet de l'analyse

D'abord, nous avons procédé à l'organisation de notre objet d'analyse filmique, le film *Dot*, en plusieurs parties. Nous avons opté pour la méthode de segmentation proposée par David Bordwell et Kristin Thompson afin de dessiner les bases de la structure du film⁷²⁴. Nous avons ainsi pu observer le développement du film et les moyens employés pour passer d'une partie à une autre dans la suite de séquences du film.

L'histoire est en résumé celle d'une petite fille qui court pour échapper à quelque chose qui lui fait peur. Au long de son parcours, de nouveaux décors apparaissent face à elle et avec chacun de ces décors, de nouvelles possibilités de fuite. Ainsi, les grands changements dans le monde fantastique de la petite fille se produisent en raison des changements de décors. C'est pourquoi nous avons pour la segmentation du film choisi des parties correspondant chacune aux décors successifs du film. Nous avons dénombré douze parties principales, comportant chacune des sous-parties. Les sous-parties sont liées spatialement : par exemple, la petite fille dort tranquillement ; soudain, elle entend un bruit et se lève en regardant à sa gauche (segmentation 2a et 2b), etc.

⁷²⁴ Cf. David Bordwell, Kristin Thompson et Cyril Beghin, *L'art du film*, Bruxelles, De Boeck Université, 2009, p. 116-117.

Segmentation

1. Générique de début
2. Décor 1 – Fond du décor avec un tissu écossais à dominante rouge
 - a. La petite fille dort tranquillement.
 - b. Soudain, elle entend un bruit et se lève en regardant sur sa gauche.
3. Décor 2 – Le décor 1 disparaît progressivement et laisse la place à un fond blanc
 - a. Le décor (tissu) commence à être détruit et il vient dans sa direction.
 - b. La petite fille apeurée s'enfuit désespérément.
4. Décor 3 – Fond du décor avec des billets de banque
 - a. La petite fille saute sur trois monnaies qui tournent.
 - b. Elle s'arrête et observe.
5. Décor 4 – Fond du décor avec un tissu fleuri
 - a. La petite fille attend que les quatre têtes d'épingle se montrent.
 - b. Elle saute sur chaque tête d'épingle jusqu'à ce qu'elle arrive à un mètre à ruban.
6. Décor 5 – Fond du décor avec des cristaux
 - a. La petite fille fuit les blocs de cristaux qui tombent derrière elle.
 - b. Elle s'arrête.
7. Décor 6 – Fond du décor avec un tissu en jean
 - a. La petite fille regarde en arrière.
 - b. Elle saute sur le dos d'une abeille et elles s'envolent.
 - c. Elles passent au-dessus la mer où les poissons sautent hors d'eau.
 - d. La petite fille et l'abeille volent plus haut et elles passent à côté de divers objets (crayon, clés, etc.)
 - e. Elles volent au milieu des nuages.
 - f. Tout à coup, une forte tempête arrive.
 - g. La petite fille tombe du dos de l'abeille.
8. Décor 7 – Fond du décor à fleurs

- a. La petite fille prend un bouquet de fleurs et elle l'utilise ensuite comme parachute.
 - b. Elle tombe sur une feuille.
 - c. La petite fille regarde à gauche et voit le « décor détruit » qui vient à sa rencontre.
 - d. Et de nouveau, elle doit s'échapper.
9. Décor 8 – Fond du décor en tissu bleu
- a. La petite fille passe à côté de quelques outils, ainsi que des clous, des vis et des écrous.
 - b. Elle regarde à gauche et cherche où se trouve le décor.
 - c. La petite fille regarde sur sa droite et prend deux clous.
 - d. Elle attend que le « décor détruit » arrive sur elle pour l'attaquer.
 - e. Elle se défend avec les deux clous.
10. Décor 9 – Fond du décor blanc
- a. Tout à coup apparaît un tas de bouts de fils de laine provenant du décor détruit.
 - b. La petite fille se retrouve dans une situation désastreuse.
 - c. Elle disparaît dans l'emmêlement des fils de laine.
 - d. Le spectateur ne voit que les deux clous et les fils de laine.
11. Décor 10 –Fond du décor blanc
- a. Soudain, la petite fille surgit au milieu de la boule de fils en train de tricoter une couverture avec les fils de laine.
 - b. Ensuite, la petite fille se couche et se protège avec sa couverture.
 - c. Les deux clous (les aiguilles à tricoter) sont au-dessous de la petite fille.
 - d. Enfin, de nouveau, la petite fille dort tranquillement.
12. Générique de fin

Forme filmique et analyse des signes

Ce film d'animation se passe dans un endroit fantastique et microscopique. Comme nous l'avons dit, chaque partie de la segmentation correspond à un décor différent. Au début du film, la petite fille dort, et au moment où elle se réveille, elle remarque qu'elle se trouve dans un décor qui commence à être détruit. L'objectif de la petite fille est alors de fuir de la situation chaotique qui se rapproche, pour retourner à la situation tranquille du début du film. Ainsi, après le décor 1, la petite fille cherche des moyens de retrouver un lieu idéal, un lieu analogue au début du film (le décor 1). Le film se déroulant à partir de l'espace où se trouve la petite fille. Elle parcourt tout le décor proposé par les réalisateurs jusqu'à la fin du film. Elle s'enfuit désespérément de chaque scène selon toute vraisemblance dangereuse. Pendant son parcours, la petite fille compte sur l'aide de certains objets et d'une abeille. Son monde tire à sa fin et elle a besoin de courir pour sauver sa peau. La fillette décide donc d'affronter son terrible adversaire pour retrouver la tranquillité du début, dans sa « maison ».

Le court-métrage *Dot* présente une forme narrative linéaire à travers les relations causales entre les événements qui se déroulent dans le temps et dans l'espace. De plus, *Dot* suscite la curiosité et la surprise du spectateur, et l'ensemble des relations entre tous les éléments visuels provoque l'émotion du public. Ainsi, le récit se construit avec chaque nouvelle situation que la petite fille doit affronter. On veut que la fillette échappe à la situation dangereuse dans laquelle elle se trouve. Il se crée un effet de suspense, un doute réel chez le spectateur qui se demande si elle va réussir à se sauver à la fin du film.

3.4.2. Le contexte du texte filmique

La réception du film *Dot* a lieu exclusivement à partir de sites internet et de plates-formes de téléchargement de vidéos comme *YouTube* ou *Vimeo*, ce qui diffère du mode de réception en général du cinéma traditionnel. Il s'agit d'une

caractéristique, ou d'un contexte, très particulière du cinéma de poche comme nous l'avons déjà mentionné dans ce chapitre⁷²⁵.

Ainsi, l'analyse du contexte dans ce *mode digital* de réception, ou de lecture, est faite en deux étapes où on examinera successivement l'indication externe du film et le regard cognitif du spectateur.

L'indication externe du film et la qualité technique

Au moment de son lancement, le film *Dot* a été divulgué dans les médias. Certains reportages suggéraient de voir également le *making-of* du film de fait de la prouesse technique que représentait ce travail⁷²⁶. Cela a contribué à ce que les aspects techniques et technologiques du film soient considérés également par le spectateur non professionnel. Bien entendu, il existe pour presque tous les films un *making-of*, ce qui n'est en rien différent pour *Dot*. Mais, d'une part, ces *making-of* ne sont pas toujours publiés, et ici, toute la publicité autour du film a été bâtie à partir des aspects intéressants de la technologie employée pour sa réalisation. Ce point a été fondamental pour que le spectateur soit induit à regarder le film dans une perspective technologique et notamment pour qu'il voit le téléphone mobile comme une caméra cinématographique, ce qui était l'un des objectifs publicitaires de l'opération...

Dot a été tourné intégralement avec un appareil *Nokia N8* associé à un *CellScope*, un petit microscope portable placé devant l'appareil photo du téléphone portable afin d'obtenir des images d'objets minuscules.

Le projet de ce film a commencé quand l'entreprise *Nokia Corporation* (sponsor du film) a demandé aux deux jeunes réalisateurs, Ed Patterson et Will Studd

⁷²⁵ Cf. la section 3.2. « *Le contexte du cinéma de poche – L'espace de réception* ».

⁷²⁶ Voir l'article en ligne de David M. Ewalt, « Aardman & Nokia Make "Dot," The World's Smallest Film », *Forbes*, 18 octobre 2018 [En ligne : <https://www.forbes.com/sites/davidewalt/2010/10/18/aardman-nokia-make-dot-the-worlds-smallest-film/>]. Consulté le 7 mars 2018.

(*Sumo Science*), d'utiliser la technologie du *CellScope* dans leurs travaux. Le but de *Nokia* était de divulguer l'importance de cette technologie pour la médecine⁷²⁷ et la société. Après ce court métrage, on peut également considérer l'intérêt du *CellScope* comme outil pour le cinéma. Les réalisateurs ont reçu le défi de réaliser le plus petit film au monde, sans toutefois savoir si c'était réalisable. Dans ces circonstances, ils ont choisi le modèle du téléphone mobile *Nokia N8*, parce qu'ils le considéraient comme un excellent appareil⁷²⁸.

Pour assurer la fluidité des mouvements du personnage principal (la petite fille), il a été nécessaire d'en fabriquer cinquante copies, chacune avec une pose différente. Ainsi, les réalisateurs ont pu garantir la véracité des scènes. Pour chaque image, ils ont placé dans le décor une copie de la petite fille dans une certaine pose, ils ont pris le cliché, puis, pour l'image suivante, ils ont remplacé la copie du personnage par une autre dans une autre pose, et ainsi de suite.

Chaque petite copie du personnage mesurait 9 mm de haut (Figure 4). À cette échelle, il aurait été impossible de sculpter les copies de la petite fille. C'est pourquoi les réalisateurs ont dessiné les différentes poses du personnage sur du papier. Ensuite, ils ont donné ces dessins aux modélistes pour une impression 3D des 50 marionnettes-personnages. Ils ont adapté chaque marionnette sur une tige métallique très fine et enfin ils les ont peintes.

Comme pour les autres réalisations cinématographiques, *Dot* a été aussi le résultat d'un travail de coopération. Cette production a fait appel à des artisans modélistes dont le travail a été essentiel dans la réalisation du film. Le sociologue

⁷²⁷ Le *CellScope* est une invention du professeur Daniel Fletcher et son équipe (de l'Université Berkeley de Californie). Il s'agit d'un dispositif d'imagerie microscopique portable, parfait pour diagnostiquer des maladies dans les endroits reculés des pays en voie de développement. « *Dans un village isolé, en Ouganda par exemple, une infirmière peut prendre en photo un échantillon sanguin et l'envoyer à travers le monde pour obtenir un diagnostic d'expert. Une technologie brillante, permettant de diagnostiquer la malaria, capable de sauver des vies.* » (d'après la transcription des interviews figurant dans le *making-of* de *Dot*). Cf. l'article en ligne « *Dot : le plus petit film en stop-motion* », *Strange Stuff And Funky Things*, 17 octobre 2010 [En ligne : <http://ssaft.com/Blog/dotclear/index.php?post/2010/10/17/Dot%3A-le-plus-petit-film-en-stop-motion>]. Consulté le 25 juillet 2015.

⁷²⁸ Il est muni d'une caméra de 12 mégapixels et d'un très bon objectif *Carl Zeiss*.

Howard S. Becker observe dans son ouvrage sur le monde de l'art que les partenariats où artisans et artistes collaborent, et l'arrivée d'artistes avec leurs propres règles et normes parmi les artisans renouvelle l'artisanat en le rapprochant d'autres domaines artistiques⁷²⁹. « *En fait, on voit se constituer un autre monde plus complexe, où coexistent des segments d'artisanat, d'artisanat d'art et d'art.* »⁷³⁰. Ces mondes de l'art et de l'artisanat tendent à devenir tout d'abords stables, mais elles finissent après par se segmenter. Et pour les arts, l'usage de règles et normes peut être un obstacle pour la création artistique. « *Leurs activités commencent à ressembler à un artisanat conventionnel. C'est en ce sens que l'on peut dire qu'un art devient un artisanat.* »⁷³¹.

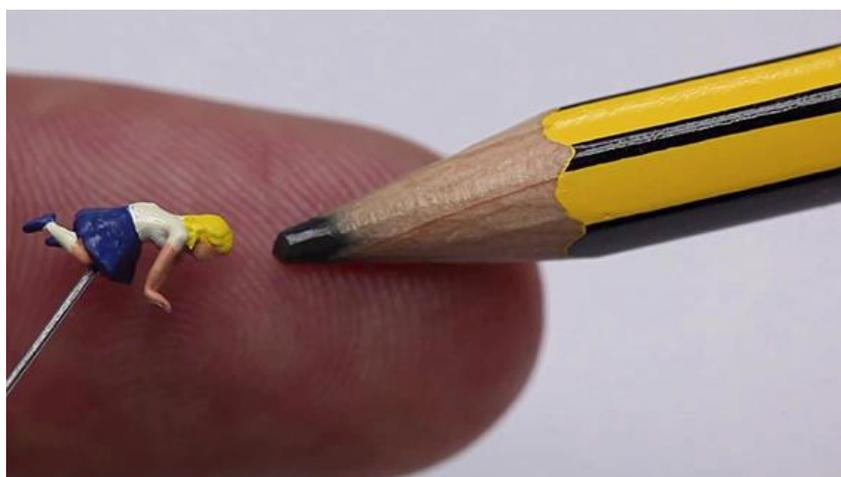


Figure 4 : La taille d'une copie de la petite fille.

L'impression des 50 marionnettes-personnages a été essentielle pour créer l'effet de mouvement du personnage. Dans ce cas, il a été nécessaire d'appliquer des techniques spécifiques de tournage (en stop-motion). Les réalisateurs ont dit que la cadence de tournage était d'environ quatre secondes de film par jour. Ainsi, pour ce

⁷²⁹ Howard S Becker, *op. cit.*, p. 288-290

⁷³⁰ Howard S Becker, *op. cit.*, p. 290

⁷³¹ *Ibidem.*

film d'une durée de 1min 37s, les réalisateurs ont eu besoin de vingt-cinq jours de tournage et ont produit mille images.

Pour le tournage, il a fallu construire un *CellScope* spécial qui puisse s'adapter au téléphone mobile *Nokia N8* (Figure 5), parce qu'avec le *CellScope* original, la focale étant sur le verre de l'objectif, il n'y avait pas de profondeur de champ dont les réalisateurs avaient besoin pour filmer la marionnette. Ceux-ci ont observé : « *On a modifié cette machine pour pouvoir faire défiler le paysage et manipuler nos objets microscopiques via un ordinateur* »⁷³².



Figure 5 : *Le CellScope* monté à l'avant du *Nokia 8* qui a servi pour le tournage de *Dot*.

Dot est un film sans paroles et sans tournage extérieur. Son décor a été entièrement construit sur une table dont la longueur ne dépasse un mètre et demi (Figures 6 et 7). Le film a été tellement tourné dans cet espace avec une caméra unique provenant d'un *Nokia N8*.

⁷³² « *Dot : le plus petit film en stop motion* », *op. cit.*



Figure 6 : Support construit pour la caméra du *Nokia N8* et le *CellScope*, au dessus des décors utilisés pour le tournage de *Dot*.



Figure 7 : Vue d'ensemble du montage utilisé pour le tournage de *Dot*.

Enfin, les réalisateurs ont considéré à l'époque ce travail comme le plus dur qu'ils aient réalisé. *Dot* est un film d'animation très poétique, dont les mille images ont été tournées grâce à une expérimentation technologique.

Une autre indication externe du film concerne son genre. Il s'agit d'un film d'animation qui utilise la technique de tournage image par image (*stop-motion*). C'est

un film qui a obtenu divers prix dans divers festivals, comme nous l'avons mentionné ci-dessus.

Le regard cognitif du spectateur

Nous voulons ici comprendre le spectateur des plates-formes de téléchargement de vidéos comme *YouTube*, ou *Vimeo*, etc. On remarque qu'il y a en règle générale peu de commentaires du public sur ces plates-formes, le spectateur qui publie son opinion sur les images qu'il a regardées est un spectateur actif. Pour le film *Dot*, les commentaires ont été pour la plupart positifs et techniques.

Nous croyons que les spectateurs de films mobiles sont *a priori* plus intéressés par les aspects techniques du film, comme Odin l'a supposé dans son article⁷³³. Le public des films mobiles est diversifié, ainsi les « regards » et les opinions sont également très divers. Il s'agit d'un contexte caractéristique du mobile et du *web*.

Odin a aussi observé dans son article que le spectateur mobile doit se livrer à une analyse technique pour prendre plus de plaisir à un film tourné pour le portable. Peut-être le même plaisir qu'a le spectateur quand il perçoit les images selon Merleau-Ponty ou quand il voit un film de fiction, comme nous l'avons mentionné au début de ce chapitre (voir la section 2 « Cinéma, un objet de la sémiologie (ou « Le désir de fiction ») »). Nous croyons que le spectateur mobile est un spectateur qui « participe » au film, en donnant son opinion et en échangeant des informations techniques. Pour Odin, le spectateur du Festival Pocket Film serait « *un spectateur réflexif, un spectateur joueur qui devient, un peu, lui-même, le créateur des films qu'il voit ; du moins le co-créateur, car sans cet effort de changement de positionnement, le film ne produira pas les effets recherchés* »⁷³⁴. Cette participation idéalisée du spectateur mobile diffère de l'attitude du spectateur du cinéma traditionnel qui se

⁷³³ Roger Odin, « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin » (*op. cit.*).

⁷³⁴ *Ibidem.*

pose rarement des questions axées sur la technique et la technologie employée pour le tournage des films.

Conclusion du Chapitre 3

Nous examinons ici les caractéristiques du cinéma de poche à partir de rapprochements avec d'autres arts, mais surtout à partir du rapprochement avec le cinéma traditionnel. Ainsi, nous avons fait appel à la théorie de Maurice Merleau-Ponty qui analyse sous un angle phénoménologique la psychologie de la perception des films. Il s'agit d'une théorie importante pour le cinéma où s'inscrit également le cinéma de poche.

Cependant, le cinéma de poche n'est pas seulement l'image produite, mais c'est aussi la technologie et la technique employées pour sa réalisation, parce que le cinéma de poche renvoie souvent à l'outil qui l'a produit. Ainsi, le spectateur de films mobiles pose en général plus de questions sur les téléphones mobiles, participe à plus de discussions techniques sur les films, et devient plus souvent réalisateur de films aussi, ce qui en fait un spectateur très différent du spectateur du cinéma traditionnel.

Afin de présenter une analyse filmique d'un film de poche, nous avons tout d'abord procédé à une segmentation d'un film, *Dot*, qui a été choisi du fait qu'il présente un grand nombre de visualisations sur la plate-forme *YouTube*. Dans notre analyse, certains points techniques et technologiques ont été mis en évidence afin de montrer l'importance de l'outil mobile et sa technologie pour ce film.

Nous avons ensuite employé pour l'analyse filmique les lignes directrices du modèle sémio-pragmatique de Roger Odin, qui nous a aidée à établir le rapport entre l'image et le spectateur et définir si on peut faire un rapprochement avec le cinéma traditionnel.

Conclusion de la deuxième partie

Le cinéma de poche contribue à la cinématographie contemporaine, notamment lorsqu'on analyse les éléments susceptibles d'approximation avec le cinéma traditionnel sur le plan économique et social, mais aussi les aspects sémiotiques et les modes de diffusion des images.

Face au cadre actuel de convergence entre l'économie, l'industrie, les arts et la créativité dans ce qu'on appelle l'économie créative, nous avons examiné quelques points importants pour la recherche sur le cinéma de poche qui permettent de vérifier l'hypothèse que l'usage du téléphone mobile à des fins de créations artistiques est important pour l'industrie mobile, notamment du point de vue du développement technologique. Au cours de l'histoire du cinéma de poche, les caméras mobiles ont évolué afin d'améliorer leur performance et la qualité des images tournées, et parallèlement sont apparus des applications, des logiciels et des accessoires permettant la réalisation de films.

Les réalisateurs mobiles interviewés dans cette thèse s'accordent à dire que le cinéma de poche représente une bonne solution pour la réalisation de films à budget réduit. De plus, tourner des images avec un appareil d'usage quotidien qui possède également des fonctions de connectivité (communication entre personnes, connexion au *web*) ou un agenda d'activités, est devenu très intéressant pour le cinéma contemporain. Ce transfert de la fonction du téléphone mobile lui a permis de s'intégrer dans monde des arts.

Certaines caractéristiques très spécifiques dans le métier du réalisateur mobile transforment le cinéma de poche dans un « autre » cinéma, différent du cinéma traditionnel. On peut considérer ces deux manières de faire du cinéma sont liées à deux systèmes organisationnels, à savoir, le système central, l'industrie du cinéma dont la structure est consolidée, et aux limites de ce système, il existe des systèmes périphériques, qui correspondent à toutes les autres manières de faire du

cinéma à la marge de l'industrie cinématographique. Le cinéma de poche fait partie de ces systèmes périphériques, ainsi, par conséquent, que le réalisateur mobile. Il existe par ailleurs dans le système central une gamme de métiers particuliers de l'organisation de l'industrie du cinéma. Les coûts du cinéma sont étroitement liés au recours à une série de professionnels des divers métiers de l'industrie cinématographique. C'est ainsi que les redéfinitions dans les métiers du cinéma argentine provoquées par l'arrivée du numérique ont touché profondément l'économie du cinéma et transformé les compétences professionnelles. L'intégration entre ces systèmes peut se construire lorsqu'il existe un échange de savoirs et d'expériences entre eux.

Un autre aspect important du cinéma de poche est le mode de diffusion des films. On en observe deux principalement : à travers des festivals et sur internet (plates-formes de vidéos, sites spécialisés, réseaux sociaux). À partir d'une recherche sur le web, nous avons pu observer la grande quantité de festivals consacrés au cinéma de poche ou qui ont inclus ce genre de film dans leurs sélections et nous en avons dressé une liste, organisée par dates et localisation géographique. L'histoire des festivals montre leur fonction de légitimation artistique, surtout pour les expressions émergentes, comme le cinéma de poche. Les festivals peuvent être des espaces fondamentaux pour de nouvelles expressions artistiques. Le deuxième mode de diffusion du cinéma de poche passe par les plates-formes de vidéos qui sont devenues un moyen important de diffusion des productions audiovisuelles en général. Il présente certains avantages, notamment l'opportunité d'être vu par un très grand nombre de spectateurs, mais qui n'engage pas nécessairement le public à mieux connaître le cinéma de poche. Ainsi, si l'on veut obtenir une opinion critique intéressante pour un film, il faut choisir une bonne plate-forme vidéo pour sa diffusion.

Enfin, on observe que le spectateur de films mobiles diffère en général d'un spectateur du cinéma traditionnel. Il se pose en effet des questions sur la technique et la technologie du film, et il s'est même assez souvent déjà essayé à une production visuelle mobile, alors que pour le spectateur du cinéma traditionnel, la technologie

utilisée n'importe pas en général. Toutefois, d'un point de vue subjectif le cinéma de poche s'intègre totalement à la cinématographie, car «*le cinéma est particulièrement apte à faire paraître l'union de l'esprit et du corps, de l'esprit et du monde et l'expression de l'un dans l'autre* »⁷³⁵ et le cinéma de poche y est apte aussi. Indépendamment du fait qu'il soit réalisé avec un appareil de téléphone mobile dont la fonction principale a été transférée, le cinéma de poche est aussi une expression artistique par laquelle nous percevons le monde et nous-mêmes.

⁷³⁵ Maurice Merleau-Ponty, *Sens et non-sens*, Paris, Gallimard, 1996, 225 p., (« Bibliothèque de philosophie »), p. 74.

TROISIÈME PARTIE - ASPECTS DES DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS DES IMAGES MOBILES ET PERSPECTIVES

« Je m'interroge beaucoup sur la spécificité des langages, des disciplines, des outils. Parce qu'il a une identité extrêmement singulière, ce téléphone demeure très stimulant. Il inaugure un champ des possibles inédit et très vaste dans la mesure où il affiche une fonction principale mais en possède une autre, secondaire. Il cache son jeu et avance masqué... C'est pourquoi il est générateur de fictions. On l'imagine dans des histoires d'espionnage ou d'intrigues amoureuses. Dans un film, il peut à la fois être à l'image et la produire, être le filmé et le filmeur, un accessoire essentiel de la fiction, un adjuvant du récit. Si Hitchcock vivait aujourd'hui, je suis sûr qu'il tournerait un film où le portable serait l'objet principal de l'énigme, la pièce à conviction, voire l'arme du crime ! »⁷³⁶

Lorsqu'Alain Fleischer a suggéré en 2006, dans les débuts du cinéma mobile, que le téléphone mobile était un outil passionnant pour le cinéma, il se référait probablement à un téléphone mobile de petit taille, semblable peut-être au modèle créé en juillet 2005, le *Sharp 703*⁷³⁷ que l'on peut imaginer dans un décor typique de film d'espionnage du fait de la facilité pour positionner l'appareil.

⁷³⁶ Cf. l'entretien d'Alain Fleischer pour le Festival Pocket Film de Paris, en juillet 2006 : « Le filmeur masqué - Interview d'Alain Fleischer », Festival Pocket Films [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article406>]. Consulté le 20 avril 2018.

⁷³⁷ Ce téléphone mobile mesurait 47,3 x 98,5 x 23,4 mm. « Mobile Phone : Sharp 703 : SHARP », [En ligne : http://www.sharp-phone.com/contents/australasia/sharp_703.html]. Consulté le 20 avril 2018. Alain Fleischer a réalisé le film « Chinese Tracks » avec un modèle Sharp V703. Ces deux modèles d'appareils de Sharp étaient munis d'une très bonne caméra 320x240 pixels. Ces appareils présentaient certains problèmes, à savoir, on ne pouvait pas faire de pause pendant l'enregistrement de la vidéo et au moment du déclenchement de la prise de vue et de son arrêt, une sonnerie très forte qu'il était impossible de désactiver se faisait entendre. Benoît Labourdette, *op. cit.*, 2008, p. 30-31.

Au début du développement des téléphones mobiles munis de caméra, les dimensions des appareils étaient plus réduites que celles des téléphones mobiles d'aujourd'hui. Depuis les premières caméras des téléphones mobiles jusqu'aux appareils actuels, on observe des changements considérables tant dans leur design que dans leur évolution technologique. Actuellement, les appareils mobiles sont plus grands, notamment leurs écrans. Mais, ils demeurent bien plus petits que des caméras de vidéo ou de cinéma professionnelles. Grâce aussi à sa petitesse, on peut comprendre le téléphone mobile comme un « prolongement » du corps qui permet d'augmenter la perception sensorielle, comme la vue et le toucher, et la capacité d'action, mais aussi traduire au plus près la pensée humaine à travers l'expression artistique et la créativité du réalisateur.

La théorie sur la psychologie et le cinéma du psychologue allemand Hugo Münsterberg considère le cinéma comme une extension de la pensée et du regard de l'être humain. Ainsi, il observe quatre mécanismes qui relient le psychisme humain au cinéma : la perception de l'espace et du mouvement, l'attention, la mémoire et l'imagination, et enfin, l'émotion. Ces mécanismes sont à la base des effets techniques utilisés lors de la réalisation d'un film. La relation de proximité qui existe entre le corps du réalisateur et la caméra de poche peut être mise à profit au moment de la création de ces effets techniques pendant le tournage. Les effets techniques provoquent à leur tour une autre relation « corporelle », du spectateur avec le film, lorsqu'il se laisse emporter par les images au point d'avoir même la sensation « d'entrer dans l'image ».

Dans un point de vue plus spécifique de la caméra mobile, le corps est aussi en jeu lorsque l'appareil est placé sur le corps qui filme, ce qui en fait une sorte de prothèse corporelle favorisant l'immersion dans l'image, une sensation que l'on trouve dans divers films. Il existe également des expériences visuelles qui incitent à l'immersion dans l'image, comme, par exemple, la réalité virtuelle. Revenant vers notre problématique, nous nous demandons : quand le téléphone mobile invente-t-il le cinéma contemporain de création ? Est-ce grâce à la relation corporelle qui existe avec la caméra de poche ?

On remarque l'importance qu'a l'image dans un monde technologiquement actif. Dans une prévision futuriste, *Facebook* a annoncé que dans les prochaines années, la communication ne se fera plus qu'à travers des images. Si cette prévision se vérifie, l'image mobile et l'image amateur auront certainement un rôle crucial dans cet avenir visuel et dans celui du cinéma.

Chapitre 1 - La corporalité dans la création mobile

« Le téléphone mobile, aujourd'hui, s'inscrit également dans ce mouvement d'individualisation de la communication. Contrairement au téléphone fixe, la ligne mobile renvoie à un individu et à un seul. Le téléphone mobile est ordinairement porté sur soi, c'est une technologie qui, comme un vêtement, est associée au corps. Il s'agit en quelque sorte d'une extension de soi, d'une prothèse immédiatement disponible. »⁷³⁸

La relation de corporalité entre la petite caméra numérique du téléphone mobile et l'individu qui l'utilise est une autre question importante de la culture mobile. Dans les discussions autour de la caméra comme extension du corps du réalisateur mobile, on trouve différents termes comme la symbiose, l'incorporation, ou même la prothèse, notamment, dans le sens où la caméra de poche serait symboliquement un appareil pouvant servir à amplifier les capacités psychophysologiques du réalisateur.

La création mobile à partir du cinéma de poche est un champ d'exploration de l'écriture de l'image qui utilise la petite taille du téléphone mobile comme outil pour réaliser des images. Ainsi, nous faisons l'hypothèse que la relation corporelle qui se crée entre la caméra et le réalisateur est favorisée grâce à la taille de la caméra. Un autre point important est que les téléphones mobiles sont toujours physiquement à côté des utilisateurs, ainsi, le rapprochement des corps des utilisateurs avec l'appareil est manifeste.

⁷³⁸ Voir Patrice Flichy, « Les communications de l'intimité », in *Les nouvelles frontières de la vie privée*, *Sciences Humaines*, vol. 140, juillet 2003. [En ligne : https://www.scienceshumaines.com/articleprint2.php?lg=fr&id_article=3345]. Consulté le 9 mai 2018.

Le parcours de ce premier chapitre de la troisième et dernière partie cherchera à apporter des réponses aux questions suivantes : En quoi la caméra mobile, si proche du corps du réalisateur, serait-elle analogue en quelque sorte à un œil artificiel, une « prothèse » de l'œil du réalisateur ? Le rapprochement de la caméra et du corps du réalisateur peut-elle faciliter la création d'images plus proches de ce que le réalisateur souhaite créer et qui touchent plus l'autre ?

1. Le rapport corporel du réalisateur mobile avec la caméra du téléphone

Nous supposons que ce qui favorise le rapprochement de la caméra mobile avec le corps du réalisateur est la petite taille de cette caméra. En outre, nous réfléchissons sur la deuxième hypothèse que ce rapprochement favorise aussi l'intégration absolue entre la caméra et le réalisateur. Cette relation corporelle qui se produit lorsque le réalisateur mobile tourne avec une petite caméra et où la caméra est comme un appareil prothétique du réalisateur peut être considérée comme une sorte de symbiose ou même d'incorporation.

Le rapport entre l'homme et la machine est depuis longtemps discuté, en particulier pour définir comme devrait être ce rapport : « *Le XVIII^e siècle pensait les hommes comme des machines, le XIX^e et le XX^e siècle allaient rêver de machines se comportant comme des humains.* »⁷³⁹. À l'époque de l'invention de la machine à vapeur, par exemple, les machines ont été projetées afin de transformer les corps en instruments de travail au service de la machine. Avec l'industrialisation au cours du XIX^e siècle, cette situation s'est inversée⁷⁴⁰, et, selon Beatriz Preciado :

« Le robot est alors le lieu d'un transfert à deux voies entre le corps humain et la machine : parfois le corps utilise l'outil comme une partie de sa structure organique (→ prothèse), parfois la machine intègre le corps

⁷³⁹ Cf. Beatriz Preciado, *Manifeste contra-sexuel*, Paris, Balland, 2000, p. 116.

⁷⁴⁰ *Ibidem*.

comme une pièce de son mécanisme. De l'image de l'homme-machine du XVIII^e siècle où le corps (masculin) était pensé comme une totalité mécanique, on est passé au XIX^e à l'image menaçante d'une « machine vivante » (Métropolis de Fritz Lang) qui sera d'ailleurs souvent décrite comme une femme ou un monstre. Cette femme et cette machine qui désirent la conscience anticipent le cyborg. »⁷⁴¹

Dans le cas de la caméra du téléphone mobile, l'union qui se produit entre l'appareil et le réalisateur paraissent se rattacher à la perspective d'un appareil de « prothèse » au service du réalisateur. C'est du moins ce que nous voulons croire même lorsque nous réfléchissons sur la théorie de Vilém Flusser et la création artistique à une époque technologiquement développée (Cf. *La Première Partie, chapitre 2, section 2 « La liberté de création et la philosophie de Vilém Flusser »*).

En effet, Flusser analysait les relations qui existaient entre l'appareil photo et le photographe et selon lui, ces relations sont complexes, surtout au moment où les appareils tendent à être plus petits, moins chers, plus efficaces, omniprésents et plus faciles d'utilisation, et plus ils sont faciles d'utilisation, plus leur technologie est complexe. Mais Flusser croyait que l'on se trompe lorsque l'on suppose que l'on domine l'appareil, la facilité d'usage de ces appareils faisant croire que l'on domine la technologie, alors qu'au contraire, sa complexité fait que l'on est dominé par la technologie. Flusser croyait aussi que « *l'homme et l'appareil se co-impliquent* » et sont intimement liés dans le fonctionnement, « *l'appareil fonctionne en fonction du photographe si et seulement si celui-ci fonctionne en fonction de l'appareil.* »⁷⁴².

Dans cette perspective de Flusser, on peut observer un rapport symbiotique entre l'artiste et la technologie où il existe une réciprocité collaborative profitable. Selon nous, cette union étroite se produit aussi grâce aux dimensions réduites des appareils.

⁷⁴¹ *Ibidem*, p. 117.

⁷⁴² Vilém Flusser, « Profissão : Fotógrafo », [En ligne : <http://www.flusserbrasil.com/artigos.html>]. Consulté le 3 juin 2017.

1.2. La petite taille des caméras

Les petites dimensions des caméras ont permis l'insertion de ces appareils dans différents espaces, professionnels et privés. En particulier dans les sports, notamment la Formule 1 où les caméras sont mises à l'intérieur des véhicules ou sur le corps des automobilistes afin de permettre que le spectateur voie et ressente tout ce qui se passe pendant la course automobile. Ces caméras offrent au spectateur des sensations visuelles qui lui permettent de partager l'expérience du conducteur. Selon Barbara Laborde, « ces caméras offrent une vision « en immersion » »⁷⁴³.

Pour ces expériences immersives, c'est leur petite taille qui favorise l'insertion de caméras ou d'appareils prothétiques associés aux corps des individus. Comme Flusser l'a observé dans l'article cité ci-dessus, l'une des tendances de la technologie actuelle est la réduction de la taille des caméras.

Dans le monde sportif, les petites caméras sont des exemples de « prothèses » de l'œil. Laborde a observé que

« Leur petitesse explique, par exemple, qu'elles soient souvent embarquées, placées au cœur du mouvement dans une perspective de tracé kinésique. Deux positions paraissent dominantes. La première est le positionnement sur le corps même du sportif ou sur son équipement (le casque ou même la combinaison) qui offre des potentialités de saisies sur le vif et en direct des actions sportives. La seconde vise à permettre un suivi à distance du mouvement ; c'est le cas, par exemple, avec le drone. Cette dichotomie permet de penser une première différenciation possible des usages : il s'agit soit du désir de « voir avec », soit du désir d'en « voir plus », l'un des désirs n'étant pas opposé à l'autre. Le degré de subjectivité varie cependant, allant de l'immersion dans le regard du Sujet (le point de vue optique), au regard planant, extérieur et éloigné du drone, un regard dématérialisé et plus précisément décorporé. »⁷⁴⁴

⁷⁴³ Cf. Barbara Laborde, « Enjeux esthétiques de la captation sportive avec caméras miniaturisées », *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, Théorème 29, dir. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, p. 45.

⁷⁴⁴ *Ibidem*, p. 45-46.

Aujourd'hui, la technologie des caméras offre différentes possibilités de point de vue et devient ainsi un outil très important pour l'exploitation de nouvelles images. Pour arriver jusqu'aux téléphones mobiles actuels, ces appareils ont subi des transformations significatives sur le plan technologique – surtout pour les fonctions liées à l'image – comme dans leur design.

Les designs dans les années 80 et 90 étaient axés sur la faisabilité de la mise en œuvre industrielle :

« en 1983, le Motorola de Martin Cooper pèse 800 grammes pour 25 cm de hauteur avec un couvercle rabattable (rappelant le design militaire de son ancêtre des années 1941). Le « Nokia banane » des années 1990 rappelle étrangement la silhouette courbe, humanisée (à l'image des objets des films de Tati), de l'Ericofon de 1956. »⁷⁴⁵.

Ces appareils ont été projetés afin d'offrir d'excellentes conditions d'utilisation. Les relations entre les utilisateurs et ces appareils sont idéales surtout du point de vue de leur ergonomie, l'une des préoccupations majeures du travail du professionnel de design.

« Le designer repense aujourd'hui le futur de l'objet autour d'un design plus épuré, en empruntant à différents modèles du passé, mais pour le projeter dans le présent. Il s'agit toujours évidemment de le redessiner sur des bases ergonomiques en évolution, en tenant compte de sa corporalité (il doit s'inscrire dans un prolongement naturel du corps), de sa portabilité (il y a donc une pesanteur à évaluer), et de sa tactilité. Tamer Nakisci a ainsi dessiné le Nokia 888 sous la forme d'un bracelet à la fois mou et plat pour lui redonner une présence visuelle. »⁷⁴⁶

Au début de l'histoire des transformations des formes et les évolutions technologiques qui vont conduire au téléphone mobile, Feigelson relève les grands appareils de communication par satellite créés pour l'armée américaine en 1941, les

⁷⁴⁵ Cf. Kristian Feigelson, « Création et design : une esthétique mobile », *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, Théorème 29, dir. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, p. 194.

⁷⁴⁶ *Ibidem*, p. 201.

talkies-walkies par exemple⁷⁴⁷. Ces premiers appareils commercialisés par Motorola étaient de vrais « parpaings » qui pesaient environ 15 kg. Aujourd'hui, certains appareils pèsent moins de 150 g et le design et la fonctionnalité de ces appareils sont vraiment différents de leurs « ancêtres ». Il existe aussi de nouveaux projets de mobiles tournés vers des modèles organiques ou même presque invisibles :

« L'interface entre soi et le mobile est susceptible maintenant d'être repensée en profondeur par les designers pour modifier autant l'espace public que l'espace intime. On imagine ainsi de greffer des puces sur l'oreille pour faire disparaître l'objet en tant que tel... »⁷⁴⁸.

La dimension de ces appareils est un facteur vraiment important et leur petitesse a facilité la vie quotidienne des utilisateurs. Selon Laborde, la miniaturisation des caméras a favorisé ce qu'elle appelle « *une conception égocentrée de l'espace* »⁷⁴⁹. Quand un individu porte une caméra sur son corps, cela permet que d'autres gens voient ce qu'il voit lui-même, en s'engageant « *dans l'espace avec lui au moment même de sa performance* »⁷⁵⁰. Laborde considère que les petites caméras sont de vrais outils pour apporter une « *nouvelle vue du monde* », c'est-à-dire, « *ce que c'est que voir et ce qu'il y a à voir* ».⁷⁵¹ Les petites caméras et ce qu'elles ont à montrer sont la conséquence d'une culture contemporaine technologique active. Même si l'analyse de Laborde porte sur l'image dans l'univers sportif, la chercheuse présente des réflexions intéressantes sur l'immersion à travers les caméras. En fait, l'immersion arrive à partir du désir de présence⁷⁵² et en conséquence, il y a un désir du spectateur de suivre la performance du sportif, ou du réalisateur, notamment. La dimension est encore un aspect important pour l'effet d'immersion de ces images. Laborde croit que plus la caméra est miniaturisée et plus elle est proche de l'œil du

⁷⁴⁷ *Ibidem*, p. 193.

⁷⁴⁸ *Ibidem*, p. 201.

⁷⁴⁹ Barbara Laborde, *op. cit.*, p. 47.

⁷⁵⁰ *Ibidem*.

⁷⁵¹ *Ibidem*.

⁷⁵² *Ibidem*, p. 48.

sportif ou du réalisateur, « *plus elle s'efface en tant qu'outil de médiation* ». Ainsi, il est possible de produire un effet de vraie présence pour le spectateur. Selon Laborde,

« Les prises de vues offertes par une caméra placée sur le corps du sportif favorisent cet effet : l'impression d'incorporer le mouvement, via un corps fait de chair et d'os, permet le sentiment physique et psychologique d'un être là dans l'espace, un sentiment renforcé par le fait que ce que ces captations donnent à voir a réellement lieu et est transmis en direct (ce qui les différencie du jeu vidéo). L'ubiquité joue donc à plein, et peut (même si les variables d'un individu à l'autre ne doivent pas être minimisées) se traduire par une réaction physique bien réelle (frissons, sensation de vertige, voire de peur). »⁷⁵³

Cependant, pour avoir une véritable sensation d'immersion avec ces caméras, il faut avoir une excellente qualité d'image, que les petites caméras sont susceptibles de produire. Comme nous l'avons mentionné auparavant, le film « *The Champion* » du réalisateur mobile Rui Avelans Coelho⁷⁵⁴ offre une sensation d'immersion lorsque la caméra fixée sur l'objet qui est projeté, le marteau, filme ensuite à partir de ce marteau lancé en l'air (Cf. *Première Partie, chapitre 1, section 1.1. « L'image dans la perspective du téléphone mobile »*). Cette image provoque chez le spectateur une réaction physique de vertige avec les mouvements que fait la caméra, comme le mentionne Laborde dans la citation au-dessus. Il s'agit d'une sensation très courante lorsque l'on éprouve ce type d'expériences visuelles.

Ainsi, la taille de la caméra facilite l'immersion du spectateur du fait de la proximité de la caméra avec le corps (ou avec l'œil) du sportif. Dans ce sens, les petites caméras sont de vraies prothèses pour le cerveau du réalisateur et qui lui permettent traduire à travers des images ce qu'il pense et ce qu'il veut créer.

⁷⁵³ *Ibidem.*

⁷⁵⁴ Rui Avelans Coelho, réalisateur et réalisateur mobile portugais dans un entretien réalisé le 26 novembre 2016, en ligne.

2. Le processus cinématographique et la psychologie humaine selon Hugo Münsterberg

En 1916, le psychologue allemand Hugo Münsterberg a fait un parallèle entre la façon dont les images sont organisées dans le processus cinématographique et la façon dont fonctionne le psychisme humain⁷⁵⁵. L'un des aspects observés par l'auteur porte sur la relation extrêmement étroite entre l'esprit humain et la technique cinématographique. Münsterberg a associé une série de processus de tournage et de montage utilisés dans le cinéma, à des situations semblables dans le processus mental, comme par exemple le *flash-back*, le mouvement de la caméra, les différences d'échelle du plan et la similitude de l'œil de la caméra et de la perception visuelle. Selon Aumont et Marie,

« L'importance des réactions subjectives au spectacle cinématographique a souvent conduit à penser que si le film avait un effet aussi fort, c'est que, en lui, quelque chose ressemble au psychisme humain, ou le mime. L'idée est présente très crûment chez Münsterberg (1916), pour qui les grands traits de la forme filmique sont autant de décalques des grandes fonctions de l'esprit humain. »⁷⁵⁶.

La caméra peut capturer des images que l'œil humain ne peut pas capturer. Selon Susana Viegas, « *La caméra a une portée que l'œil humain n'a pas* »⁷⁵⁷. Ainsi, lorsque le spectateur regarde un film, il ne voit pas une réalité objective mais un produit de son esprit qui rassemble toutes les images reçues et les organise⁷⁵⁸. Münsterberg a fait une analogie entre l'effet sur le spectateur du cinéma et celui de la musique :

⁷⁵⁵ Hugo Münsterberg, *Le cinéma : une étude psychologique, et autres essais*, trad. Martin Richet, Genève, Héros-Limite, 2010 (édition originale : *The Photoplay. A psychological study*. New York & London, Appleton, 1916).

⁷⁵⁶ Jacques Aumont et Michel Marie, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, 2^e éd. rev. et augm., Paris, Colin, 2008, 300 p., (« Dictionnaire »), p. 233.

⁷⁵⁷ Susana Isabel Rainho Viegas, « Olhar e memória na percepção cinematográfica », *Princípios*, vol. 15 / 24, décembre 2008, p. 31-44, p. 38. (Traduction libre du portugais).

⁷⁵⁸ *Ibidem*.

« Lorsque l'on essaye de comprendre et d'expliquer les puissants effets de la musique, on n'atteint pas son but en décrivant la structure du piano et du violon ou en expliquant les lois de l'acoustique. Il faut faire appel à la psychologie et interroger les processus mentaux de perception des tons et des accords, de l'harmonie et de la dissonance, des textures et des intensités, des rythmes et phrasés et déceler la combinaison de ces éléments en mélodies et compositions. »⁷⁵⁹

Münsterberg a adopté pour le cinéma le point de vue de la psychologie afin de comprendre ce qu'il a appelé émotions élémentaires de l'esprit à travers des expériences provenant des images cinématographiques, qu'il appelle aussi l'art du théâtre filmique. Münsterberg montre ainsi l'importance des *« processus mentaux que produit en nous cette forme artistique spécifique »⁷⁶⁰*. Il observe également que,

« On pourrait volontairement décider d'observer les images d'un film à l'aune d'intérêts scientifiques, professionnel ou pratiques, pour déceler les caractéristiques mécaniques de la caméra, découvrir les nouvelles modes ou essayer de déterminer dans quels paysages de Nouvelle-Angleterre ces scènes palestiniennes ont été tournées. Mais ces aspects n'ont rien à voir avec le film. Pour suivre l'œuvre avec un authentique intérêt artistique, il faut accepter les appels à l'attention que scénaristes et cinéastes ont préparés à notre intention. Et les moyens d'influencer et orienter l'esprit dans le jeu rapide des images ne manquent pas. »⁷⁶¹

Dans son analyse, Münsterberg distingue quatre aspects importants, à savoir, la perception de l'espace et du mouvement, l'attention, la mémoire et l'imagination, et enfin, l'émotion que le cinéma produit.

⁷⁵⁹ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 52.

⁷⁶⁰ *Ibidem.*

⁷⁶¹ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 72.

2.1. La perception de la profondeur et du mouvement dans le film

D'abord, l'esprit humain crée les effets de mouvement et de profondeur de champ des images. Dans son analyse relationnelle entre le cinéma et le théâtre, Münsterberg observe les images vues sur l'écran et vues sur la scène, et comment elles sont perçues par le spectateur. L'œil perçoit sur la scène une séquence de faits continue et sans interruption. Dans ce cas, le spectateur perçoit tous les mouvements qui se passent sur la scène et la profondeur de l'espace. Au cinéma, ce processus est différent. Pour le spectateur, « *le mouvement qu'il voit a toute l'apparence d'un mouvement réel, qu'il crée pourtant par son esprit.* »⁷⁶². Dans le cas du cinéma, il faut qu'il y ait une activité mentale intérieure pour assembler les séquences d'images afin de les comprendre comme une action liée, continue. Cela se produit également pour l'effet de profondeur. Dans ce cas, l'activité mentale suscite la profondeur, même si on ne la voit pas réellement dans les images projetées sur les écrans qui sont des surfaces planes. Les processus mentaux sont des moyens importants pour la perception du film même si les yeux ne percent pas les mouvements ni la profondeur. Münsterberg observe que :

« Profondeur et mouvement se présentent à nous de la même manière dans le monde de l'image animée, non comme des faits établis mais comme un mélange de fait et de symbole. Ils sont présents sans être dans les choses. Nous y mêlons nos impressions. *Le théâtre est doté de profondeur comme de mouvement, sans que la subjectivité ait à intervenir. Le cinéma aussi, et pourtant non. Nous voyons des choses lointaines et mobiles, mais nous leur apportons plus que nous n'en recevons ; nous créons profondeur et continuité par nos mécanismes mentaux.* »⁷⁶³

Toutes ces relations entre l'image et l'homme ne sont vraies que si l'on analyse le fonctionnement de l'esprit humain au cinéma. Münsterberg considère qu'au théâtre ce processus n'a pas lieu. Un autre processus mental très similaire à

⁷⁶² *Ibidem*, p. 67.

⁷⁶³ *Ibidem*, p. 68.

celui qui se produit pour le cinéma est en jeu quand on se souvient d'un moment du passé ou quand on conçoit mentalement une image de l'avenir. Le cinéma peut facilement manipuler ces images, comme le fait l'individu par l'imagination.

La théorie de Münsterberg analyse les réactions mentales et corporelles que le cinéma provoque chez le spectateur. Mais, ce qui suscite notre intérêt est la création des images à partir de la relation corporelle qui existe entre la caméra et le réalisateur. Ainsi, nous nous demandons comment la caméra mobile peut être le « traducteur » de la pensée et des émotions du réalisateur et les mécanismes par lesquels il les transmet au spectateur.

Dans la théorie de Münsterberg, ce qui importe, c'est la puissance de la narration au cinéma. L'esprit, selon l'auteur, est le seul capable d'organiser et de comprendre les relations qui existent entre les choses qui, à leur tour, feront partie d'une image. La relation entre ce qui va être filmé, comme par exemple le personnage, et la narration du film est avant tout un processus mental. Le cinéma est donc l'art le plus proche de l'esprit humain et peut être une source à la fois de création et de « traduction » des sentiments du cinéaste.

Se limitant à peine à observer les images des films de son époque, Münsterberg croyait que le son et la couleur avaient peu d'importance pour sa théorie de la psychologie de la perception du cinéma. Ainsi pour lui, l'image pouvait être en mesure de raconter une histoire, indépendamment du fait qu'il y ait du son ou non. Dans le cinéma de poche, il existe des genres de films très variés, des court-métrages, qui sont la majorité, et parfois des films de plus longue durée, mais dans tous les cas, la tendance est que la plupart de ces films de poche l'image soit la seule source narrative, ce qui peut également se produire dans le cinéma traditionnel.

Le cinéma traditionnel utilise des ressources plus sophistiquées que le cinéma mobile, grâce à des équipements qui garantissent la qualité à l'image et au son. En revanche, pour le cinéma de poche, le téléphone mobile est un outil ayant des limitations technologiques qui entraînent des difficultés à produire des films avec un niveau de qualité similaire à celui du cinéma traditionnel, surtout pour la captation

du son à partir du téléphone mobile, comme l'ont mentionné les réalisateurs interviewés pour cette thèse (Cf. *Partie 1, chapitre 1, section 1.2. « Problèmes essentiels du cinéma de poche »*).

2.2. L'attention volontaire et involontaire

Il y a dans les fonctions mentales de l'être humain un mécanisme central qui donne du sens à tout ce qui l'entoure, il s'agit de l'attention, qui peut être volontaire ou involontaire. Selon Münsterberg, « *L'attention est dite volontaire lorsque l'on approche une impression conscient de ce sur quoi elle devra porter.* »⁷⁶⁴. Cette attention est en jeu lorsque l'individu a des intérêts personnels vis-à-vis d'objets ou d'évènements déterminés, et cette attention permet aux fonctions internes de l'individu de reconnaître ce qui l'intéresse. « *Quand s'exerce l'attention volontaire, nous cherchons quelque chose et si nous acceptons ce qui s'offre à nous dans le monde environnant, c'est parce qu'il nous apporte ce que nous recherchons.* »⁷⁶⁵.

Dans le cas de l'attention involontaire, les activités mentales sont différentes. L'individu est influencé par des événements externes qui suscitent son attention. Ainsi, il ne cherche pas un objet qui l'intéresse dans l'univers qui l'entoure mais ce sont des éléments externes comme des bruits, des points lumineux ou quoi que soit d'inhabituel qui attirent son attention involontaire. Il y a des événements d'impact qui entraînent de très fortes réactions dans le corps de l'individu, comme un rythme accéléré des battements du cœur, ou des tremblements, par exemple.

« Tout ce qui s'adresse à nos instincts naturels, tout ce qui suscite espoir ou effroi, enthousiasme, indignation ou toute autre émotion forte s'emparera de notre attention. Mais ce circuit des réactions émotionnelles a toutefois le monde extérieur pour point de départ et l'attention est, de ce fait, de type

⁷⁶⁴ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 70.

⁷⁶⁵ *Ibidem.*

*involontaire. Dans la vie quotidienne, attentions volontaire et involontaire s'entrelacent. »*⁷⁶⁶.

Dans le cinéma certains effets permettent de provoquer l'attention involontaire du spectateur :

*« Les nuances d'éclairage, les taches d'ombre, le flou de certains éléments, la netteté des autres, le calme de certaines parties de l'image opposé aux mouvements véhéments de tout le reste, tout cela joue sur le clavier de l'esprit et provoque l'effet désiré sur notre attention involontaire. »*⁷⁶⁷.

Le corps s'adapte à la perception (auditive, visuelle) par la mobilisation des organes des sens et des muscles, et il répond à travers des réactions corporelles⁷⁶⁸, notamment lorsqu'il y a un événement d'impact comme nous l'avons mentionné ci-dessus.

Un effet important que le réalisateur utilise et qui concentre l'attention du spectateur est le gros plan. Selon Münsterberg, *« Le gros plan objective dans le monde de nos perceptions l'acte mental d'attention, dotant ainsi l'art cinématographique d'un moyen qui transcende le pouvoir de la scène théâtrale. »*⁷⁶⁹. Selon Jacques Aumont et Michel Marie, le gros plan est un élément essentiel de la poétique du film, surtout à l'époque du cinéma muet. Le gros plan bouleverse *« nos habitudes de vision en nous obligeant à voir les êtres (surtout les visages) de près, il nous les fait découvrir à neuf, selon des proportions inédites ; il est l'un des principaux instruments de la photogénie. »*⁷⁷⁰. Cependant, pour un cinéaste comme Eisenstein, le *« gros plan devient outil de dé-naturalisation du plan (du « fragment »). Le gros plan est un moyen de couper l'objet filmé de sa référence réaliste, d'en faire une sorte d'idéogramme plus ou moins abstrait. »*⁷⁷¹. Pour Pascal

⁷⁶⁶ *Ibidem*, p. 70-71.

⁷⁶⁷ *Ibidem*, p. 75.

⁷⁶⁸ *Ibidem*, p. 76.

⁷⁶⁹ *Ibidem*, p. 78.

⁷⁷⁰ Jacques Aumont et Michel Marie, *op. cit.*, p. 114.

⁷⁷¹ *Ibidem*, p. 114.

Bonitzer, « *le grossissement extrême ayant toujours un caractère un peu monstrueux, il produit toujours une sorte d'excès dans le discours filmique.* »⁷⁷². Si pour certains réalisateurs et théoriciens, le gros plan n'est pas naturel, il s'agit pour Münsterberg d'un effet important utilisé par les réalisateurs.

2.3. La mémoire et l'imagination

*« Les images que nous avons en mémoire des personnes qui sont parties nous reviennent à l'esprit comme si c'était la scène d'un film »*⁷⁷³

Un autre effet important dans la réalisation d'un film est celui de l'action de la mémoire, qui laisse la séquence filmique plus riche. Pour que cet effet se produise, il faut que le réalisateur introduise des images de la mémoire du personnage dans la séquence filmique. Mais il y a aussi un autre moment où la mémoire est activée, lorsque le spectateur s'identifie avec les images du film qui le renvoient à ses propres mémoires personnelles.

Pour Münsterberg le cinéma a plus de ressources que le théâtre pour évoquer les mémoires des personnages. L'effet technique utilisé par le réalisateur est souvent le *flashback* :

« Le flash-back fait l'objet de nombreuses variations et sert à plus d'une fin. Mais celle qui nous concerne maintenant est plus intéressante d'un point de vue psychologique. On obtient réellement une objectivation de la fonction mémorielle. Le flash-back est analogue au gros plan. Dans un cas, nous reconnaissons l'acte mental de l'attention, dans l'autre celui du souvenir. Dans les deux cas, l'acte qui, au théâtre, n'aurait lieu que dans notre esprit est, au cinéma, projeté dans l'image elle-même. Comme si la réalité avait perdu sa cohérence propre pour se conformer aux exigences de l'âme.

⁷⁷² Pascal Bonitzer. « Le gros orteil », *Cahiers du cinéma*, n° 232, 1971, p. 14-23 (cité par Jacques Aumont et Michel Marie. *Ibidem*, p. 115).

⁷⁷³ D'après une conversation privée avec Chantal Duchet, professeure du département Cinéma et Audiovisuel de l'université Paris 3 – Sorbonne nouvelle, à Paris, le 2 octobre 2015.

Comme si le monde extérieur lui-même se façonnait selon les retournements éphémères de l'attention ou les idées de la mémoire. »⁷⁷⁴

Selon Aumont et Marie, le *flashback*, ou retour en arrière, est une figure narrative qui connote la soudaineté de ce « retour » dans le temps, et cet effet « *est la plus banale des figures qui consistent à présenter le récit dans un ordre qui n'est pas celui de l'histoire.* »⁷⁷⁵. Il y a aussi la technique *flash-forward*. Ces effets sont très utilisés dans les films et il est courant que le réalisateur fasse dans sa narration des sauts vers le passé ou vers l'avenir. De plus, la mémoire peut permettre aussi de deviner ce qui va se passer dans l'image après. Ainsi, notre imagination est activée. Münsterberg explique que « *La fonction mentale à l'œuvre relève de l'expectative et, quand l'attente est soumise aux sentiments, elle s'apparente à l'imagination.* »⁷⁷⁶. Ainsi, pour obtenir ces effets de déplacement vers le passé ou l'avenir dans le film, il est fréquent que les réalisateurs travaillent dans le montage du film afin d'insérer les images et de créer l'effet souhaité⁷⁷⁷.

Dans son analyse psychologique, Münsterberg indique que « *le cinéma obéit aux lois de l'esprit plutôt qu'à celles du monde extérieur.* »⁷⁷⁸. Il existe aussi des effets que la caméra est capable de produire afin de montrer comment les personnages se représentent mentalement. Par exemple, la technique qui consiste à faire apparaître et disparaître à l'écran certaines scènes afin d'évoquer les réminiscences que seul le personnage connaît, à partir d'une transition progressive entre deux images. Ainsi, la caméra a un rôle important, mais les techniques utilisées dans le moment du montage du film sont également cruciales. Selon Aumont et Marie, « *le montage peut aussi produire d'autres effets :*

⁷⁷⁴ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 82-83.

⁷⁷⁵ Jacques Aumont et Michel Marie, *op. cit.*, p. 214.

⁷⁷⁶ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 83.

⁷⁷⁷ Jacques Aumont et Michel Marie, *op. cit.*, p. 214.

⁷⁷⁸ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 84.

- « effets syntaxes ou ponctuatifs, marquant par exemple une liaison ou une disjonction ;
- effets figuraux, le montage pouvant par exemple établir une relation de métaphore ;
- effets rythmiques, puisque, en fixant la durée des plans, le montage peut induire des rythmes, fondés par exemple sur une grande rapidité (comme dans beaucoup de films soviétiques des années 1920, ou dans les morceaux de bravoure des films « de sabre » taiwanais), au contraire sur la lenteur si les plans sont peu nombreux et eux-mêmes lents (nombreux exemples chez Tarkovski) ;
- effets plastiques (Burch, 1969). Etc. »⁷⁷⁹

La perception du monde à travers la technique cinématographique du montage (et la manipulation de la temporalité) qui stimule la mémoire est une porte ouverte pour l'émotion du spectateur. Ainsi, tant les techniques utilisées par le réalisateur au moment de la captation des images que les techniques du montage représentent des outils importants pour toucher le spectateur. Pour Maurice Merleau-Ponty, « le film n'est pas une somme d'images mais une forme temporelle. »⁷⁸⁰, inséparable des processus de découpage et de montage qui sont fondamentaux pour créer un tout qui est le film⁷⁸¹.

⁷⁷⁹ Jacques Aumont et Michel Marie, *op. cit.*, p. 160. Aumont et Marie observent également que « Selon les époques et les écoles, on a privilégié telle ou telle de ces fonctions ; le cinéma classique hollywoodien accentua la valeur narrative du montage, alors que les effets métaphoriques ou rythmiques, fréquents, y demeuraient secondaires. ». Jacques Aumont et Michel Marie renvoient ici à l'ouvrage *Praxis du cinéma*, Paris, Gallimard, coll. « Le Chemin », 1969 de Noël Burch, professeur, réalisateur, critique et historien du cinéma.

⁷⁸⁰ Maurice Merleau-Ponty, *Sens et non-sens*, Paris, Gallimard, 1996, 225 p., (« Bibliothèque de philosophie »), p. 69.

⁷⁸¹ Maurice Merleau-Ponty, *Ibidem*, et Susana Isabel Rainho Viegas, *op. cit.*, p. 40.

2.4. L'émotion que la caméra produit

« Étymologiquement, « ce qui met hors de soi » : un état affectif qui transforme, pour un moment, notre relation au monde. L'œuvre d'art peut provoquer des émotions allant jusqu'à l'extase, ou un choc soudain allant de l'émerveillement à la stupeur.

En termes psychanalytiques, l'émotion se distingue du sentiment ou de la passion en ce qu'elle est plus proche des processus primaires, ces deux derniers correspondant à des secondarisations de l'affect. »⁷⁸²

Le quatrième point analysé par Münsterberg est l'émotion, un aspect central dans le cinéma. L'expérience émotionnelle par laquelle passe le spectateur en voyant un film est ce qui modèle le film. Grâce à ses émotions, il est capable de s'identifier avec certains personnages ou certains moments où l'émotion est plus forte dans le film. Le travail du comédien est indispensable pour transmettre l'émotion. Selon Münsterberg,

« Nous nous sommes contentés d'interroger les moyens d'expression de l'émotion de l'acteur photographié, en nous tenant naturellement à l'analyse de ses réactions corporelles. Mais s'il est vrai que l'individu humain tel que nous le côtoyons n'a guère d'autres moyens de montrer ses humeurs et émotions que ses expressions corporelles, le cinéaste n'est certainement pas contraint par ces limites. Même dans la vie de tous les jours, la tonalité de l'émotion émane au-delà du corps. »⁷⁸³

Toutes les émotions, de même que le mouvement, ou l'attention, ou la mémoire, sont analysées par Münsterberg à partir de la réception filmique où l'auteur considère que le réalisateur et le spectateur sont liés, dans une sorte de relation entre l'action (du réalisateur) et la réaction (du spectateur qui voit le film). L'interprétation du comédien est cruciale pour le film, mais dans l'analyse psychologique de

⁷⁸² Jacques Aumont et Michel Marie, *op. cit.*, p. 85.

⁷⁸³ Hugo Münsterberg, *op. cit.*, p. 97.

Münsterberg, ce sont les activités et les bouleversements mentaux des spectateurs qui ont le plus d'importance parce qu'ils se projettent sur l'image animée. Ainsi ajoute-t-il : « *C'est là que se voit la spécificité des moyens d'expression du cinéaste.* »⁷⁸⁴.

Le spectateur réagit aux films à partir de sa vie personnelle et de son expérience affective⁷⁸⁵. Par ailleurs, il existe des effets que le réalisateur peut travailler avec sa caméra pour atteindre le spectateur. Il s'agit par exemple de l'effet technique de tremblement ou de vibration. Pour ce faire, on peut introduire artificiellement au montage une répétition des images ; par exemple, dans le montage des images prises dans une caméra seize par seconde, « *Après avoir montré les quatre premières images, on revient à l'image 3, on donne alors les images 4, 5, et 6, on retourne à l'image 5, puis aux images 6, 7, et 8, 7 une fois de plus, et ainsi de suite.* »⁷⁸⁶. Pour s'obtenir le même effet, le réalisateur peut aussi placer sa caméra sur un support soumis à de légères secousses. Ces effets visuels obtenus à l'écran peuvent produire des réactions corporelles chez qui voit le film, et par là-même une nouvelle émotion puisque

*« notre conscience de l'émotion elle-même est déterminée par les sensations des organes corporels. Dès qu'une impression visuelle anormale pénètre la conscience, notre fond de sensations corporelles convergentes s'altère et de nouvelles émotions semblent s'emparer de nous ».*⁷⁸⁷

Si dans une scène avec un médecin et un homme hypnotisé dans une pièce, un effet de tremblement de l'image semble faire trembler et déformer la pièce, « *nous sommes pris d'une sensation de vertige ; ce qui entoure l'hypnotisé paraît insolite, lugubre, surnaturel et une émotion étrange nous pénètre.* »⁷⁸⁸. Il s'agit de la même sensation que Barbara Laborde⁷⁸⁹ analyse dans son essai lorsqu'une petite caméra est

⁷⁸⁴ *Ibidem.*, p. 99.

⁷⁸⁵ *Ibidem.*, p. 101.

⁷⁸⁶ *Ibidem.*, p. 103.

⁷⁸⁷ *Ibidem.*

⁷⁸⁸ *Ibidem.*, p. 104.

⁷⁸⁹ Barbara Laborde, *op. cit.*, p. 48.

placée sur le corps du sportif afin de partager les émotions réelles qu'il ressent avec le spectateur. C'est aussi la sensation qu'a le spectateur qui regarde *The Champion*, le film de poche du Rui Avelans Coelho (Cf. dans ce chapitre la section 1.1. « *Les petites caméras* »).

Le spectateur est capable d'incorporer les images plus intenses, en ressentant les émotions qui proviennent d'un mouvement, par exemple, au point de s'intégrer à l'action d'un personnage, ou d'un sportif, en participant à ce qui se produit dans le film. Grâce à la médiation de la caméra il est amené à sentir ce que sent l'acteur au moment où il joue.

3. La création mobile comme processus mental

*« Filmer à partir d'un téléphone portable m'a permis de rendre visible des instants fugitifs, pris sur le vif, qui ne pouvaient pas être captés autrement. Une caméra vidéo classique impose la décision de filmer à un moment choisi alors que le téléphone, objet que l'on a constamment sur soi, permet de filmer des moments spontanés. Vidéo [de] poche rapide et facile. »*⁷⁹⁰

La miniaturisation de la caméra permet de reproduire la spontanéité des moments captés. Ces caméras, presque invisibles, peuvent devenir de véritables prothèses corporelles pour les réalisateurs. Dans une analyse esthétique sur le cinéma de poche, la chercheuse Kênia Freitas évoque Dziga Vertov et son envie d'un cinéma sans entraves du corps humain⁷⁹¹.

Pour le cinéaste soviétique Dziga Vertov (1896-1954), la caméra serait plus qu'un objet technologique ayant certaines fonctions pratiques, elle permettrait

⁷⁹⁰ Entretien avec la réalisatrice et réalisatrice mobile Mercedes Pacho à l'occasion du Festival Pocket Film de Paris. « La spontanéité », *Festival Pocket Films*, s. d. [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article157>]. Consulté le 21 mai 2018.

⁷⁹¹ Kênia Cardoso Vilaça de Freitas, *Versos-livres: A estética do cotidiano no documentário feito com celular*, Mémoire de master en Multimeios do Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, 2010, p. 49. (Traduction libre du portugais).

d'atteindre un idéal de l'humanité qui serait l'homme-machine. Dans son fameux *Manifeste* (1923) sur le ciné-œil, il établit une relation claire entre la caméra et le corps humain.

*« Je suis un œil. Un œil mécanique. Moi, c'est-à-dire la machine, je suis la machine qui vous montre le monde comme elle seule peut voir. Désormais je serai libéré de l'immobilité humaine. Je suis en perpétuel mouvement. Je m'approche des choses, je m'en éloigne. Je me glisse sous elles, j'entre en elles. Je me déplace vers le mufle du cheval de course. (...) »*⁷⁹²

Le *Conseil des Trois* dont Vertov était membre défendait l'idée que la caméra est un appareil qui permet de mieux voir que l'œil humain dans un tournage d'une image réaliste et impartiale, dans la mesure où l'opérateur établit avec l'appareil une relation intime. *« C'est la notion de kinoglaz (cinœil ou ciné-œil), comprise comme combinaison de la caméra-œil et du cerveau, et celle de kinok (= opérateur du kinoglaz). »*⁷⁹³. Selon Frédérique Devaux,

*« Bien que la définition qu'il en donne soit complexe, on peut la résumer ainsi : l'objectif de la caméra est un organe indépendant du corps du kinok, un outil surpuissant apte à capter les deux dimensions de Pascal, l'infiniment grand et l'infiniment petit, capable de « voir tout ce que précisément l'œil ne peut pas appréhender », il offre la « possibilité de rendre l'invisible visible, d'éclairer l'obscurité, de mettre à nu ce qui est masqué, de rendre ce qui est joué non joué, de faire du mensonge la vérité ». Cette théorie du « ciné-œil » constitue l'essentiel ou presque du propos de Vertov dans l'Homme à la caméra : l'opérateur armé de son œil mécanique devra se fondre avec le décor, devenir un élément de la réalité afin de mieux capter. »*⁷⁹⁴

Vertov a décrit la caméra cinématographique comme un « super-œil ». Dans ses films, les images de la réalité étaient filmées en articulant quatre éléments : l'œil,

⁷⁹² Jean-Jacques Marimbert (dir.), Éric Duhour (collab.) et Laurent Jullier (collab.), *L'homme à la caméra (D. Vertov, 1929). Analyse d'une œuvre*, Paris, Librairie philosophique J. Vrin, 2009, p. 43.

⁷⁹³ Jacques Aumont et Michel Marie, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, 2^{ème} éd. revue et augmentée, Paris, Colin, 2008, 300 p., (« Dictionnaire »), p. 254.

⁷⁹⁴ Frédérique Devaux, *L'homme à la caméra, de Dziga Vertov*, Crisnée, Belgique, Editions Yellow Now, 1990, 126 p., (« Long metrage », 14), p. 19.

la caméra, la réalité et le montage. Peut-être Vertov avait-il comme idéal une sorte de combinaison entre l'œil et la caméra, une caméra « humaine »⁷⁹⁵.

Freitas observe également que « *La caméra mobile combine mobilité, portabilité et connectivité, et se transforme en un type de prothèse, non plus pour l'œil, mais pour la main. Cette main d'un corps en mouvement constant et connecté en permanence.* »⁷⁹⁶. Kênia Freitas parle même de *ciné-main* au sujet du film mobile *The Champion* de Rui Avelans Coelho (Cf. la section 1.1 « *L'image dans la perspective du téléphone mobile* » du chapitre 1 de la Première partie de cette thèse).

Dans l'univers esthétique et créatif du cinéma de poche, nous comprenons que le téléphone mobile est une extension du corps mais aussi des sens de l'être humain et qu'il joue le rôle d'un traducteur de son esprit.

*« La machinisation du corps dans les films passe par la convergence entre divers médias (ordinateur, photographie) et par l'insertion du téléphone mobile comme une prothèse de la main, ce que nous voyons à travers l'utilisation récurrente de la caméra subjective dans les films. Ce dernier aspect est fondamental pour créer une relation de complicité entre celui qui expose son intimité et le spectateur et renforcer le pacte autobiographique. En ce sens, c'est comme si le spectateur passait par le vécu de ce que propose le film et avait donc une expérience différenciée de cet espace biographique – une expérience plus active : un spectateur de film de poche analytique, comme le suggère Roger Odin. »*⁷⁹⁷.

Ici, la chercheuse montre un autre point de vue sur le spectateur analytique de Roger Odin. Il s'agit ici d'une expérience d'« incorporation » du spectateur dans la scène qu'il voit à l'écran et qu'il a la possibilité de vivre à travers le film. C'est la même incorporation du spectateur dans la situation vécue et filmée par un sportif que Barbara Laborde a analysée, où l'incorporation est faite à travers l'image, à travers la relation corporelle qui existe entre la caméra et le sportif-réalisateur.

⁷⁹⁵ Claudia Lambach, *op. cit.*, p. 61

⁷⁹⁶ *Ibidem*, p. 50.

⁷⁹⁷ *Ibidem*, p. 102.

L'incorporation peut être un élément du langage poétique du film, surtout dans les films à caractère biographique. De ce point de vue, Freitas a examiné une série de films de poche qui ont été présentés lors du *Festival Pocket Film* à Paris comme *Mes voyages*, *Self portrait* et *Brother*⁷⁹⁸. Par ailleurs, elle a examiné aussi la « fictionnalisation » du corps, où la relation de complicité entre celui qui expose son intimité et le spectateur est distante, ainsi, la « fictionnalisation » du corps va dans un sens contraire à celui de la complicité qui se crée avec la « machinisation » dans des films où la présence du réalisateur est claire. Dans ces exemples, on ne perçoit pas la figure du réalisateur dans les images. Freitas croit qu'alors le pacte autobiographique qu'elle suggérait ci-dessus pour la machinisation est défectueux⁷⁹⁹. D'autant que le choix de réaliser ce type d'image est celui du réalisateur lui-même.

Un exemple de la distance qui se crée entre le spectateur et l'auteur du film est le film *Self portrait* (2006) (cf. annexe 5) (Figures 8 et 9), tourné par le réalisateur et réalisateur mobile suédois Johan Renck. Dans la technique utilisée dans ce film, la caméra ressemble à une caméra de télé-réalité. Elle est fixe quand elle enregistre le mouvement d'activités banales du personnage. Le réalisateur était là mais à aucun moment sa relation avec la caméra n'est explicite. Le film montre l'histoire de l'intimité d'un homme solitaire, et le spectateur de cette intimité devient voyeur. Entre les quatre murs de sa maison, le film nous montre les détails dramatiques de la vie quotidienne. Le travail avec la lumière ainsi que la technique de la caméra à l'arrêt, fait que le spectateur a l'impression de voir des scènes très réelles et authentiques de la vie quotidienne. De cette façon, ces images peuvent passer d'un registre personnel (la vie intime de l'homme) à un registre impersonnel (la technique de tournage utilisée) en étant reconnues, discutées et rendus publics. Le fait d'être un film impersonnel l'a rendu plus distant pour le spectateur.

⁷⁹⁸ Ces films sont inclus dans le corpus filmique de cette thèse, cf. Annexe 5.

⁷⁹⁹ Kênia Cardoso Vilaça de Freitas, *op. cit.*, p. 102.



Figure 8 : L'homme dans son quotidien.



Figure 9 : Il mène une vie solitaire.

Un autre film qui montre cette même distance entre le réalisateur et le spectateur est le film de poche *Parking* (Annexe 5) (Figure 10), du réalisateur Alexandre Perez⁸⁰⁰. Dans son film, comme dans le film *Self portrait*, la caméra est fixe et enregistre tout ce qui se passe dans le parking comme si la caméra était seule à observer, sans la présence explicite d'un réalisateur.



Figure 10 : Un parking vide. Une voiture se gare à côté d'une autre. L'homme déplace sa voiture.

Ces exemples résultent d'une option technique du tournage. Sur ces images, la présence physique du corps du réalisateur « derrière » la caméra n'est pas explicite.

⁸⁰⁰ L'entretien avec le réalisateur et réalisateur mobile français Alexandre Perez a été réalisé le 26 janvier 2017, en face à face.

Cependant, il y a un corps qui filme l'image qui est un « corps » technologique. En général, avec l'usage de la caméra du téléphone mobile pour la réalisation d'un film, la présence du réalisateur tend à être notée dans le film. Cela n'est pas une règle du cinéma de poche, mais une prédisposition à ce que cela arrive souvent du fait de la proximité physique évidente entre le téléphone et le réalisateur.

3.1. L'image et sa relation avec le corps du réalisateur

Lorsque Richard Bégin parle dans son essai de certains sites d'information qui publient des images dites « amateur » sur des événements où le fait est montré dans « toute sa brutale réalité », il analyse ce qui est « amateur » dans ce contexte⁸⁰¹, et il ajoute que « ces images naissent bien de la « qualité physique d'une personne » qui fait des mouvements, ne serait-ce que le geste de pointer le dispositif en direction d'un fait. »⁸⁰². Observant qu'il s'agit là d'une pratique d'écriture, il appelle ces images « images somatiques »⁸⁰³, car ce sont des images qui découlent de la présence physique d'une personne « appareillée » – qui peut être définie entre autres, comme une personne munie d'un appareil ou d'une prothèse – et de ses qualités physiques, son mouvement, notamment. Cette pratique d'écriture, conséquence de la présence mouvante du réalisateur des images est ce qu'il appelle « une « mobilographie » : littéralement, l'écriture d'une mobilité. »⁸⁰⁴. Un corps équipé d'un outil, appareillé, et en mouvement est capable d'enregistrer les phénomènes qui se produisent les plus inusités. On observe la présence physique de la personne, son petit appareil vidéo en poche, qui filme un événement donné, qu'il soit important ou non. Pour atteindre ce résultat, il faut que la personne se trouve au bon endroit au bon moment. Et les images

⁸⁰¹ Cf. Richard Bégin, « Perdre le nord, l'image au corps. Une écriture de la mobilité », in Magali Uhl, (éd.). *Les récits visuels de soi : mises en récit artistiques et nouvelles scénographies de l'intime*, éd. Magali Uhl, Nanterre, 2015, p.99. Richard Bégin cite notamment CNNiReport (<https://edition.cnn.com/specials/opinions/cnnireport>) et MonTopo (tvanouvelles.ca/mon-topo).

⁸⁰² *Ibidem*.

⁸⁰³ *Ibidem*, p. 100.

⁸⁰⁴ *Ibidem*.

les plus significatives pour être diffusées sont toujours mises à profit dans le monde journalistique. D'autre part, Bégin observe que l'individu qui tourne une vidéo d'un fait marquant spontanément est presque toujours conduit par un stimulus ou une excitation :

« En d'autres termes, l'individu s'engage dans une performance physique provoquée par un stimulus qu'il croit reconnaître et enregistre celle-ci afin de la pérenniser et d'en partager l'image. Cette dernière devient la trace de cette performance. Elle est non seulement le résultat d'une inscription, elle réfère à la présence de celui dont le corps vibre littéralement avec le monde environnant. »⁸⁰⁵.

Les images éphémères diffusées sur *web* sont caractéristique des médias actuels. La plupart de ces images circulent librement sur internet et sont juste le résultat d'un phénomène médiatique et non d'une création artistique, comme les films de poche. Ces images sont « *maladroites* » et selon Bégin, elles permettent de « *voir à l'œuvre une pratique d'écriture qui non seulement révèle la présence d'un nombre illimité de point de vue sur le monde, mais transforme notre regard sur ce même monde.* »⁸⁰⁶

Le corps joue un rôle primordial pour les images de poche, même si elles sont filmées dans un but artistique, la participation à des festivals notamment, ou même si elles ne sont là que pour enregistrer un simple moment, presque par hasard. La caméra est toujours l'appareil principal de ces images somatiques. La technologie en général supplée à de nombreuses fonctions physiques ou mentales de l'être humain, il en est ainsi de la calculatrice, des agendas électroniques, etc.

⁸⁰⁵ Bégin Richard, *op. cit.*, p. 101.

⁸⁰⁶ *Ibidem*, p. 103.

3.2. L'incorporation de la technologie

La réflexion de Paul Beatriz Preciado qui analyse aussi le développement des « *technologies du sexe* » comme des « prothèses » sexuelles, suppléant artificiellement un organe vivant, peut être reprise pour notre recherche sur une relation symbiotique qui existe entre le réalisateur et la technologie du téléphone mobile, notamment :

« Les pratiques de la technoscience contemporaine ne permettent pas de trancher clairement ce qui relève de l'organique et du mécanique, du corps et des structures sociales qui en contrôlent et en régulent la variabilité culturelle (Dona Haraway, 1991). La prothèse, les hormones, le système immunitaire, le web, etc., ne sont que quelques exemples parmi d'autres du fait qu'il est impossible d'établir où finissent « les corps naturels » et où commencent les « technologies artificielles ». »⁸⁰⁷

Dans ce même sens, nous croyons qu'il peut y avoir une relation intime entre la technologie des appareils mobiles et le réalisateur. Cette relation résulte en une image qui porte la présence claire d'un corps, une image somatique comme Bégin l'a suggéré dans son essai.

Preciado s'interroge sur la relation technologie/corps et rappelle deux grands symboles au XX^e siècle de l'incorporation de la technologie, où l'appareillage technologique s'assimile à un corps : le robot et le cyborg⁸⁰⁸. Dans un autre essai, Preciado remarque aussi que

« Toutes les lignées d'héritage de la supermodernité se croisent dans le cyborg : l'automatisation du travail, la sexualisation de la machine, la computerisation de la guerre, et la digitalisation de l'information. Le corps

⁸⁰⁷ Beatriz Preciado, *Manifeste contra-sexuel*, Paris, Balland, 2000, p. 114. Preciado renvoie à l'ouvrage de Dona Haraway, *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. New York, Routledge, 1991.

⁸⁰⁸ *Ibidem*, p. 115.

du savoir situé est en même temps une créature organique et artificielle, un système technovivant. »⁸⁰⁹

Dans l'histoire de l'humanité, les technologies ont toujours été créées afin d'aider de quelque manière que ce soit le travail de l'homme. Les petits appareils de poche jouent un rôle crucial pour qui les utilise et ils servent en quelque sorte à l'utilisateur d'« extension » de son cerveau. Ces appareils ont des fonctions importantes et sont par exemple capables d'emmagasiner un nombre considérable d'informations comme le fait la mémoire humaine.

« Presque tous les nouveaux développements technologiques du XX^e siècle ont été conçus comme une sorte de supplément prothétique à une dite fonction naturelle. La prothèse qui était pensée comme une substitution artificielle en cas de mutilation, une copie mécanique imparfaite d'un organe vivant a pris le dessus et a modifié la structure du vivant. Mais la prothèse ne se substitue pas seulement à un organe manquant ; elle est aussi la modification ou le développement d'un organe vivant à l'aide d'un supplément technologique. Prothèse de l'oreille, le téléphone permet à deux interlocuteurs distants d'échanger une communication. La télévision est une prothèse de l'œil et de l'oreille qui permet à un nombre indéfini de spectateurs de rester collés à l'écran. Le cinéma pourrait être pensé rétroactivement comme une prothèse du rêve. Les nouvelles cyber-technologies suggèrent le développement de formes de sensibilité virtuelle et hybride du toucher et de la vision (par exemple le toucher virtuel grâce à des gants cyber). »⁸¹⁰

Les nombreuses caméras qui existent, tant les caméras professionnelles que les caméras amateurs, mais surtout, les caméras du téléphone mobiles, seraient-elles des « prothèses » de la pensée, des émotions, des sentiments, notamment, du réalisateur ? La connexion entre le réalisateur et l'appareil semble vraiment forte, de telle manière que, selon Preciado « *les corps et la prothèse génèrent un système organisé (individuel ? transpersonnel ?) ou une continuité organique-*

⁸⁰⁹ Beatriz Preciado, « Savoirs_Vampires@War », *Multitudes*, vol. 20 / 1, 2005, pp. 147-157, p. 155.

⁸¹⁰ Beatriz Preciado, *Manifeste contra-sexuel*, Paris, Baland, 2000 (*op. cit.*), p. 119-120.

inorganique. »⁸¹¹. Ainsi, Preciado croit que « *chaque développement technologique réinvente une « nouvelle condition naturelle » par rapport à laquelle nous sommes tous handicapés.* »⁸¹², et le téléphone mobile s'insère dans ce contexte. Une technologie comme la machine à écrire – inventée notamment afin d'aider les personnes aveugles à écrire⁸¹³ – qui est munie de touches permet d'écrire des documents avec des caractères imprimés. La machine à écrire est devenue par la suite un outil important en particulier pour la création littéraire. Nous voudrions profiter de cet exemple de la machine à écrire pour rapporter une analyse sur sa difficile incursion dans le champ des arts, pour la littérature, un phénomène que l'on peut rapprocher de ce qui se produit pour le cinéma de poche et sa technologie, le téléphone mobile.

L'appropriation de la technologie de la machine à écrire dans le champ des arts a profondément influencé les modes d'écriture et de création dans la littérature. Selon Isabelle Krzywkowski, les discussions sur l'insertion de cette technologie dans le champ de la littérature représentent un défi pour l'analyse, entre représentation et utilisation, entre le machinisme et le médium technologique, entre « machine à écrire » et « machine pour écrire »⁸¹⁴.

On sait que le développement technologique a eu un effet crucial sur les arts, dans le cas de la photographie et du cinéma notamment. De toute façon, la technologie joue un rôle essentiel dans le champ de la production artistique.

⁸¹¹ Beatriz Preciado, *op. cit.*, p. 120.

⁸¹² *Ibidem*. Beatriz Preciado analyse « *la construction prosthétique du naturel* » et utilise le terme « *handicapés* » à partir d'« *une théorie généralisée des handicaps* » de George Teyssot (Preciado renvoie ici à George Teyssot, « *Body-building. Toward a New Organicism.* », in *La ricerca contemporanea nell'abitazione/Contemporary Research into Housing*, Lotus International, n° 94, Milan, 1997, pp. 116-131).

⁸¹³ « *Une grande variété de machines à écrire fut conçue entre 1800 et 1850, dont la machine de Pellegrino Turri en 1808, permettant aux aveugles d'écrire ; le « typographe » de William Austin Burt en 1829 ; et la Writing ball de Hansen en 1864, qui fut sans doute la première machine permettant d'écrire plus vite qu'à la main.* ». Cf. Jack Challoner, *Les 1001 inventions qui ont changé le monde*, Paris, Le Grand livre du mois, 2011, p. 327.

⁸¹⁴ Isabelle Krzywkowski, *Machines à écrire : littérature et technologies du XIX^e au XXI^e siècle*, Grenoble, ELLUG, Université Stendhal, 2010, 325 p., (« *Savoirs littéraires et imaginaires scientifiques* »), p. 13.

« L'enjeu du XIX^e siècle a été de faire admettre la machine comme « objet de l'art », c'est –à-dire de la faire reconnaître comme un thème (un sujet) possible. En affirmant qu'il existe une esthétique de machine, le tournant des XIX^e et XX^e siècles, et encore les années 1950, ont alors revendiqué pour elle le statut d'« objet d'art » et de matériau. Le troisième temps, directement lié à l'évolution technologique de la deuxième moitié du XX^e siècle, fait le pari que la machine peut être un « objet pour l'art », un médium susceptible de renouveler les processus et les procédés de la création artistique. Le parcours n'est pas achevé, et nous assistons aujourd'hui à une quatrième phase (qui n'est peut-être que l'autre face de la troisième) où la machine devient média. »⁸¹⁵

Tout comme ce que l'on observe dans le parcours de la machine à écrire, les appareils téléphoniques ont subi divers changements dans leur histoire depuis les premiers appareils de réseau téléphonique entièrement manuels, fixés au mur, avec lesquels les communications téléphoniques s'effectuaient par l'intermédiaire de deux opératrices entre deux standards téléphoniques pour compléter l'appel. Ensuite, les appareils téléphoniques sont devenus automatiques ; liés par des câbles de ligne téléphonique fixés sur les murs des maisons, ils ont permis d'appeler directement un correspondant sans passer par une opératrice. Ils ont évolué vers des appareils plus petits, au design plus léger et sans fil, pour passer ensuite aux téléphones mobiles, connectés à internet, qui jouent maintenant le rôle d'ordinateur, d'agenda, de machine à calculer, d'appareil photo et caméra vidéo, notamment. Kristian Feigelson s'est demandé dans son essai :

« Comment une innovation peut-elle se construire dans une perspective industrielle, en tirant profit d'une tradition existant déjà dans les domaines du design industriel depuis les années 1950, lorsqu'Henry Dreyfuss, célèbre designer américain, dessina les premiers modèles pour Bell, une entreprise qui, à sa façon, réunissait la communication (la téléphonie) et la mobilité (les trains et les tracteurs) ? »⁸¹⁶

⁸¹⁵ *Ibidem.*

⁸¹⁶ Kristian Feigelson, *op. cit.*, p. 191.

En fait, les téléphones ont été créés à partir d'études visant à amplifier le sens de l'audition et la communication pour les handicapés. Les recherches d'Alexander Graham Bell sur l'audition et la parole l'ont conduit à construire des appareils auditifs qui ont été importants dans la mise au point des premiers téléphones. Ainsi, les téléphones sont des machines destinées à la communication (machines « à communiquer ») et en raison de la communication. Cela étant, le téléphone a conquis le champ esthétique grâce au design des produits considérés comme des objets d'art comme les appareils *Ericofon* (1956) et *Nokia « banane »* (1990), par exemple (Cf. dans ce chapitre, la section 1.1 « Les petites caméras »).

Cet appareil « prothétique » des oreilles est devenu un outil pour la production de l'art, capable de produire des images esthétiques. Paul Beatriz Preciado comprend les prothèses comme des outils de membres manquants qui peuvent être incorporés par le corps et observe que

« L'incorporation hallucinatoire de la prothèse est un tournant symptomatique dans le passage du modèle du robot au modèle de cyber. (...) Il devient impossible de stabiliser la prothèse, de la définir comme mécanique ou organique, comme corps ou machine. La prothèse appartient pour un temps au corps vivant mais elle résiste néanmoins à une incorporation définitive. »⁸¹⁷

Ainsi, les prothèses peuvent modifier la structure du corps et devenir de vraies extensions des membres. Dans ces relations symbiotiques homme/technologie, l'être humain est complètement mêlé aux technologies qui l'impliquent, il se transforme en

« un être hybride qui appartient à deux espaces en même temps, celui de l'environnement immédiat et celui de l'espace virtuel e tous les réseaux potentiels. Le corps ainsi appareillé n'appartient plus seulement à son

⁸¹⁷ Beatriz Preciado, *op. cit.*, p. 119.

*environnement naturel, il y a production d'une nouvelle entité sociale, définie par le réseau des processus et des flux interconnectés ».*⁸¹⁸

Les téléphones mobiles, ou les « *ordiphones* »⁸¹⁹, sont une extension de nos yeux, de nos oreilles, de nos gestes et aussi de notre cerveau. Antonin Verrier⁸²⁰ croit ainsi qu'une des principales caractéristiques des films tournés avec des téléphones mobiles est la relation de corporalité qui se produit entre le téléphone mobile et le réalisateur. Verrier a tourné le film de poche *Porte de Choisy* comme s'il avait « un œil dans sa main ». Dans ce film la présence physique du réalisateur était explicite. Ce film présente une autre spécificité importante : Verrier a filmé une scène intime personnelle, considérant que le téléphone mobile était parfait pour ce genre de production.

4. L'usage des appareils mobiles dans le cinéma porno

Un des aspects intéressants des questions liées au cinéma de poche, la pratique amateur et la divulgation des images privées, est l'émergence d'un cinéma porno mobile. Voir l'intimité d'une famille ou d'un couple, si elle est filmée et partagée, comme dans le film d'Antonin Verrier que nous allons analyser dans les prochains paragraphes, peut paraître aux yeux d'un spectateur comme indécent. En fait, si le spectateur n'est pas lié intimement aux personnages du film, il peut comprendre ces images intimes comme étant obscènes. Éric Kuyper a analysé l'intimité qui existe dans les films de famille⁸²¹ et il fait un rapprochement de ces

⁸¹⁸ Cf. Marc Guillaume, « Le téléphone mobile », *Réseaux*, vol. 12 / 65, 1994, (« La communication itinérante »), p. 27-33, p. 31.

⁸¹⁹ Selon Marc Guillaume, les « ordiphones », qu'il imaginait en 1994 comme convergence du téléphone et de l'ordinateur, sont des mobiles très multifonctionnels, de véritables bureaux de poche. *Ibidem*, p. 33.

⁸²⁰ Lors d'un entretien réalisé avec le photographe et mobile-réalisateur Antonin Verrier, le 2 février 2017, en face à face.

⁸²¹ Eric de Kuyper, « Aux origines du cinéma : Le film de famille », in *Le film de famille : usage privé, usage public*, éd. Roger Odin, Paris, Méridiens Klincksieck, 1995, p. 11-26.

films intimes avec les films pornos⁸²². Pour l'auteur, ces deux catégories de films sont destinées à un « usage interne et non spectaculaire »⁸²³, et il observe :

« Car en marge de la salle porno, le film porno a connu tout long de son histoire, qui est aussi longue que celle du cinéma même, une pratique marginale hors-salle qui le fait curieusement ressembler au home movie avec lequel il entretient des rapports étroits, sinon reconnus. Voici maintenant des corps dénudés qui s'adonnent au plaisir physique et sexuel, exhibition de l'intimité la moins retenue qui soit. Cette démonstration du plaisir, devant un œil de caméra, se déroule sans gêne et avec évidence quand il arrive que celui qui se trouve derrière la caméra n'est pas un manipulateur-voyeur, mais un partenaire-complice. Alors, aussi, les « regards à (celui qui se trouve derrière) la caméra » se font sans vergogne, dans le plaisir du partage du secret intime. »⁸²⁴

Tourner avec un petit appareil permet de transgresser les règles de tournage du domaine professionnel. Ce qui le rend particulièrement intéressant est la possibilité de filmer n'importe quoi, n'importe où, en permettant d'enregistrer des images dans des endroits réservés et sous des angles insolites. C'est une pratique de la brièveté qui fait que la technique du film amateur tend à être l'expression cinématographique des images du quotidien. Des fragments de l'intime sont exposés, comme témoignage de la vie, des désirs, des voyages et moments vécus. Ainsi, on crée de nouvelles formes de narration entre le public et le privé, issues des nombreuses possibilités de point de vue qu'offre l'image de poche.

⁸²² « La différence entre pornographie et porno réside en ceci : qu'il s'agisse de graffitis, de dessins, de peintures ou de textes, on a toujours affaire à des œuvres tirées de l'imagination de leur acteur. Alors que le porno, lui, est nécessairement ancré dans l'action. On ne quitte pas pour autant le monde de la représentation pornographique – autrement on aurait un show, pas du porno. Mais pour que le porno existe, il faut que des actes de sexe bien réels aient été accomplis par des personnes bien réelles engageant réellement leur propre corps. Le porno est donc intimement lié à l'invention du cinéma ». Dominique Folscheid, « Porno », in *Dictionnaire de la pornographie : suivi d'une galerie de noms et d'une galerie de mots*, éd. Philippe Di Folco, Paris, Presses universitaires de France, 2005, 600 p., p. 372.

⁸²³ Eric de Kuyper, *op. cit.*, p. 17.

⁸²⁴ *Ibidem*, p. 17-18.

On peut donner comme exemple de film intime *Porte de Choisy*, un film mobile d'Antonin Verrier (2007) (cf. Annexe 5). C'est un film qui aborde l'intimité d'un couple dans son univers domestique où le spectateur assiste à une conversation triviale entre le cinéaste et sa muse pendant des situations très intimes, dans les toilettes ou dans leur chambre lors d'un rapport sexuel. Gaby David a noté au sujet de ce film : « Cette réalisation confirme que certains sujets, liés à l'intimité ou à la vie amoureuse, se prêtent tout particulièrement au filmage par téléphone portable. »⁸²⁵. Le film a été tourné avec une caméra mobile modèle Sony Ericsson v600i⁸²⁶. Pour Verrier⁸²⁷, c'est le côté discret qui est intéressant pour son travail et le téléphone mobile peut offrir tout cela, et sur le plan esthétique, son appareil avec une faible quantité de *pixels* dans les images a favorisé son travail. L'idée de Verrier était de ne pas montrer nettement la nudité de l'actrice et la faible résolution des images a contribué à cet objectif. Verrier a ainsi observé :

« Par exemple, pour « Porte de Choisy », cette qualité d'image m'a permis de faire le film. Je n'aurais pas pu faire le film avec une meilleure qualité d'image. On n'aurait jamais pu montrer un film comme celui-ci, parce que ça traite de l'intime et que ça aurait été trop cru. Ce que j'aime avec le téléphone, c'est cette imprécision de l'image. Je trouve que le DV par exemple, a un aspect trop réel, trop vif. J'ai du mal à expliquer pourquoi. En DV, on sent le « carré » des pixels. Mais le rond est une forme plus naturelle, comme nos cellules, comme nos yeux. On n'a rien de carré en nous. Ces ronds, sur la pellicule, je trouve cela magnifique. Sur le téléphone, c'est presque du point, dès qu'on est en basse lumière, ça produit énormément de points. Sur « Porte de Choisy », les pixels ne ressortent pas du tout, c'est le côté pointilliste qui ressort, que je trouve magnifique au niveau pictural. »⁸²⁸

⁸²⁵ Gaby David, « Film mobile : de l'expérimentation à la reconnaissance et à l'institutionnalisation », 29. *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »), p. 144.

⁸²⁶ Benoît Labourdette, *Tournez un film avec votre téléphone portable*, Paris, Dixit éd. : Forum des images : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2008, p. 159.

⁸²⁷ Témoignage recueilli lors d'un entretien réalisé avec le photographe et mobile-réalisateur français Antonin Verrier, le 02 février 2017, en face à face.

⁸²⁸ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 160.

Cette observation de Verrier des images *pixélisées* dans son travail artistique est très intéressante. En fait, les « taches » des pixels dans certaines images mobiles, surtout les images qui ont été réalisés lorsque les téléphones mobiles ont commencé à réunir les fonctions de vidéo et de photo dans leur technologie, ces « failles » peuvent être comparées avec les effets créés dans les tableaux impressionnistes ou pointillistes, comme nous l'avons fait précédemment dans nos recherches sur l'image mobile⁸²⁹. La technique utilisant des points ou des petites taches posés sur une toile par les coups de pinceaux afin de créer une composition picturale rappelle les *pixels* combinés entre eux pour donner forme aux détails dans les images. Pour les images numériques, plus il y a de *pixels*, plus l'image est détaillée. Verrier croit qu'avec un mobile, il est plus intéressant de filmer les scènes plus proches et intimes que des scènes où il faut filmer de très grands espaces, comme dans les concerts.

Le film *Porte de Choisy* a participé au Festival Pocket Films de Paris, édition 2007, où il a reçu le Grand Prix du Jury⁸³⁰ et Verrier a mentionné dans l'entretien réalisé pour cette thèse que son film a participé également à d'autres festivals comme le *PornFilmFestival Berlin*. Ce film qu'on peut appeler de *non-X* peut être également inclus dans la catégorie des films porno. Suivant la catégorie dans lequel on le place, cela change évidemment la manière de le voir. Dans la suite de notre analyse, nous le pensons à partir de la catégorie du cinéma porno.

Pendant le film, Verrier a toujours sa caméra mobile entre les mains. Il filme sa compagne nue tout au long du film. On aperçoit rapidement Verrier à l'écran, et on n'entend que sa voix le reste du temps, mais c'est elle qui est filmée en permanence, alors qu'ils n'arrêtent pas de se parler. La conversation s'articule autour de sujets banals du quotidien et du jeu de séduction du couple.

David a aussi remarqué que

« On peut y voir une réflexion sur le recours à l'altérité dans la représentation de soi, sur l'altération de la représentation du moi et sur

⁸²⁹ Claudia Lambach, *op. cit.*

⁸³⁰ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 159.

l'intrusion de la figure d'autrui (en l'occurrence, d'une personne aimée, d'un être cher) dans la construction de sa propre image-espace-intime. Mais surtout se ressent une envie de jouer et d'expérimenter les potentialités de l'outil, notamment l'excitation de devenir « spect-acteur »⁸³¹ de sa vie (se filmer avec un portable c'est à la fois se positionner en acteur et se regarder en train de jouer). »⁸³²

Selon David, les caractéristiques de ce film, cadrage, qualité de l'image, montage et son, sont des aspects spécifiques du style et de la façon de produire du sens⁸³³. On peut de plus observer de manière continue la présence corporelle de Verrier dans les images. « *En raison de la simplicité rudimentaire de l'outil utilisé au moment où Verrier a filmé (mars 2007), la caméra bouge, respire, tremble.* »⁸³⁴. La présence du corps qui filme (le réalisateur lui-même, Antonin Verrier) et du corps qui est filmé (son amie, Cloé) est évidente dans ce film.

« Antonin et Cloé sont maintenant tous les deux au lit. L'image est saturée et très contrastée, le téléphone portable ne réagissant pas immédiatement au changement de lumière. Le physique entre au cœur de l'action filmée. Il y a des jeux de mains, une sorte de petite lutte. La caméra reprend leurs mouvements en écho dans une sorte de ballet visuel qui s'avère tout à fait fascinant : avec le camphone, la prise de vues se fait sans viseur, directement sur l'écran tenu à la main ; du coup, le corps est davantage sollicité et bien évidemment cela s'inscrit dans l'image. On peut parler d'une corporalité de l'image mobile. Grâce à la petite taille et donc à la plus grande maniabilité du camphone, la marge de mouvements est plus large qu'avec les appareils d'enregistrement plus volumineux et plus lourds. Les images mobiles se fabriquent au bout de nos doigts. Du coup, la compréhension de ces images se fait d'une façon empirique et physique.

⁸³¹ Gaby David cite ici dans son article : Laurence Allard, « Le spectateur de la fiction interactive. Vers un modèle de culture solipsiste ? » in Franck Beau, Philippe Dubois et Gérard Leblanc (dir.), *Cinéma et dernières technologies*, Bruxelles, De Boeck et Larquier-INA, 1998, p. 251. Gaby David, *op. cit.*, p. 144.

⁸³² *Ibidem.*

⁸³³ *Ibidem.*

⁸³⁴ *Ibidem*, p. 145.

L'image mobile est une image à habiter ou plutôt à vivre : c'est une image à faire danser nos yeux. »⁸³⁵

Dans ce film, l'image qui est produite par l'appareil mobile est effectivement une image corporelle. Elle est différente des images de caméra arrêtée dans les films mobiles *Self portrait* et *Parking* cités auparavant dans ce même chapitre (*cf. la section 3. « La création mobile comme processus mental »*).

Le film *Porte de Choisy* semble pouvoir s'insérer plus précisément dans la catégorie du porno *gonzo*⁸³⁶. Selon Patrick Boucher⁸³⁷, le terme *gonzo* est utilisé aussi pour décrire les « productions de vidéo rapides et peu coûteuses ». Ce type de production est caractérisé par l'usage de la caméra subjective. En fait, le porno *gonzo* est connu pour ses plans rapprochés, et en général, c'est l'acteur lui-même qui tourne le film, et ainsi, le spectateur partage le regard de l'acteur⁸³⁸, comme dans le cas du film *Porte de Choisy* (figures 11).

David décrit ainsi ces images :

« Comme une gamine, elle commence par faire des grimaces à la caméra. Expressions de soi. Les images sont saccadées ; on voit en très gros plan des détails de son corps, sa langue, son nez, son omoplate. On sent une attirance vers la peau ; cela donne au film un aspect cru et direct. Image de derme qui rejoint l'idée d'intérieur-extérieur et celle des relations duelles : dedans-dehors, privé-public, caché-montré, exposé-non exposé, pudeur-impudeur. »⁸³⁹

⁸³⁵ *Ibidem*, p. 146.

⁸³⁶ « L'expression « gonzo » a été inventée par un reporter du magazine américain *Rolling Stone*, Hunter Thompson, pour qualifier une forme de reportage où le journaliste participe aux événements qu'il couvre, y intervient, voire les provoque, en se comportant au besoin de façon « dingue », « burlesque » (*gonzo*). ». Frédéric Joignot, *Gang bang : enquête sur la pornographie de la démolition*, Paris, Seuil, 2007, p. 46.

⁸³⁷ Patrick Boucher, « Le cri de la hyène : trans, cybermedia et post-pornographie », *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, 2013, p. 16, p. 19.

⁸³⁸ *Ibidem*.

⁸³⁹ Gaby David, *op. cit.*, p. 147.

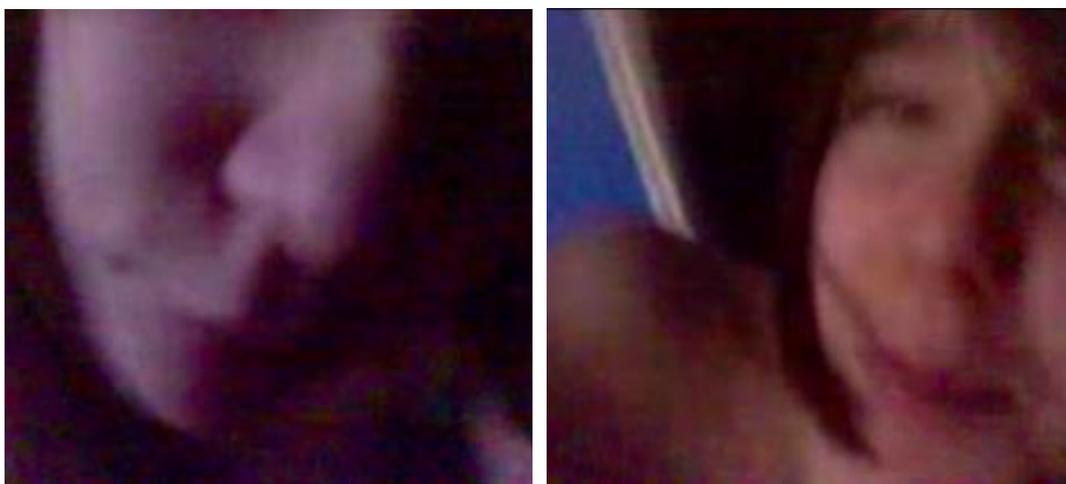


Figure 11 : L'effet du gros plan dans *Porte de Choisy*.

Giovanna Maina en évoquant un article de Federico Zecca sur l'industrie de la pornographie audiovisuelle *mainstream* américaine qui met en évidence deux types d'expression dans la pornographie contemporaine, le *feature* et le *gonzo*, observe :

« Ainsi, le feature est caractérisé par des valeurs de production moyennes-hautes ; il est destiné à un public de couples ; il représente des numéros sexuels vanilla intégrés dans le développement narratif ; il construit un espace diégétique dans un régime fictionnel ; et il présente enfin une instance énonciative « transparente ». Le gonzo, en revanche, a des valeurs de production moyennes-basses et cible un spectateur masculin et hétérosexuel ; il « montre » (et ne « raconte » pas) des actes sexuels extrêmes et hyperboliques ; il adopte un mode de production de sens (pseudo) documentarisant ; il présente enfin une instance énonciative qui tend à l'exhibition métalinguistique – à travers aussi l'utilisation de formes d'interpellation directe. »⁸⁴⁰

Dans ce contexte, nous croyons que tant les films amateurs qui appartiennent au genre de la pornographie que l'utilisation des téléphones mobiles comme caméras pour ces films représentent la tendance prédominante dans le porno alternatif

⁸⁴⁰ Giovanna Maina, « Grottesque Empowerment Belladonna's Strapped Dykes entre mainstream et queer », *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, trad. Marian Nur Goni, 2013, p. 91-104, p. 94.

contemporain. Maina croit que le panorama actuel des productions entre porno *mainstream* et porno indépendant est « *complexe et multi-facette* »⁸⁴¹. Il s'agit d'un grand changement par lequel est passée la pornographie, et l'internet joue un grand rôle dans ce changement dans le cinéma en général, en particulier pour le cinéma pornographique. À ce propos, Linda Williams, réfléchissant sur le point de vue de Mark Hansen qui « *insiste sur le rôle central du corps comme « cadreur » [framer] de l'information – comme fondement matériel de l'information perceptuelle, qu'elle soit analogique ou codée* »⁸⁴² – a fait un commentaire très intéressant sur la technologie mobile qui renvoie à la corporalité :

*« Il nous dit en un sens ce que nous savons déjà, ou que nous avons déjà ressenti, du moins si nous ne sommes pas prisonniers d'une pensée dualiste opposant le corps et l'esprit : notre relation aux images mobiles n'est pas si différente de notre relation aux corps réels. Notre corps entretient des liens empathiques avec les corps visibles sur l'écran. Ce n'est pas pour autant que, lorsque nous sommes spectateurs d'actes sexuels, nous avons de rapports avec ces corps – ou que nous les imitons servilement. »*⁸⁴³

Ce point de vue concerne la visualisation des films sur les écrans, en particulier les écrans mobiles. Williams croit que l'individu a à travers les écrans une correspondance sensible avec les actes sexuels des autres :

*« Mon hypothèse est plutôt que nous nous habituons peu à peu au fait d'avoir à travers l'écran une relation empathique à la sexualité des autres, au point de ressentir cela dans nos propres corps comme une forme de connaissance charnelle. »*⁸⁴⁴

Il s'agit ici de la relation corporelle que le spectateur a avec l'image et qui est différente de la relation de corporalité du réalisateur avec la caméra. La technique cinématographique a contribué à ce que Williams a appelé « *une relation incarnée*

⁸⁴¹ *Ibidem*, p. 92.

⁸⁴² Linda Williams, *Screening sex : Une histoire de la sexualité sur les écrans américains*, 2014, p. 196-197.

⁸⁴³ *Ibidem*, p. 197.

⁸⁴⁴ *Ibidem*.

aux films ». De cette façon, notre corps est conditionné à cette technique cinématographique⁸⁴⁵. Et elle ajoute que

« *La pornographie, notamment lorsqu'elle a pour support des images mobiles, crée une tension importante entre le fantasme (par exemple, l'idée que les gens sont constamment prêts à avoir des rapports) et la réalité (l'aspect prétendu documentaire du rapport, sa non-simulation dans le hardcore).* »⁸⁴⁶

Regarder avec un écran mobile ou tourner avec cette caméra certaines scènes intimes porte à croire que l'on verra des scènes plus réelles, plus spontanées, sans éditions, etc. Les expériences sont vraiment corporelles car l'intention des images pornographiques est d'exciter le spectateur, surtout dans les salles de films *hardcore*. Cependant, aujourd'hui les recherches concernant les images pornographiques ont changé de point de vue. En fait, « *le but du porno est d'assister l'utilisateur dans sa recherche de l'orgasme.* »⁸⁴⁷. Le changement s'est produit du fait des différences dans les modes de visualisation des images, c'est-à-dire, à partir des divers modes de projections, qu'ils soient sur grand écran ou petit écran. En fait, une projection qui peut avoir lieu dans la sphère publique ou dans la sphère privée.

« *La salle de cinéma établit ma position de spectateur, quand le petit écran fait de moi un utilisateur-participant, m'invitant à faire plus que simplement regarder le film par-delà le vide qui me sépare de l'écran. Une hypothèse est ainsi posée : la masturbation serait le but même de l'interface humain-écran.* »⁸⁴⁸

Dans cette affirmation, il est intéressant de remarquer à quel point la technologie des petits écrans contribue à créer une sensation de corporalité du spectateur appareillé avec les images regardées. Grâce aux technologiques des

⁸⁴⁵ *Ibidem*.

⁸⁴⁶ *Ibidem*, p. 197-198.

⁸⁴⁷ Richard Dyer « *Idol thoughts: orgasm and self-reflexivity in gay pornography* », in *More Dirty Looks: Gender, Pornography, and Power*, dir. Pamela Church Gibson, p. 102-109. London, British Film Institute, 2004.). Cité (et traduit) par Linda Williams, *op. cit.*, p. 198.

⁸⁴⁸ *Ibidem*.

images numériques et aussi à l'internet, le spectateur interagit avec le performeur des images porno, comme ce qui se passe dans les films avec performances en direct réalisées à travers des *webcams* amateurs, comme sur le site CAM4, par exemple. Ce site met à la disposition des internautes des images gratuites de vidéos essentiellement amateurs. Le spectateur peut choisir un type de performance en particulier et payer pour un show privé. Il existe aussi un espace de discussions où il est possible d'échanger des messages au moyen du clavier de l'ordinateur, entre spectateurs et aussi entre les spectateurs et les performeurs. Il s'agit de ce qu'on peut appeler « cybersexe », une expérience sexuelle « en « téléprésence », avec une personne dont le corps n'est pas physiquement disponible pour celui de l'utilisateur.⁸⁴⁹ ». Les échanges de textes et les performances ont lieu en temps réel. En revanche, il n'y a pas dans ces interactions via *web* de présence « physique » du spectateur. Il n'existe pas non plus de lieu spécifique pour l'acte, parce que l'échange sexuel entre le spectateur et le performeur se passe dans un cyberspace. Selon nous, il y a ici une symbiose entre l'utilisateur et la technologie. Cependant, certains chercheurs ne croient pas que la relation entre l'homme et les appareils technologiques fassent de lui un analogue du cyborg, la subjectivité dans le cyberspace n'étant pas définie par la réalité corporelle⁸⁵⁰. Mais, la technologie des appareils électroniques est une réalité du quotidien contemporain. On sait que ceux qui sont technologiquement actifs vivent très près de leurs appareils électroniques, ce qui s'observe par exemple dans le grand nombre de gens dans les espaces publics connectés à leurs téléphones mobiles. La pornographie contemporaine est regardée sur les multi-écrans et l'internet propose différents sites qui cherchent à offrir davantage d'interactivité, comme le site CAM4 dont nous avons déjà parlé, qui n'est autre qu'un site de prostitution en ligne :

⁸⁴⁹ Ici, Linda Williams décrit le film *Ryan Idol: A Very Personal View* (Ryan Idol, 1990) dans lequel le performeur adresse aux spectateurs ses performances sexuelles. Linda Williams, *op. cit.*, p. 199.

⁸⁵⁰ Linda Williams observe que « *Stacy Gillis rejette lucidement l'idée d'un cyberspace comme alternative au monde physique, ainsi que la métaphore du cyborg, qui lui est souvent liée – l'idée que nous devenons des hommes-machines, en cette époque de médias convergents, de manipulation infinie et d'interactivité.* ». *Ibidem*, p. 200. Linda Williams renvoie ici à l'article de Stacy Gillis, « Cybersex », in Pamela Church Gibson, (éd.). *More dirty looks : gender, pornography and power*, ed. Pamela Church Gibson, 2nd ed., London, British Film Institute, 2004, p. 92-101.

« Pour faire l'expérience la plus proche de l'interaction, en temps réel, avec des autres humains – rappelant les conditions du cybersexe –, il faut se rendre sur les sites pour adultes proposant des variations autour du principe de la « visiopute ». »⁸⁵¹

Un autre mode d'interaction provient des Simulateurs Sexuels Interactifs, « jeux-vidéo » vendus en ligne ou en DVD⁸⁵². Ainsi, l'« utilisateur-joueur » choisit à travers des icônes la position et l'angle de la caméra qu'il préfère dans des scènes préenregistrées avec une actrice porno. De cette façon, les Simulateurs Sexuels Interactifs visent être plus réalistes par rapport à autres sites ou dispositifs grâce aux avatars qui simulent la présence de l'« utilisateur-joueur » dans les images, où diverses commandes permettent de déterminer l'activité de l'avatar et du corps de l'actrice⁸⁵³.

Au sujet de ces expériences pornographiques, nous voulons réfléchir sur l'entretien avec une productrice suédoise de films porno, Mia Engberg, que la chercheuse Muriel Andrin a rapporté dans un article⁸⁵⁴ qui aborde l'utilisation du téléphone mobile pour la réalisation de projets axés sur cette catégorie de films – le porno mobile – tout comme certains sites qui se rapportent à ce type de production. Engberg explique qu'elle a réalisé un film de trois minutes pour la compétition *Mobile Movies* du *Festival du Film de Stockholm* dans lequel plusieurs femmes se

⁸⁵¹ *Ibidem*, p. 203. Selon Linda Williams, « Les « visioputes » sont des personnes payées pour s'asseoir devant des Webcams attachées à l'écran d'un ordinateur. Elles reçoivent via cet écran des messages de clients qui paient pour pouvoir leur demander de se déshabiller ou de pratiquer divers gestes masturbatoires. L'expérience me permet de voir la « visiopute », mais l'empêche elle de me voir. Je la choisis parmi diverses miniatures ou vignettes, entre dans un salon de discussion, puis tape mes messages, qui peuvent être lus par la « visiopute » comme par les autres clients en ligne. En payant, je peux entamer une session privée. ». *Ibidem*, p. 203-204.

⁸⁵² *Ibidem*, p. 205.

⁸⁵³ *Ibidem*.

⁸⁵⁴ Muriel Andrin, « Inventer un nouveau porno, entretien avec Mia Engberg » in *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, 2013, pp. 105-113, traduit de l'anglais par Patrick Boucher. « La suédoise Mia Engberg est d'abord et avant tout connue internationalement comme la productrice de *Dirty Diaries* (2009), une collection diversifiée de porno féministe suédois. [...] Elle a réalisé des longs et des courts-métrages, parmi ceux-ci Selma & Sofie en 2001, une première tentative féministe d'un porno alternatif filmé par une équipe exclusivement féminine, mais aussi *Bitch and Butch* (2003), un documentaire sur le tournage de Selma & Sofie qui questionne la possibilité de faire un porno féministe ». *Ibidem*, p. 105.

filment avec des téléphones mobiles pendant des relations sexuelles. Engberg croit que son travail est différent des autres parce qu'il est plus proche du cinéma expérimental et *underground*⁸⁵⁵. L'objectif d'Engberg est de travailler sur un porno alternatif en recherchant une certaine variété dans ses productions, par exemple, en filmant d'autres performers ainsi que des corps noirs ou des femmes plus âgées. Cependant, il n'a pas été facile pour elle de trouver des personnes qui accepteraient de travailler dans ce projet⁸⁵⁶. Engberg, dans cet entretien avec Andrin, a aussi déclaré : « *je voulais faire quelque chose de plus diversifié, en incluant différentes sexualités, perspectives et approches cinématographiques. Je voulais inclure des artistes-réalisateurs et aussi des militants qui n'avaient jamais fait un film avant* »⁸⁵⁷. Et c'est dans ce contexte que le téléphone mobile a été utilisé. La productrice a ajouté :

*« J'ai décidé d'utiliser une caméra de téléphone portable afin que ce soit abordable et facile à utiliser. Je voulais aussi encourager un côté ludique dans les productions pour que les gens puissent se filmer et n'aient pas à engager un caméraman. Personne dans le projet n'avait fait du porno auparavant. »*⁸⁵⁸

Outre qu'il s'agissait d'une production réalisée dans « une atmosphère très amicale » avec de nombreux moments de divertissement, les personnes de l'équipe

⁸⁵⁵ Le « cinéma expérimental » correspond aujourd'hui à « *des films qui échappent au circuit industriel et commercial de réalisation et de distribution (...). Les appellations ont varié au fil du temps, de cinéma pur, cinéma abstrait, cinéma intégral, qui ne sont plus employées, à cinéma indépendant et cinéma underground qui désigne exclusivement l'école new-yorkaise des années 1960.* ». Quant au cinéma *underground*, il s'agit d'un mouvement qui « *regroupe sur une période de dix ans tous les cinéastes expérimentaux américains – de Mekas, Stan Brakhage, Bruce Baillie à Ken Jacobs et Andy Warhol – qui, malgré des préoccupations esthétiques diverses, se caractérisent par leur refus des circuits traditionnels, leur indépendance par rapport au système hollywoodien (...) et une marginalité revendiquée.* ». Cf. Marie-Thérèse Journot, *Le vocabulaire du cinéma*, éd. Michel Marie, 3^e éd., Paris, Colin, 2011, 123 p., (« Collection 128 Cinéma Image », [271], p. 45 et 120.

⁸⁵⁶ « *La Suède est un petit pays et la scène porno alternative est très limitée. Les Dirty Diaries sont le travail d'un collectif urbain, blanc et jeune, qui reflète le mouvement féministe queer en Suède.* » Muriel Andrin, « *Inventer un nouveau porno, entretien avec Mia Engberg* », *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, trad. Patrick Boucher, 2013, p. 105-113, p. 110.

⁸⁵⁷ *Ibidem*, p. 109.

⁸⁵⁸ *Ibidem*.

ont pu compter avec le soutien financier⁸⁵⁹ d'une organisation suédoise, SFI (*Swedish Film Institute*). Pour justifier ce soutien, l'institut a été obligé d'écrire une lettre au gouvernement suédois dans laquelle il défendait « *le cinéma innovateur* » et « *les réalisateurs de films intéressants* »⁸⁶⁰, ce qui a permis que le gouvernement donne son autorisation au financement.

Pour Engberg, tourner avec le téléphone mobile a permis « *l'expansion du porno alternatif* ». De plus, les performances privées ou les créations insolites, notamment, sont favorisées par les appareils mobiles. Comme pour tous les autres genres de films mobiles, les films pornos mobiles ont aussi été réalisés grâce à la démocratisation des caméras mobiles. Les changements esthétiques que ces films amateurs ont apportés sont très intéressants. Pour Engberg, « *c'est aussi un changement en ce qui concerne les types de corps montrés* »⁸⁶¹. Dans ces films, on peut voir des performers d'apparences et d'âges différents par rapport aux autres films pornos. Cela a représenté une explosion d'images amateurs sur *web*. Le porno amateur a connu une valorisation dans le monde de la pornographie, surtout dans le monde du cybersexe. Selon la productrice, la grande révolution pour le porno a eu lieu grâce à l'Internet. Elle pense que « *la consommation du porno est en train de changer* »⁸⁶², et par conséquent, le profil des consommateurs et le regard sur la pornographie également.

L'entretien que Muriel Andrin a rapporté dans son article a montré une nouvelle perspective pour les films pornos. Dans cette perspective, tant la production professionnelle que la production amateur qui utilisent la technologie du téléphone mobile sont également influencées par des caractéristiques spécifiques de cette technologie, à savoir, l'utilisation du logiciel de l'appareil, ou la démocratisation de la réalisation des images, ou la facilité de diffusion des films (internet), etc. De plus aussi, pour certains courants du cinéma porno où l'acteur, ou le performeur, est aussi

⁸⁵⁹ 50 000 euros. *Ibidem*, p. 110.

⁸⁶⁰ *Ibidem*.

⁸⁶¹ *Ibidem*, p. 111.

⁸⁶² *Ibidem*.

le réalisateur du film, le téléphone mobile semble être un outil de facile utilisation. De toute façon, le porno mobile est une production cinématographique de plus dans le monde du cinéma de poche.

5. La réalité virtuelle

« La réalité que nous entoure abonde en signes de la mobilité et de la miniaturisation croissantes des appareils de communication : téléphones mobiles et agendas électroniques de poche, messageries instantanées et ordinateurs portables, téléphones et montres de surfer sur Internet et autres consoles de jeux vidéo portables. L'équipement de réalité virtuelle pourrait se réduire en fin de compte à une puce installée dans la rétine et reliée au Net par une connexion sans fil. Lorsque nous en serons là, nous transporterons notre prison avec nous ; non pas afin de confondre béatement représentations et perceptions (comme au cinéma) mais pour être toujours « en contact », connectés, « branchés ». La rétine et l'écran fusionneront. »⁸⁶³.

Le monde virtuel est un monde créé artificiellement et la réalité virtuelle correspond à une immersion dans les sensations. Aujourd'hui, l'expérience sensorielle liée à la réalité virtuelle est largement discutée aussi du point de vue des résultats négatifs qu'elle peut entraîner pour le cerveau.

La réalité virtuelle renvoie à une technologie qui permet qu'une personne ait accès à un environnement artificiel numérique. Cet environnement peut être créé à partir d'images réelles ou d'images construites synthétiquement. Il s'agit d'une expérience qui permet de voir, d'écouter et dans certains cas aussi de toucher. Afin d'expérimenter les sensations de la réalité virtuelle, la personne doit être équipée d'un casque. Pour explorer certaines sensations comme celle du toucher⁸⁶⁴, il faut utiliser

⁸⁶³ Lev Manovitch, *Le langage des nouveaux médias*, trad. Richard Crevier, 2015, p. 228.

⁸⁶⁴ « De nombreux systèmes ont été développés pour procurer une sensation de toucher : soit par retour haptique, avec les systèmes à retour d'effort, souvent couplés aux systèmes d'interactions, soit par retour pseudo-haptique, en donnant une impression de contact à travers un autre sens, par exemple, par l'émission d'un son ou la coloration d'un objet lors d'une collision. ». Benjamin Petit,

des interfaces appropriées, comme des gants (Figure 13) ou des vêtements spéciaux⁸⁶⁵.



Figure 13 : Gants et masque pour la réalité virtuelle. Source : *Graffic Speaks* (2016)⁸⁶⁶.

Il existe des interfaces qui permettent une très bonne immersion visuelle basées sur des vidéoprojecteurs dans une salle immersive sphérique ou cubique, comme le *CAVE* (*Cave Automatic Virtual Environment*)⁸⁶⁷ qui constitue la solution

Téléprésence, immersion et interactions pour la reconstruction 3D temps-réel, Université Grenoble Alpes, 2011, p. 16.

⁸⁶⁵ Futura, « Réalité virtuelle », [En ligne : <http://www.futura-sciences.com/tech/definitions/technologie-realite-virtuelle-598/>]. Consulté le 24 mai 2017.

⁸⁶⁶ Randall Newton, « Putting attached hands inside virtual reality », *Graffic Speaks*, 16 mai 2016 (En ligne : <https://gfxspeak.com/2016/05/16/putting-attached-virtual/>). Consulté le 11 juillet 2018.

⁸⁶⁷ Il s'agit d'« un environnement cubique à l'intérieur duquel une ou plusieurs personnes peuvent se tenir et dont chaque face sert d'écran (...). Les premiers CAVEs utilisaient 4 projecteurs (pour les faces de face, gauche, droite et le sol), les plus récents utilisent les 6 faces du cube, voire des surfaces hexagonales utilisant 15 projecteurs et permettent d'afficher des images en stéréoscopie ». Benjamin Petit, *op. cit.*, p. 15.

la plus connue de projection sur grands écrans. Elles sont aussi onéreuses en comparaison à d'autres interfaces moins complexes⁸⁶⁸.

Afin d'illustrer cette interface de réalité virtuelle, nous donnerons l'exemple du deuxième épisode de la première section de la série télévisée *Black Mirror*⁸⁶⁹, « 15 millions de mérites ». Dans cet épisode, la salle *CAVE* recrée un environnement similaire à la maison où habitait le protagoniste :

« Bing Madsen (Daniel Kalunya) vit dans un monde où les écrans sont omniprésents. Comme tous ses congénères, il possède un avatar virtuel lui servant de truchement entre le monde physique et le monde virtuel et il passe ses journées à pédaler sur un vélo d'appartement pour accumuler de l'argent sous forme de crédits virtuels. »⁸⁷⁰



Figure 14 : La chambre entourée d'écrans

⁸⁶⁸ Philippe Fuchs, *Les casques de réalité virtuelle et de jeux vidéo*, Paris, Presses des Mines - Transvalor, 2016, p. 67.

⁸⁶⁹ Cette série télévisée de fiction britannique, créée par Charlie Brooker, d'abord diffusée sur Channel 4 de 2011 à 2014, a connu un succès international. Netflix l'a rachetée en 2016 et a produit sa troisième saison, puis la quatrième présentée fin 2017. Cf. : Thibault Henneton, « Science et prescience de Black Mirror », in *Écrans et imaginaires*. « Manière de voir » #154, Le Monde Diplomatique, août - septembre 2017 (En ligne : <https://www.monde-diplomatique.fr/mav/154/HENNETON/57757>). Consulté le 9 juillet 2018.

⁸⁷⁰ Cf. Black Bird, « 15 millions de mérites pour Black Mirror » sur le site *Addict Culture*, 9 septembre 2015 [En ligne : <https://addict-culture.com/black-mirror/>]. Consulté le 30 mai 2017.

L'histoire se déroule dans un avenir où les individus ordinaires, solitaires, les « esclaves », sont plongés dans une dimension virtuelle dans une salle entourée d'écrans (Figure 14). En fait, l'environnement montré dans cet épisode est un exemple de salle immersive comme le *CAVE*. En comparaison avec un visiocasque⁸⁷¹, les images projetées sur les murs de cette salle peuvent avoir une très bonne résolution, suivant la quantité de vidéoprojecteurs utilisés.

Aujourd'hui, le plus connu des dispositifs de réalité virtuelle est le casque de réalité virtuelle, ou visiocasque, suivi d'un système optique. Ce casque permet de créer une image devant les yeux de l'utilisateur en diffusant des images stéréoscopiques. Certains modèles sont équipés d'un capteur qui capte les mouvements de la tête de l'utilisateur pour permettre à ce dernier de regarder l'image comme si elle était tout autour de lui, c'est-à-dire, à 360 degrés. L'utilisateur peut aussi se déplacer dans le monde virtuel et utiliser une manette équipée d'un *joystick*⁸⁷². Il existe aussi des visiocasques réalisés à partir d'un *smartphone*. Il faut alors que le support du *smartphone* soit muni de deux lentilles permettant de voir une image plus proche des yeux.

Les interfaces associées au visiocasque sont nombreuses, notamment les interfaces de commande comme les souris, les *joysticks* et surtout les manettes⁸⁷³, déjà mentionnées, les interfaces acoustiques, les interfaces de marche avec des tapis roulants 1D ou 2D, les interfaces de suivi des yeux et les interfaces de simulation du mouvement à travers des sièges ou des cabines, qui sont importantes pour diverses modalités d'entraînements pour les professionnels du transport, par exemple :

« Les simulateurs avec mouvement de cabine, nommés souvent simplement « simulateurs », sont employés depuis dizaines d'années dans le domaine du transport aérien et terrestre. Ces systèmes permettent des immersions multi-

⁸⁷¹ « Le terme « visiocasque » a été la première traduction française du terme anglais Head Mounted Display (HMD) début 1990, que nous avons repris dans les livres du domaine dont le « *Traité de la Réalité Virtuelle* ». ». Cf. Philippe Fuchs, *op. cit.*, p. 11.

⁸⁷² Benjamin Petit, *op. cit.*, p. 59.

⁸⁷³ Philippe Fuchs, *op. cit.*, p. 89.

sensorielles de très haute qualité, indispensables pour la formation et l'entraînement des pilotes et des conducteurs de train. »⁸⁷⁴

L'usage du casque de réalité virtuelle peut aussi entraîner des résultats négatifs⁸⁷⁵ : outre des sensations simples et désagréables de nausée et de vertige ou des problèmes ophtalmiques, la réalité virtuelle a le profond pouvoir d'agir directement sur le cerveau. Par exemple, dans les situations usuelles, le cerveau reçoit à tout moment du monde réel des informations sur l'espace, les distances, les sons, les volumes, la vitesse, etc. Cependant, avec un casque de réalité virtuelle, toutes ces informations sont substituées par les informations virtuelles « *dans un simulacre dégradé du réel* »⁸⁷⁶. Un autre point important qui demande la plus grande vigilance concerne certains troubles psychologiques que la réalité virtuelle peut provoquer, notamment la dissociation (dépersonnalisation et déréalisation). Philippe Fuchs a relevé d'autres problèmes, comme les malaises dus à des incohérences sensorimotrices et de mauvais interfaçages entre le système visuel du sujet et le visiocasque⁸⁷⁷. Cependant, les études sur les effets que cette technologie entraîne sur le cerveau en sont encore au niveau de la recherche, et les implications concernant l'usage des casques de réalité virtuelle sont encore largement méconnues.

En revanche, la réalité virtuelle a gagné une importance significative dans le domaine de la médecine. L'usage de cette technologie est crucial, par exemple, « *pour le pilotage de dispositifs robotisés, dans le cadre d'opérations en vue subjective, en téléchirurgie à distance ou en local. Cette pratique est maintenant commune.* »⁸⁷⁸. La réalité virtuelle peut aussi être utilisée dans le champ de la psychologie pour résoudre des problèmes de phobies et de crises de panique. Le

⁸⁷⁴ *Ibidem*, p. 99.

⁸⁷⁵ Bernard Monasterolo, « Comment la réalité virtuelle joue avec votre cerveau (pour le meilleur ou pour le pire) », Le Monde.fr, . http://www.lemonde.fr/grands-formats/visuel/2017/04/17/comment-la-realite-virtuelle-joue-avec-votre-cerveau_5112541_4497053.html#accueil. Consulté le 26 de mai 2017.

⁸⁷⁶ *Ibidem*.

⁸⁷⁷ Philippe Fuchs, *op. cit.*, p. 121.

⁸⁷⁸ Bernard Monasterolo, *op. cit.*

traitement consiste à confronter que le patient à sa phobie à travers des images projetées dans le casque ou à travers d'autres sensations comme le toucher, l'odorat, le mouvement, etc. Dans ce cas, cette technologie semble apporter des résultats positifs grâce au pouvoir qu'a la réalité virtuelle de changer la perception de l'être humain.

Dans son analyse sur les écrans et les corps, Lev Manovich considère qu'il y a une immobilisation du spectateur face à l'image cinématographique. Il a ainsi observé que l'immobilité est semblable à un stade de confinement dans lequel le spectateur (spectateur-prisonnier) est inséré. « *L'immobilité du spectateur, plutôt qu'un hasard historique est, selon l'explication psychanalytique de Baudry, la condition essentielle du plaisir cinématographique.* »⁸⁷⁹.

Cependant, ce qui se passe avec la réalité virtuelle est un peu différent. Au cours de la modernité, à mesure que la mobilité du regard s'est faite plus « virtuelle », au sens où le regard est plus tourné vers la virtualité de l'image, le spectateur est devenu plus immobile, prêt à recevoir les images présentées sur un écran⁸⁸⁰. « *D'une part, la réalité virtuelle rompt foncièrement avec cette tradition en instaurant un type de relation radicalement nouveau entre le corps du spectateur et l'image. (...) D'autre part, la réalité virtuelle emprisonne le corps comme jamais auparavant.* »⁸⁸¹. Manovich considère qu'il y a un paradoxe dans cette idée de mobilité et immobilité, car la réalité virtuelle exige que le spectateur appareillé bouge afin qu'il puisse voir l'image. Le monde physique et le monde virtuel sont deux mondes distincts, mais qui doivent être synchronisés pour pouvoir s'intégrer.

⁸⁷⁹ Lev Manovitch, *op. cit.*, p. 221. Lev Manovich renvoie ici au théoricien du cinéma Jean-Louis Baudry et son article « Le dispositif : approches métapsychologiques de l'impression de réalité », in *Communications*, vol. 23 n° 1, 1975, p. 56-72. (En ligne : https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1975_num_23_1_1348). Consulté le 13 juillet 2018.

⁸⁸⁰ *Ibidem*. Lev Manovich cite à ce sujet Anne Friedberg, *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*, Berkeley, University of California Press, 1993, p. 134.

⁸⁸¹ *Ibidem*, p. 221-222.

5.1. La réalité virtuelle et les arts

Dans le domaine des arts, surtout pour le cinéma, la réalité virtuelle est un outil important parce qu'il permet d'accentuer la sensation d'immersion dans l'image. Le désir de faire en sorte que le spectateur entre dans l'image a toujours existé dans le domaine cinématographique, et des salles de cinéma, par exemple, ont été construites afin d'amener le spectateur au dedans de l'image.

La réalité virtuelle reproduit les potentialités du monde réel telles que, l'espace en 3D, le temps réel, l'interactivité, l'immersion, etc.⁸⁸² Ainsi, elle ouvre une porte aux expériences interactives dans la création artistique. Dans les arts visuels, il est courant que les installations exploitent la réalité virtuelle, surtout les interfaces comme les visiocasques et les *CAVE*. Par ailleurs, les arts de la scène ont aussi utilisé cette technologie, en particulier le casque de réalité virtuelle.

La réalité virtuelle est également exploitée dans le domaine du cinéma. L'artiste multi-facettes Chris Milk⁸⁸³ réalise ses films à travers des visiocasques et il utilise des technologies innovatrices pour raconter des histoires personnelles et interactives⁸⁸⁴. Selon l'artiste, la réalité virtuelle est parfaite pour ses projets parce qu'elle rapproche le spectateur du réalisateur. De plus, Chris Milk pose différentes questions par rapport aux bénéfices possibles que peut offrir la réalité virtuelle, quant à la communication et l'information, à l'enseignement et l'apprentissage, mais

⁸⁸² Alain Grumbach relève ainsi les contraintes que doit satisfaire une application de réalité virtuelle : « - espace :3D ; la communication entre l'application de réalité virtuelle et l'utilisateur comporte une composante image des objets du monde virtuel (sens large incluant des entités animées) qui permet de les visualiser en trois dimensions ; - temps : temps réel ; les réactions du système de réalité virtuelle sont fonction du comportement de l'utilisateur ; le temps de réaction du système est analogue à celui dont l'humain a l'habitude ; - interactivité : l'utilisateur fait un large usage d'interactions ; un spectacle dans lequel les mouvements des acteurs sont captés en temps réel et utilisés pour engendrer des comportements et des images projetés, entre tout à fait dans le cadre des œuvres de réalité virtuelle. ». Cf. Alain Grumbach, « Apport de la réalité virtuelle à la création artistique », in Philippe Fuchs, (éd.). *Le traité de la réalité virtuelle*, vol. 4, éd. Philippe Fuchs, 2006, p. 237-248, p. 237.

⁸⁸³ Chris Milk est réalisateur, producteur musical, photographe et artiste immersif.

⁸⁸⁴ Judith Guez et Jean-François Jégo, « L'usage des visiocasques pour les arts numériques », in Philippe Fuchs. *Les casques de réalité virtuelle et de jeux vidéo*, Paris, Presses des Mines – Transvalor, 2016, p. 209-224, p. 222.

surtout au bien-être collectif. La réalité virtuelle peut aussi influencer la manière dont l'être humain perçoit le monde et dont les individus se voient mutuellement. En fait, un individu peut accompagner tous les mouvements d'une autre personne à travers la réalité virtuelle. De ce point de vue, la réalité virtuelle peut transformer la communication et les relations humaines.

Conclusion du *Chapitre 1*

Le cinéma de poche se définit avant tout comme une réalisation d'images cinématographiques qui sont filmées à travers un appareil de poche très présent dans le quotidien des individus du monde contemporain. Ainsi, autant la taille de l'appareil que sa proximité avec celui ou celle qui tourne les images sont importants pour caractériser la relation de corporalité qui existe avec le réalisateur du cinéma de poche. Si la caméra du téléphone mobile peut être considérée comme une prothèse de l'œil du réalisateur (et du spectateur), on peut aussi considérer aussi l'appareil comme une prothèse d'autres parties du corps comme la main, le cerveau, etc. Sa petite taille favorise l'incorporation de l'appareil. Nous croyons que le téléphone mobile fait partie du corps de celui ou celle qui filme dans une sorte de relation symbiotique homme/technologie.

En général, les effets techniques utilisés au cinéma sont liés à la façon qu'a l'être humain de réfléchir et de sentir. Ces effets cinématographiques utilisent la façon dont le cerveau humain et la psychologie humaine fonctionnent. Hugo Münsterberg a montré l'analogie entre les effets et les techniques cinématographiques et le fonctionnement psycho-sensoriel du spectateur : sa perception du mouvement et de l'espace, son attention volontaire ou involontaire, la mémoire, l'imagination et l'émotion. Certaines techniques du cinéma semblent ainsi refléter le fonctionnement du psychisme humain.

Outre tous ces aspects, comme la taille de la caméra et les effets techniques, la proximité de la caméra et du corps de son utilisateur permet que l'on tourne des

images d'évènements sporadiques. Ces images sont ce que Richard Bégin a appelé « images somatiques » parce que ce sont des images résultant de la présence physique d'une personne « appareillée », munie d'un appareil ou d'une « prothèse ». Ces images, même si elles sont produites par des amateurs, sont caractéristiques de la contemporanéité et ont trouvé un espace croissant dans les moyens de communication.

Nous croyons que ces aspects permettent que les images soient absorbées par le corps du spectateur. Dans la réalité virtuelle par exemple, le spectateur est capable de ressentir corporellement comme s'il était présent dans l'image.

Chapitre 2 - Création mobile et culture participative

Durant le parcours de notre recherche sur le cinéma de poche, nous nous sommes toujours demandé s'il s'agit d'une expression cinématographique, artistique ou sociale et aussi quel serait le futur de cette pratique, ou plutôt, quel sera le futur des images mobiles. Le cinéma de poche peut-il être le futur du cinéma traditionnel dans ses différents aspects, esthétiques, économiques et technologiques ? Que peut-on attendre pour l'avenir de ces images mobiles ?

Ainsi, nous consacrons ce dernier chapitre de la thèse au futur de l'image mobile en partant d'un pronostic des leaders de *Facebook* sur l'importance de l'image, mais surtout sur la communication à travers elle, au détriment de la communication écrite. Nous croyons que toutes les images qui transitent sur internet, telles que les *emojis*, les photographies, les films de poche, sont concernées par ce pronostic. Les images qui proviennent des appareils mobiles ou qui sont médiées par ceux-ci sont devenues protagonistes grâce à l'internet et à la facilité de les partager et de les publier sur les réseaux sociaux. La communication à travers l'image est donc le point principal de ce chapitre.

Dans notre recherche sur la création mobile, chaque piste nous a poussée à approfondir notre analyse de la problématique de l'usage du téléphone mobile dans le domaine du cinéma mais aussi à analyser la problématique à partir de la recherche de « nouvelles » images. Dans le contexte d'une production journalistique, les nouvelles images sont notamment les images produites par les journalistes professionnels (les journalistes mobiles) équipés de leurs mobiles, mais aussi les images tournées par les amateurs afin d'enregistrer un événement et de publier.

1. Les réseaux sociaux

« Facebook sera définitivement mobile et probablement entièrement vidéo. (...) Chaque année, nous voyons une diminution du texte... Si je devais parier sur quelque chose, je dirais : la vidéo, la vidéo, la vidéo. »⁸⁸⁵

C'est ainsi que dans une conférence à Londres en 2016, Nicola Mendelsohn prévoyait un futur prometteur pour l'image dans *Facebook*. Ce pronostic prévoyait également le remplacement de la communication écrite par la communication à travers des vidéos, des photos, des *émojis*⁸⁸⁶, des *gifs*⁸⁸⁷, etc.

En novembre 2015, près de 8 milliards de vidéos étaient visualisées chaque jour sur *Facebook*⁸⁸⁸ et ce réseau social est toujours en expansion. D'après les statistiques divulguées par l'entreprise, *Facebook* avait très bien commencé l'année 2018, avec, en avril de la même année, plus de 2,2 milliards d'utilisateurs actifs par mois dans le monde (1,66 milliards depuis un mobile) et plus de 1,45 milliards

⁸⁸⁵ Déclaration de Nicola Mendelsohn, vice-présidente des opérations du réseau social pour la région Europe, Moyen-Orient et Afrique. Cf. Maxence Fabrice, « Facebook prédit la fin de l'écrit au profit de la vidéo », *FrenchWeb.fr*, 15 juin 2016 [disponible en ligne : <https://www.frenchweb.fr/facebook-predit-la-fin-de-lecrit-au-profit-de-la-video/247207>]. Consulté le 15 août 2018. C'est le chercheur brésilien José Otávio Pompeu e Silva, interviewé pour cette thèse, qui a attiré notre attention sur cette déclaration de Nicola Mendelsohn., et sur les prévisions que les dirigeants de *Facebook* faisaient alors sur l'utilisation de l'image sur le réseau social et les perspectives pour l'avenir de la société connectée sur internet (lors d'un entretien le 1^{er} janvier 2018 à Paris, en face à face).

⁸⁸⁶ « *Émoji* » est un terme japonais qui signifie pictogramme : il est formé des mots « *e* » (dessin, image) et « *moji* » (lettre, caractère). Le terme est en général écrit avec un accent en français. Les *émojis* voient le jour en 1999 lorsque l'entreprise japonaise de télécommunications NTT DoCoMo lance son réseau mobile *i-mode*. Pour plaire aux adolescents japonais qui s'envoyaient beaucoup d'images figuratives, mais aussi pour pallier la limitation du nombre de caractères dans les messages, Shigetaka Kurita, un membre de l'équipe de développement de l'entreprise *i-mode*, a créé le concept des *émojis*. Il s'est inspiré des symboles de bulletins météo, des mangas ou encore de *smileys* pour dessiner les 176 premiers pictogrammes. Au départ, ils étaient noirs et blancs. Très vite, ils se sont propagés partout : dans les mails, les messageries instantanées, les blogs, etc. » in Soraya Khireddine, *Culture web : #200 mots pour comprendre la génération internet*, 2018, p. 30.

⁸⁸⁷ Le *GIF* (*Graphics Interchange Format*) est une courte séquence (quelques secondes au plus) d'images numériques animées.

⁸⁸⁸ Maxence Fabrice, *op. cit.*

d'utilisateurs actifs chaque jour (1,15 milliards depuis un mobile)⁸⁸⁹. En France, il y avait à la même époque près de 35 millions d'utilisateurs actifs chaque mois (près de 31 millions depuis un mobile) et près de 27 millions chaque jour (près de 24 millions depuis mobile)⁸⁹⁰. Les chiffres publiés sur les applications qui composent *Facebook*, montrent aussi que *WhatsApp* possédait 1,5 milliards d'utilisateurs par mois⁸⁹¹, *Facebook Messenger* 1,3 milliards d'utilisateurs actifs en septembre 2017⁸⁹² et *Instagram* un milliard d'utilisateurs actifs par mois en juin 2018⁸⁹³.

Ainsi, en avril 2018 *Facebook* était en tête d'une liste de 22 réseaux sociaux pour le nombre d'utilisateurs actifs⁸⁹⁴. *YouTube* avait 1,8 milliards d'utilisateurs actifs par mois (mai 2018), *Twitter*, 336 millions d'utilisateurs actifs par mois (avril 2018), *Snapchat*, 300 millions d'utilisateurs actifs par mois (estimation de *Business Insider*) (avril 2016) et 191 millions d'utilisateurs actifs par jour (mai 2018), *Skype*, 300 millions d'utilisateurs actifs par mois (mars 2016), *Dailymotion*, 300 millions d'utilisateurs actifs par mois (avril 2017), *LinkedIn*, 252 millions d'utilisateurs actifs par mois (estimation en avril 2017), *Pinterest*, 200 millions d'utilisateurs actifs par mois (septembre 2017), notamment⁸⁹⁵.

L'étendue des services de *Facebook* expliquent son succès auprès des internautes. Ce réseau permet que ses utilisateurs publient des photos, des vidéos et des fichiers. Il est possible aussi d'échanger des messages et de créer des groupes de partage des données (messages, photos, vidéos, etc.). Aujourd'hui *Facebook*

⁸⁸⁹Voir l'onglet « Informations sur la société », sur le site Facebook Newsroom France [En ligne : <https://fr.newsroom.fb.com/company-info/>]. Consulté le 15 août 2018.

⁸⁹⁰ *Idem*.

⁸⁹¹ *Idem*.

⁸⁹² « Facebook Messenger Day hits 70M daily users as the app reaches 1.3B monthlies », *TechCrunch*. [En ligne : <https://techcrunch.com/2017/09/14/facebook-messenger-1-3-billion/>] Consulté le 17 juillet 2018.

⁸⁹³ « Welcome to IGTV », *Instagram*, 20 juin 2018. [En ligne : <https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/>]. Consulté le 17 juillet 2018.

⁸⁹⁴ Rudy Viard, « Le Classement des Réseaux Sociaux », *Webmarketing Conseil*, 31 mai 2018. [En ligne : <https://www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux/>]. Consulté le 17 juillet 2018.

⁸⁹⁵ *Idem*.

concentre ses efforts sur des services et des applications tournés vers la création et publication d'images, et nous nous demandons dans quelle mesure la prédominance de l'image sur ce réseau peut affecter ses utilisateurs.

1.1. La multiplication de l'image

Dès les peintures rupestres dans les grottes de l'homme paléolithique, jusqu'à l'art moderne du XX^e siècle et les arts visuels du XXI^e siècle, en passant par les mosaïques de l'Antiquité, puis les enluminures, les vitraux, les tapisseries, etc., l'image a toujours été présente sous de multiples formes dans la vie des individus. L'invention de l'imprimerie en permettra une large diffusion. Au XIX^e siècle, avec l'invention de la photographie et la commercialisation des premiers appareils capables d'enregistrer des images qui peuvent ensuite être reproduites, on observe une multiplication accrue des images. C'est à la fin de ce même siècle qu'a surgi le cinématographe des frères Louis et Auguste Lumière, un appareil apte à tourner, copier et projeter les images et qui a été le précurseur du cinéma.

Outre les changements historiques, techniques et technologiques qu'ils ont connus, les arts visuels ont aussi fait l'objet de diverses réflexions de philosophes et théoriciens, notamment Emmanuel Kant au XVIII^e siècle, Martin Heidegger et Maurice Merleau-Ponty au XX^e siècle. Par exemple, « *pour Heidegger, l'art ne saurait se limiter à la science de l'expert et du spécialiste. Car le véritable tableau dérange celui qui le regarde, en le faisant quitter momentanément ce qu'il connaît.* »⁸⁹⁶.

Dans l'art contemporain, la multiplication des images liée à la démocratisation de la photographie a fait aussi surgir plus récemment des questionnements. Selon Escande-Gauquié et Naivin,

⁸⁹⁶ Pauline Escande-Gauquié et Bertrand Naivin, *Monstres 2.0 : l'autre visage des réseaux sociaux*, Paris, François Bourin, 2018, p. 20.

« les artistes du Pop Art américain interrogeront au cours des années 1960 ce devenir de l'image aux temps des médias qui en démocratiseront l'accès, et après que la photographie – notamment avec les marques Kodak et Polaroid – a permis au plus grand nombre de devenir des faiseurs d'image. Warhol se demande alors par exemple ce que devient une image horrible lorsqu'elle est dupliquée et vue plusieurs fois sur un écran de télévision, sur une affiche ou dans un journal. »⁸⁹⁷

L'histoire de la technique de la photographie est passée par la phase des pellicules où les hauts coûts limitaient pour les photographes le nombre de prises de photos, ou même leur duplication, surtout pour les amateurs. Avec l'internet, les appareils mobiles et les réseaux sociaux, la duplication et le partage d'images sont devenus courants.

« Aujourd'hui, cet appareil photo qu'est devenu notre mobile ne nous quitte jamais, et ses capacités de stockage sont telles que nous pouvons désormais prendre un nombre astronomique, pour ne pas dire « monstrueux », de clichés. Conséquence : là où nous prenions une image, nous en faisons à présent des dizaines, voire des centaines qui, au total, finissent toutes par se ressembler. Nous ne les regardons plus une par une, en nous remémorant le moment qu'elles ont figé, nous les faisons au contraire défiler dans une frénésie compulsive, tels des spectateurs hallucinés. Aujourd'hui, tout peut et doit être photographié puis partagé, commenté ou liké. La masse numérique est matrice ; la quantité est devenue qualité. »⁸⁹⁸

Cette observation importante d'Escande-Gauquié et Naivin met en relief une réalité qu'ils ont appelée « *l'image monstre : celle de la démultiplication infinie* ». Il y a une augmentation du nombre d'images éphémères et anodines du fait de la banalisation des moyens de production et reproduction, comme la technologie des appareils photo (produire, stocker) et les réseaux sociaux (partager). Ainsi, dans le paysage actuel, c'est entre l'enregistrement d'une image et le partage que « *l'image monstre* » d'Escande-Gauquié et Naivin se développe.

⁸⁹⁷ *Ibidem*, p. 20-21.

⁸⁹⁸ *Ibidem*, p. 22.

L'image numérique et l'interactivité intense qui existe sur les réseaux sociaux est un élément essentiel à aborder dans une discussion sur la multiplication des images. Les téléphones mobiles, qui sont de petits ordinateurs de poche, sont des instruments clés de l'accès aux contenus numériques. Ils permettent de se connecter avec d'autres appareils intelligents et d'autres écrans afin de voir, lire, écouter ces contenus. Ce flux d'informations, où il y a échange et multiplication de l'information, est caractéristique des réseaux sociaux. Il s'agit d'une condition importante pour la création de nouveaux contenus numériques comme les images.

1.2. La culture participative et collaborative des réseaux sociaux

Les utilisateurs de l'internet ont changé leurs modes d'utilisation depuis les années 1990, lorsque le *web* s'est largement démocratisé, jusqu'à aujourd'hui, avec la participation effective des internautes à la production des contenus numériques. Pauline Escande-Gauquié et Bertrand Naivin ont ainsi observé que :

« Celui qu'on appelle communément le « web 2.0 » initie une nouvelle culture participative et collaborative en plaçant l'internaute au cœur de son fonctionnement. Les utilisateurs peuvent désormais non seulement échanger et interagir, mais aussi créer et coproduire du contenu. Avec l'explosion des nouveaux médias et des équipements numériques, l'utilisateur devient mobile, s'exprimant sur la toile avec cette assurance inédite de pouvoir être lu, vu ou entendu par des dizaines, des centaines, voire des milliers d'autres individus, n'importe où, n'importe quand. Muni de son smartphone, l'anonyme peut aujourd'hui témoigner de n'importe quel événement public : il n'est plus astreint au rang de spectateur du monde ; il en devient simultanément le commentateur et l'acteur. Les réseaux sociaux lient aujourd'hui continuellement les individus entre eux, permettant une circulation sans limites et gratuite de données et de savoirs, et une démocratisation horizontale de l'expression individuelle. »⁸⁹⁹

⁸⁹⁹ *Ibidem*, p. 8-9.

Dans une perspective historique sur l'utilisation de l'internet et le cadre typique du cinéma de poche, on remarque un échange presque symbiotique entre les individus connectés et les réseaux sociaux qui montre une certaine « évolution » dans la façon d'utiliser l'internet. Ainsi, les réseaux sociaux peuvent être catégorisés selon la manière dont ces réseaux sont utilisés et selon les profils des usagers. Il existe différents types de réseaux sociaux, chacun ayant des fonctionnalités et des objectifs divers, les nombreux usagers qui utilisent un même réseau social pouvant avoir eux aussi des objectifs très divers. De plus, il semble qu'à chaque nouveau type de communication électronique qui se crée sur internet, un nouveau langage ou de nouvelles variantes apparaissent également⁹⁰⁰. Nous allons réfléchir un peu plus loin dans ce chapitre sur ces différents langages, tant écrits que visuels.

Les réseaux sociaux peuvent être catégorisés selon l'objectif principal de leurs services : la socialisation, le réseautage ou la navigation sociale. Pour la socialisation, la communication sociale entre les membres du réseau est axée sur les échanges personnels ou éventuellement professionnels, à caractère privé ou non, ludique ou politique ou commercial, avec la possibilité de création de groupes ou de communautés ayant des intérêts en commun ou pour des actions communes, comme dans le cas de *Facebook*, notamment. Le réalisateur mobile Frank Mora a par exemple raconté son expérience lors de la divulgation publicitaire de son film *Charlotte SP*⁹⁰¹. En raison des coûts très élevés de production, le réalisateur a opté pour divulguer aussi son film à travers les réseaux sociaux, surtout *Facebook*, un choix qui selon lui a permis une divulgation efficace de son film.

Le deuxième objectif que peut avoir un site de réseau social est le « réseautage » dont la caractéristique est la communication interpersonnelle où les contacts sont utilisés pour obtenir d'autres contacts, comme dans le cas de *LinkedIn*.

⁹⁰⁰ Mike Thelwall, « Social Network Sites: Users and Uses », in *Advances in Computers*, vol. 76, éd. Marvin Z. Zelkowitz, 2009, p. 19.

⁹⁰¹ D'après l'entretien réalisé avec le réalisateur et réalisateur mobile brésilien Frank Mora, 08 février 2017, en ligne. Mora a réalisé le film de poche (long métrage) *Charlotte SP* en 2016.

Le troisième objectif, la navigation sociale, est atteint à travers des fonctionnalités qui permettent aux utilisateurs de trouver un type particulier d'informations ou de ressources, comme des actualités, ou des images, ou des vidéos, notamment. Ces informations sont consultées sur des sites où la rencontre sociale n'est pas le but principal. Les exemples dans cette catégorie sont : *YouTube, Flickr, etc.*⁹⁰².

Les intérêts des usagers des réseaux sociaux sont nombreux et peuvent être classifiés à partir des services que ces usagers recherchent sur internet. Dans l'article intitulé *La pharmacologie des réseaux sociaux*, Christian Fauré remarque que chaque usager est émetteur et récepteur de données, puisqu'en fait, chaque internaute peut produire et aussi publier des informations. Ces informations suscitent ensuite l'intérêt d'autres internautes également qui peuvent les partager (les republier) et elles vont se multiplier par effet de réseau. Fauré décrit les divers systèmes de publication de documents sur *web*, et il observe également que

« L'architecture du web a fait le succès des démarches de partage et de collaboration parce que, en tant que système de publication, chaque document est à la fois identifié et accessible via son URL. Partager, c'est d'abord partager ces identifiants que sont les URLs, quels que soient les ressources partagées et les types de documents (.jpg, .flv, .mov, .doc, .xls, .html, .xml, etc.). Ainsi, selon la nature du document, plusieurs services de publication et de partage sont historiquement apparus sur le web :

- *Partager des CVs (LinkedIn, Viadeo) ;*
- *Partager des vidéos (YouTube, Dailymotion) ;*
- *Partager des images et des photos (Picasa, Flickr) ;*
- *Partager des réflexions, des convictions ou des passions, des articles (blogs) ;*
- *Partager des interrogations et discussions collectives, Q&A (forum, StackOverflow, Yahoo! Answers, Cora) ;*
- *Partager des textes et des documents (Wikipédia, Knowl) ;*
- *Partager des statuts des micro-messages (Twitter, Identica) ;*

⁹⁰² Mike Thelwall, *op. cit.*, p. 25.

- *Partager des géolocalisations (Foursquare) ;*
- *Partager des bookmarks/favoris (delicious) ; etc. »*⁹⁰³

L'article de Fauré est daté de 2012 et certains réseaux sociaux comme *Picasa*, par exemple, sont aujourd'hui désactivés⁹⁰⁴. Fauré observe que les solutions techniques de publication ont évolué en raison des différents types de documents publiés. Il remarque aussi qu'« *on a assisté à des solutions généralistes de publication (les réseaux sociaux) pour n'importe quel type de documents ; les réseaux sociaux se présentant ainsi comme des plateformes de méta-publication.* »⁹⁰⁵. Ainsi, ce n'est plus tant le partage des données (des documents publiés) qui est le plus important dans ces plates-formes, mais le partage des profils de ceux qui les publient : « *Ainsi, si dans le couple document/auteur c'est le document qui était la majeure dans les solutions de partage 2.0, avec les services de réseaux sociaux c'est le profil qui devient la majeure.* »⁹⁰⁶.

Il existe un flux de publications de chaque individu inscrit sur ce réseau qui sont rattachées à son profil et sont stockées par le réseau social. Il existe également un flux de publicités (pour le propre réseau social, ou pour des entreprises partenaires ou clientes de ce réseau) qui sont sélectionnées et adressées par le propre système du réseau social à cet individu inscrit et qui sont définies en fonction de son profil, de ses contacts et des documents qu'il a déjà publiés : « *il s'agit à chaque fois d'un document, étant entendu que même un profil d'utilisateur est un document* »⁹⁰⁷. C'est une caractéristique des réseaux sociaux comme *Facebook*, *Twitter*, etc., qui cherchent donc à identifier les centres d'intérêts de leurs utilisateurs à des fins publicitaires. Le profil de l'utilisateur est associé à un identifiant et un mot de passe qui sont exigés chaque fois que l'utilisateur se connecte au réseau social. Ainsi, tous les documents

⁹⁰³ Christian Fauré, « La pharmacologie des réseaux sociaux », in *Réseaux sociaux : culture politique et ingénierie des réseaux sociaux*, éd. Bernard Stiegler, Paris, Fyp : Institut de recherche et d'innovation, 2012, (« Nouveau monde industriel »), p. 113.

⁹⁰⁴ Nous n'avons pas non plus réussi à obtenir d'accès aux plateformes *Cora* et *Knowl*.

⁹⁰⁵ *Ibidem*.

⁹⁰⁶ *Ibidem*.

⁹⁰⁷ *Ibidem*, p. 114.

partagés sont attachés à l'identifiant (le profil) de l'utilisateur. Ces situations font aussi réfléchir sur la sécurité des données personnelles sur internet.

1.3. La communication par l'image dans les réseaux sociaux (écriture et créativité)

Mais ce sont les réseaux sociaux de partage d'images et de vidéos qui nous intéressent ici. Les usagers de ces réseaux tendent à utiliser d'autres modes de communication alternatifs à l'écrit. Mark Zuckerberg a annoncé récemment le développement dans ces réseaux de certaines technologies qui favorisent la création et l'insertion de l'image⁹⁰⁸.

En 2016, Mark Zuckerberg estimait que dans les cinq ans la communication écrite allait disparaître sur la plateforme *Facebook*⁹⁰⁹. Il s'agissait d'un pronostic – qui reflète peut-être certains intérêts commerciaux de la plate-forme – issu de l'observation qu'il existe un usage croissant des images, comme nous le montrerons ci-dessous, et qui nous conduit à nous demander ce qui change dans la communication entre personnes sur les réseaux sociaux.

Aujourd'hui, les petits messages que les internautes échangent sur les réseaux sociaux utilisent souvent un langage très particulier qui s'est créé pour la communication sur les réseaux sociaux. Ces expressions propres de l'internet, comme par exemple les acronymes, permettent une communication rapide et brève et reflètent les sentiments des interlocuteurs, tels que, « *LOL* » (*laughing out loud*, éclater de rire), « *OMG* » (oh mon Dieu !), « *xoxo* » (bisous)⁹¹⁰, notamment.

⁹⁰⁸ Maxence Fabron, « Conférence F8 : Facebook dévoile ses plans en matière de social VR », *FrenchWeb.fr*, 19 avril 2017 [En ligne : <https://www.frenchweb.fr/conference-f8-facebook-devoile-ses-plans-en-matiere-de-social-vr/289082>]. Consulté le 06 septembre 2018.

⁹⁰⁹ Maxence Fabron, « Facebook prédit la fin de l'écrit au profit de la vidéo », (*op. cit.*).

⁹¹⁰ Morgane Tual, « « LOL » et « omg » menacés par les « emoji », selon Instagram », *Le Monde*, 7 mai 2015. [En ligne : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/05/07/lol-et-omg-menaces-par-les-emoji-selon-instagram_4629489_4408996.html]. Consulté le 25 juillet 2018.

Outre les acronymes, il existe aussi une communication à travers des pictogrammes, les *émojis* (« Le mot « emoji », apparu en 1999 sur les téléphones mobiles japonais, lui-même vient du japonais : 絵 ($e \cong$ image), 文 ($mo \cong$ écriture) et 字 (ji de caractère \cong) »⁹¹¹) qui sont devenus aussi des outils importants de communication sur le web : « Aujourd'hui, les *émojis* parviennent même à retranscrire une humeur et à compléter une pensée. »⁹¹². Les *émojis* traduisent les expressions faciales (comme par exemple, le fou rire jusqu'aux larmes, les yeux remplis d'amour et le baiser ponctué d'un clin d'œil), les situations du quotidien, les moments à partager, etc. Il y a aussi des *émojis* de personnes de différentes ethnies ou genres, d'objets, d'animaux, d'éléments de la nature, de boissons, d'aliments, d'activités, de lieux, de moyens de transport, de drapeaux et de symboles graphiques⁹¹³. Ainsi, « L'emoji élargit le répertoire de l'émoticône qui était basé sur une série de caractères textuels (généralement des signes de ponctuation) et qui était censé figurer l'implication d'un visage. »⁹¹⁴, comme par exemple : « :) » (sourire, heureux), « ;) » (clin d'œil), « :P » (tire la langue). L'émoticône est apparu comme une forme de langage associée aux SMS, messages très brefs échangés entre téléphones portables – qui au départ ne possédaient qu'un clavier alphanumérique et ne permettaient pas l'inclusion d'images –, dont le coût était proportionnel au nombre de caractères (ce qui explique d'ailleurs aussi en partie l'usage d'acronymes).

En 2015, le réseau *Instagram* a présenté une étude montrant la possibilité sur internet de substituer les acronymes par les *émojis*. Sur *Instagram*, un réseau qui permet le partage de photos et de vidéos, les textes sont liés aux commentaires et aux descriptions des photos. En 2011, 10% de ces commentaires étaient exprimés à travers les *émojis*. En 2015, ce pourcentage s'élevait à près de la moitié des

⁹¹¹ Laurence Allard, « De l'hypertexte au mobtexte. Les signes métis de la culture mobile : écrire quand on agit », *Les objets hypertextuels : pratiques et usages hypermédiatiques*, éd. Caroline Angé, 2015, pp. 167-188, p. 180.

⁹¹² Soraya Khireddine, *op. cit.*, p. 30.

⁹¹³ Russ Thorne, *Petite encyclopédie des émoticônes*, Paris, Circonflexe, 2016, p. 5.

⁹¹⁴ Laurence Allard, « Des mobiles, des apps et autant de nuances d'images », 29. *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »), p. 171.

commentaires, signe de la grande acceptation par les internautes de ces petits symboles⁹¹⁵, ce qui a fait dire à un ingénieur d'*Instagram* que « *L'usage des emoji est en train de modifier le vocabulaire des gens sur Instagram et devient un important moyen d'expression* »⁹¹⁶. Cette même année, les Français étaient au deuxième rang des usagers les plus amateurs d'*emojis* et inséraient des *emojis* dans 50% de leurs textes⁹¹⁷. En juillet 2017, Zuckerberg a publié le classement des dix *emojis* les plus populaires sur *Facebook* (figure 15) ainsi que les *emojis* les plus populaires par pays (figure 16)⁹¹⁸.



Figure 15 : Les *emojis* les plus populaires sur *Facebook* en 2017 (d'après Mark Zuckerberg).

⁹¹⁵ Morgane Tual, *op. cit.*

⁹¹⁶ Selon Thomas Dimson, ingénieur software d'*Instagram*, cité par Morgane Tual. *Ibidem*. Cf. le post de Thomas Dimson, « *Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends* », sur le site *Instagram Engineering*, 30 avril 2015 [en ligne : <https://instagram-engineering.com/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji-trends>]. Consulté le 31 août 2018.

⁹¹⁷ *Ibidem*.

⁹¹⁸ D'après un post de Mark Zuckerberg sur sa page *Facebook* le 17 juillet 2017, même si « *rien n'indique si ce classement est 100% réel* ». Cf. le post « *Voici les 10 Emojis les plus populaires sur Facebook* », sur le site *l'avenir.net*, 18 juillet 2017 [en ligne : https://www.lavenir.net/cnt/dmf20170718_01031705]. Consulté le 31 août 2018.



Figure 16 : Pays qui utilisaient le plus d'*emojis* sur *Facebook* en 2017, et dans chacun, *emoji* le plus populaire (d'après Mark Zuckerberg).

Les *emojis* sont effectivement une réalité de la communication sur ces réseaux et dans la vie des individus connectés. Le téléphone mobile, un appareil aux multiples usages, a amené un changement important dans la communication écrite. Selon Laurence Allard, les téléphones mobiles en général ont donné lieu « à une mutation de l'écriture ordinaire »⁹¹⁹. Elle explique aussi le passage qui s'est produit de l'hypertexte vers ce qu'elle a appelé le « mobtexte » :

« Si l'hypertexte a pu désigner une textualité structurée par le world wide web, le mobtexte délimite les jeux de langage circulant à travers le réseau des terminaux mobiles. Le mobtexte contribue à modeler une culture mobile qui suppose ses genres (du texto au selfie), ses contenus (des applications aux notifications) et ses formats (de la conversation téléphonique au livestreaming vidéo). La notion de mobtexte voudrait rendre compte de la textualité composée par les expressions et les interactions interfacées par les terminaux mobiles. Ces jeux de langage mobiles, qui sont des « jeux avec le temps » [RIC, 1983] et non plus seulement l'espace [FER, 2006], mélangent l'écriture en agencements de textes et d'images mais aussi de mots-images et bientôt de data. Ainsi, le mobtexte montre l'évolution du

⁹¹⁹ Laurence Allard, « De l'hypertexte au mobtexte. Les signes métis de la culture mobile : écrire quand on agit », *Les objets hypertextuels : pratiques et usages hypermédiatiques*, éd. Caroline Angé, 2015, pp. 167-188 (*op. cit.*), p. 167.

paradigme de l'hypertexte dans sa dimension d'hypermédia s'agissant également des objets connectés. »⁹²⁰

Les « mobtextes » sont associés à différents modes d'écriture, tant à travers des images qu'à travers des textes, dans une communication presque toujours brève comme dans le cas des réseaux sociaux. En fait, ce croisement des modes d'écriture dans lequel est incluse l'image est le résultat de l'usage des nouvelles technologies mobiles avec l'internet. En plus des images-mots, les *émojis*, il y a aussi les images qui sont produites par les appareils mobiles, comme les photos et les vidéos, qui sont des modes d'expression importants, tant pour la création artistique que pour la création d'une communication effectivement mobile. Pour Allard, les images mobiles sont « *une sorte de « page blanche » [...] et c'est sur cette page blanche qu'il va s'agir d'écrire soit un texte verbal, soit un mot-dièse (tag au lieu de métadonnées), soit une image-mot (emoji), parfois en ajoutant même un graphisme supplémentaire. »⁹²¹*

Allard renvoie notamment aux principes de la théorie sémio-pragmatique dans sa classification des images mobiles, où elle sépare les images mobiles en « *six grandes catégories d'« image mobilisées » saisies dans leur contexte de production ou de réception »⁹²²*, à savoir,

« « image de soi », « image-mot », « image calculée », « image appspérimentée », « image en boucle », « image capturée ». Ces espèces d'images sont typiquement produites, reçues et partagées par différents acteurs de la rencontre entre arts traditionnels ou émergents et mobiles au sens large. »⁹²³

⁹²⁰ *Ibidem*, p. 167-168. Laurence Allard cite ici Paul Ricœur, *Temps et récit 1*, Paris, Seuil, 1983 et Maurizio Ferraris, *T'es où ? Ontologie du téléphone portable*, Traduit de l'italien par Pierre-Emmanuel Dauzat, préfacé par Umberto Eco, Paris, Albin Michel, 2006.

⁹²¹ Laurence Allard, « Des mobiles, des apps et autant de nuances d'images », 29. *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »), (*op. cit.*), p. 166.

⁹²² *Ibidem*.

⁹²³ *Ibidem*, p. 167.

À notre avis, le cinéma de poche, est aussi inclus dans ces grandes catégories organisées par Allard comme « image mobilisée », de la culture mobile. L'« image de soi », par exemple, est une catégorie constituée par les *selfies*, et recouvre l'exposition de ces *selfies* sur les réseaux sociaux et dans les *web galleries*. Dans celle de l'« image-mot », Allard inclut les *emojis*. Cette catégorie représente un fort pouvoir de communication entre les gens. Outre les divers usages dans la communication déjà mentionnés, Allard relève aussi un usage artistique des *emojis*, où les *emojis* se déplacent du champ des pictogrammes du langage écrit vers le champ des arts visuels, et deviennent des « *emojis art* ». Allard observe que sur *Instagram*, la moitié des textes sont composés par des « images-mots »⁹²⁴.

L'« image calculée » est celle tournée vers l'économie créative du mobile et elle associe les arts visuels – photographie et vidéo – et la technologie mobile. Selon Allard, « *Il s'agit, en effet, de mettre les genres de l'art photographique, renouvelés par les applications et les réseaux socio-numériques, au service d'une marque, d'une entreprise ou d'une institution.* »⁹²⁵. Grâce à ces images, certains utilisateurs font impression, deviennent d'importants influenceurs sur les réseaux sociaux et en font une activité extrêmement lucrative⁹²⁶. Dans cette catégorie, il y a les films mobiles tournés avec des *iPhones* postés sur *Instagram*, qui sont, ainsi que les photographies, disponibles sur ce réseau dans l'espace d'*Apple* et également à partir du *tag*, *#ShotoniPhone*, par exemple. Nous croyons qu'il existe une liaison fructueuse entre les films mobiles et la publicité en général, une question que nous avons déjà abordée au sujet des campagnes publicitaires d'*Apple* sur les films réalisés par des *iPhones* (cf. la section 2.1 du chapitre 1 de la deuxième partie : « *Les campagnes publicitaires autour de l'iPhone* »).

⁹²⁴ *Ibidem*, p. 172.

⁹²⁵ *Ibidem*, p. 175.

⁹²⁶ Comme par exemple Adrien Brunel, alias Neriad, un influenceur français sur *Instagram*. Selon Allard « *C'est à travers l'utilisation d'applications comme Instagram qu'il est devenu photographe et s'est pris au jeu de la création et des commentaires avec ses followers qui se comptent au moment de la rédaction de ce texte à 280 millions.* ». *Ibidem*.

Le néologisme l'« image appspérimentée » concerne l'usage des applications pour les images mobiles, photos ou vidéos, et pour les sons. Ce qui est intéressant est la création de petits groupes qui partagent des informations sur les applications utilisées⁹²⁷. Au sujet de cette « image appspérimentée », Allard rapporte le témoignage du photographe Yannick Brice sur son expérience professionnelle et observe :

« Yannick Brice insiste : « mon principal outil est mon doigt. Je n'ai rien d'autres depuis cinq ans, pas de stylo, pas de pinceau ». Ensuite, il y a son langage : « mes applications. Ces applications c'est mon langage artistique. Il faut se les approprier, les fouiller ». Atteignant un certain degré de pratiques, « je sais chercher dans chaque application ce dont j'ai besoin ». Et puis, il y a la matrice représentée par le smartphone dans laquelle images fixes, animées et sons se transforment en création. Cette dimension machinique de la création est également spécifique aux artistes de la photographie mobile qui sont des usagers virtuoses des applications, des hackers de store. »⁹²⁸

Le GIF (*Graphics Interchange Format*) animé est le principal représentant de l'« image en boucle ». Cette catégorie d'images animées peut être un effet utilisé dans la création d'un film mobile. Ensuite, il y a l'« image capturée » qui provient de l'« art de la capture d'écran ». Il s'agit de l'appropriation d'images sur les réseaux sociaux par un artiste qui les expose ensuite dans un autre espace, comme une galerie d'art par exemple. Dans le monde des arts visuels, l'appropriation a été toujours polémique et discutée. Dans le monde des images mobiles, cet acte est également discuté surtout d'un point de vue juridique, notamment pour des questions de droits d'auteur et de droit à la protection de l'image.

L'image animée ou le film de poche peut être inclus dans toutes les catégories mises en évidence par Allard, ce qui nous renvoie à l'interview que Roger

⁹²⁷ *Ibidem*, p. 179.

⁹²⁸ *Ibidem*, p. 179-180.

Odin à donnée au *Festival Pocket Film* de Paris⁹²⁹, déjà commentée auparavant (cf. la section 3.2 du chapitre 3 de la deuxième partie : « Le contexte du cinéma de poche – L’espace de réception ») où, selon Roger Odin, le film de poche est un « *cinéma-fait-avec-un-téléphone-portable* ». Ainsi, lorsque nous établissons un parallèle entre le cinéma de poche et le cinéma traditionnel, nous le faisons à partir des aspects les plus concrets, technologiques et économiques notamment, et d’aspects réflexifs sur le monde du cinéma, à travers des études de sociologie, en particulier sur les comportements, et de la philosophie.

Mais si le film de poche n’appartient pas toujours au domaine du cinéma ou de l’art, on le trouve aussi dans le domaine de la communication. Ainsi, il constitue également une expression sociale, et correspond à une hypothèse qui entend le film de poche comme un mode de communication contemporain. Ces images mobiles qui apparaissent dans les échanges sur les réseaux sociaux représentent selon nous une expression de la création mobile. Comme le suggère la théorie *Gestalt*, (cf. la section 1.2 du chapitre 2 de la première partie : « La créativité ») nous croyons que la créativité qui s’y manifeste surgit en réponse au défi de réaliser une image/communication, dans une sorte de réaction lumineuse, un *insight*.

Dans cette perspective, le film de poche est inclus dans la prévision de Nicola Mendelsohn sur l’avenir de *Facebook*, évoquée au début de ce chapitre, d’une utilisation croissante de vidéos, de photos, d’*emojis*, de *gifs*, etc. Quand on analyse les films de poche dans les réseaux sociaux, ils semblent plutôt être des collections d’images animées axées sur la communication dans ces réseaux. Dans ce sens, ces films en général ne semblent pas relever du domaine du cinéma, comme nous nous le demandions dès le début de cette thèse. Mais qu’est-ce qui change pour les films de poche avec leur diffusion dans l’espace des réseaux sociaux ?

⁹²⁹ Roger Odin « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin », article publié sur le site du *Festival Pocket Films*, mai 2009 (*op. cit.*) [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1114>]. Consulté le 24 août 2015.

1.4. Le langage esthétique du film mobile sur les réseaux sociaux

Les films pour les réseaux sociaux correspondent à une catégorie d'images qui sont créées au moyen de caméras mobiles, éditées au moyen d'applications et diffusées sur les réseaux sociaux. Certains réseaux sociaux, comme *Instagram* ou *YouTube*, notamment, sont des espaces consacrés à la diffusion des images, mais qui utilisent des interfaces graphiques différentes.

Chaque réseau social possède un langage esthétique très particulier. Selon le réalisateur mobile Marcel Izidoro⁹³⁰, qui a aussi réalisé divers films pour les réseaux sociaux, toutes les images produites aujourd'hui par les caméras mobiles sont audiovisuelles. En fait, il y a des films qui sont réalisés pour le cinéma et qui sont diffusés sur *Netflix* ou l'inverse, des films qui sont réalisés pour *Netflix* et qui sortent sur les écrans des salles de cinéma. Pour Izidoro, la qualité de la production des films mobiles ainsi que la qualité des appareils personnels pour la visualisation des images sont aujourd'hui vraiment excellentes. Ainsi, il ne va voir un film dans une salle de cinéma que lorsque le film est vraiment bon ou pour sortir avec des amis, sinon, il préfère voir les films chez lui. Ces avancées dans la technologie de visualisation des images ont changé profondément le mode de vie des individus. Pour lui, les enfants ne savent plus la différence entre *Netflix* et les chaînes de télé. Les réseaux sociaux sont aussi des espaces de visualisation des images. Cependant, les réalisateurs mobiles qui publient leurs films sur les réseaux sociaux sont obligés de connaître les langages esthétiques induits par chaque réseau. Aujourd'hui, Izidoro croit qu'il existe un langage esthétique qui dépend plus du lieu où le réalisateur mobile va diffuser ses images que de l'appareil et des ressources utilisées pour la création, et il est plus important de réfléchir sur ce lieu que sur l'appareil utilisé pour réaliser les images mobiles.

⁹³⁰ Entretien réalisé Marcel Izidoro, le 6 février 2017, en ligne.

« Si vous voulez créer une chaîne sur YouTube, YouTube vous oblige avoir un langage qui est le langage du Vlog⁹³¹ : regarder la caméra, des coupures plus brusques, avec une édition ludique, avec des éditions au milieu... Peu importe si vous utilisez une caméra de dix mille dollars ou un téléphone mobile de quinze dollars. Le langage est fait pour que vous puissiez vous insérer sur YouTube, pour avoir l'air d'une chaîne YouTube. C'est la même chose pour Netflix, pour Instagram. Vous faites une photo et il faut un filtre qui rappelle Instagram. Indépendamment de la qualité de la photo, il faut le filtre, que ça ressemble à Instagram. Si vous postez une vidéo sur Facebook, la narration, principalement, possède un autre langage. »⁹³²

Ainsi, ce sont les réseaux sociaux qui déterminent le langage esthétique de l'image. *« Je crois que le langage provient beaucoup plus de l'environnement où vous allez mettre l'image que de la production. »*. Pour Izidoro, qui réalise des films publicitaires pour l'internet, la télévision et le cinéma, le langage esthétique des images en mouvement a changé. Sur internet, par exemple, ce qui importe, ce n'est pas la qualité de l'image, mais le fait que le message doit atteindre le public.

« Si je suis sur YouTube, je mets une personne qui parle en regardant la caméra, une caméra à la main, d'un certain endroit... Je montre une image plus réelle. Si bien qu'on ne voit presque jamais de séries tournées de façon classique, c'est-à-dire, champ et contrechamp, caméra, équipe...et quand on en voit, ce sont de films qui n'ont presque jamais de bonne performance, ils n'ont pas un nombre de visualisations très élevé. »⁹³³

Izidoro observe que le langage esthétique utilisé sur *YouTube*, par exemple, diffère de tout ce qu'il a appris au cours de sa formation de réalisateur, comme la lumière, la qualité de l'équipement, par exemple.

« Si vous racontez une même histoire au cinéma, à la télé, à la radio et dans un livre..., chacune va avoir sa propre esthétique, sa propre manière de raconter. Aujourd'hui, pour moi, les chaînes numériques, c'est la même

⁹³¹ Vlog : « Contraction des mots « vidéo » et « blog », un vlog est une sorte de journal intime 2.0 où les influenceurs résument leur journée sous forme de mini-séquences vidéo ». Cf. Soraya Khireddine, *op. cit.*, p. 123

⁹³² Selon Marcel Izidoro, lors de son interview pour cette thèse.

⁹³³ D'après l'interview avec Marcel Izidoro.

*chose, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, chacune a son langage, du fait de ses limitations techniques ou de la manière dont les gens consomment. »*⁹³⁴

Les réalisateurs mobiles qui utilisent les réseaux sociaux comme moyen de création et de diffusion de l'image peuvent aussi utiliser les ressources techniques offertes par ces réseaux. En 2016, lorsque Mark Zuckerberg ou Nicola Mendelsohn ont annoncé les futures étapes dans le développement de *Facebook*, ce réseau proposait déjà certains services, applications et technologies, favorisant la présence de l'image vidéo sur le réseau.

Un an auparavant, *Facebook* avait lancé le service *live streaming* qui permettait la création de vidéos pour *Facebook Live*. Pour stimuler ce service, *Facebook* a cherché des partenaires parmi lesquels les deux grandes chaînes d'information en continu, *CNN (Cable News Network)* et *Fox News*. Par ailleurs, les vidéos qui sont diffusées en direct sur *Facebook* peuvent être également revues par après. « *Selon les dirigeants du réseau social, deux tiers des vues comptabilisées pour une vidéo en direct proviennent du « replay ».* »⁹³⁵. Son concurrent est un autre service de vidéo en ligne, *Periscope*, une application de *streaming* de vidéo, filiale de *Twitter*. En plus des vidéos en ligne, *Facebook* a annoncé également en 2017 sa propre plate-forme de vidéos, *Watch*, permettant de regarder des spectacles ou des compétitions sportives, notamment⁹³⁶. Ce service de vidéo à la demande, *Facebook Watch*, a été lancé par *Facebook* pour le monde entier en août 2018⁹³⁷. En 2017 encore, *Facebook* a lancé une application qui permet que les utilisateurs regardent les vidéos publiées sur *Facebook* sur un écran de télévision et d'autres services

⁹³⁴ *Idem.*

⁹³⁵ Maxence Fabron, « Face au Live de Periscope, Facebook joue la carte people et médias », sur le site *FrenchWeb.fr*, 22 juin 2016 [en ligne : <https://www.frenchweb.fr/face-au-live-de-periscope-facebook-joue-la-carte-people-et-medias/248333>]. Consulté le 14 août 2018.

⁹³⁶ Maxence Fabron, « Conférence F8 : Facebook dévoile ses plans en matière de social VR », *FrenchWeb.fr*, 19 avril 2017 (op.cit.).

⁹³⁷ Dominique Desauay, « Facebook lance son service de vidéos, Watch, dans le monde entier », *RFI*, 4 septembre 2018 [En ligne : <http://www.rfi.fr/science/20180904-facebook-service-contenus-video-watch-le-monde-tour-reseaux>]. Consulté le 6 septembre 2018.

également liés à l'image : *Facebook Space*, pour la réalité virtuelle ; *Camera Effect Platform* avec deux outils, *Frames Studio* dont le but est de créer des encadrements et des illustrations, et *AR Studio*, qui permet créer des effets interactifs, ou créer des effets immersifs de réalité augmentée, utiliser des animations et partager les résultats ; *Places Graph*, une application permettant de rechercher des lieux et activer les fonctions de découverte de lieu en utilisant aussi des photos ; *Automated Insights*, un outil pour améliorer les données analytiques des entreprises dans *Facebook Analytics* ; *Developer Circles*, un service qui permet d'interagir avec d'autres développeurs locaux afin de collaborer, apprendre et programmer en groupe⁹³⁸.

Ces services mis à disposition par *Facebook* ont transformé ce réseau en une plate-forme complète capable de générer des informations et de stocker des données. D'ailleurs, *Facebook* offre des services importants comme la diffusion d'informations au moment exact où l'évènement se produit. Pour le journalisme, ces services sont d'une extrême importance, comme nous le verrons par la suite.

2. Le téléphone mobile comme outil journalistique

Les caméras mobiles, comme les téléphones mobiles, et l'internet sont les vrais outils des journalistes aujourd'hui. Par ailleurs, dans le monde du journalisme actuel, on peut trouver des images qui sont tournés par des amateurs et qui sont tout aussi importantes que les images professionnelles. Il s'agit souvent d'une personne quelconque qui enregistre un événement au hasard et l'image produite-contribue à un reportage. Cela provient d'une volonté que l'évènement soit divulgué à l'exact moment où il se produit. Cette rapidité avec laquelle l'information est diffusée par

⁹³⁸ Maxence Fabrice, *Ibidem*. Cf. « Facebook Spaces », [En ligne : <https://www.facebook.com/spaces/>]. Consulté le 14 août 2018. « Effets Appareil Photo », [En ligne : <https://www.facebook.com/fbcameraeffects/home/>]. Consulté le 14 août 2018. « Places Graph - Documentation », [En ligne : <https://developers.facebook.com/docs/places/>]. Consulté le 14 août 2018. « Facebook for Developers - Facebook Analytics: Introducing Automated Insights », [En ligne : <https://developers.facebook.com/videos/f8-2017/facebook-analytics-introducing-automated-insights/>]. Consulté le 14 août 2018. « Facebook for Developers - Developer Circles », [En ligne : <https://developers.facebook.com/developercircles/>]. Consulté le 14 août 2018.

les chaînes de communication est caractéristique d'une société qui est capable d'enregistrer et de publier à tout moment. Le flux intense d'information se produit aussi grâce à l'information amateur. La frénésie dans la diffusion des informations a changé la vie contemporaine, comme nous l'avons mentionné auparavant (cf. la section 2.2.1.1 du Chapitre 1 de la Première Partie : « *L'espace et le temps* »), et nous reprenons l'hypothèse que la rapidité de l'information dans la société contemporaine en est arrivée au point d'engendrer des changements dans sa notion du temps. La présence de la technologie des téléphones mobiles, des caméras de poche et de l'internet, une réalité dans le champ de la communication, est un outil des journalistes fondamental pour qu'il y ait une circulation rapide de l'information. Et nous croyons que ces technologies contribuent effectivement aussi à la recherche de « nouvelles » images.

La photographe Nadine Bénichou croit que l'usage de caméras mobiles dans le domaine du journalisme « *est en train de révolutionner cet outil* »⁹³⁹. Et elle remarque également que « *ce qui bouge le plus dans le domaine de la vidéo mobile est le mobile journalisme.* ».

2.1. Le journalisme mobile

« Depuis quelques années, on voit ainsi apparaître, par exemple, des journalistes dédiés aux applications mobiles dans l'espoir de constituer prioritairement des rédactions consacrées au web ; l'édition papier passant dès lors au second plan. Le journalisme mobile ou MoJo (Mobile Journalism) semble en ce sens avoir le vent en poupe. Toujours est-il que l'instantanéité de l'information à cause d'internet et des réseaux sociaux conduit peu à peu les rédactions – mas pas toutes identiquement et au même rythme – à inverser le mode traditionnel de diffusion (d'abord papier, puis

⁹³⁹ Témoignage recueilli lors de l'entretien avec la photographe française Nadine Bénichou réalisé pour cette thèse le 22 janvier 2017, en ligne.

web) dans la mesure où c'est la nature d'une information qui détermine aujourd'hui de plus en plus le canal de diffusion qui sera choisi. »⁹⁴⁰

Actuellement, de nombreux médias ont équipés leurs journalistes d'appareils mobiles parce que ces petits appareils ne sont pas chers et sont de facile utilisation pour les interviews. Depuis 2016, la chaîne *BFM TV Paris* a décidé que ses reporters seraient équipés d'un *iPhone* pour leurs interviews. « *C'est un outil naturel, léger, très pratique et facilement remplaçable. Grâce à lui, on tourne, on monte et on transmet rapidement.* »⁹⁴¹. Le journaliste mobile utilise toujours son téléphone mobile pour enregistrer un événement et pour préparer les reportages. Le téléphone mobile, qui est un vrai ordinateur, facilite le travail du journalisme parce qu'il permet de prendre des photos, des notes, d'enregistrer des vidéos et de publier sur le *web*.

« *Avec lui, on peut être au plus près de l'événement en se frayant un chemin au milieu des foules. On demande à nos journalistes de faire des hors-champ, de filmer des séquences de différents formats, ils enregistrent leurs commentaires avec le micro du casque qui l'équipe. Le résultat est assez bluffant.* »⁹⁴²

En plus des appareils, les reporters utilisent des applications pour l'enregistrement et l'édition du son et de l'image. Il existe par exemple des logiciels de captation de vidéo comme *Filmic Pro*, *Luma Fusion*, *KineMaster*, et des logiciels d'édition comme *Live:Air*. De toute façon, les téléphones mobiles sont chaque jour plus simples d'utilisation grâce à l'amélioration des applications offertes sur le

⁹⁴⁰ Jean-Baptiste Legrave et Rémy Rieffel, « Préface. Le journalisme de presse écrite, un journalisme en réinvention ? », in *Le Web dans les rédactions de presse écrite : Processus, appropriations, résistances*, éd. Jean-Baptiste Legrave et Rémy Rieffel, L'Harmattan, 2017, p. 12-13.

⁹⁴¹ Selon le directeur de la rédaction de BFM Paris, Alexis Delahousse. Cf. Nebia Bendjebbour, Véronique Groussard, Marjolaine Jarry, Alexandre Le Drollec, Boris Manenti, Arnaud Sagnard et Anne Sogno. « Les 10 commandements de la télé de demain », sur le site de *Téléobs*, 26 juin 2017 [En ligne : <https://teleobs.nouvelobs.com/actualites/20170321.OBS6898/les-10-commandements-de-la-tele-de-demain.html>]. Consulté le 16 août 2018.

⁹⁴² *Idem*.

marché. Ces applications sont axées sur le tournage, le montage, la création d'effets, la diffusion et la production d'images et de reportages.

Il existe aussi des espaces consacrés à l'échange autour de la pratique du journalisme mobile. Un bon exemple est le *MojoFest* (2015-2018, Irlande), un festival international du journalisme mobile (voir Annexe 4). C'est aussi un espace de discussion sur l'impact de l'utilisation du téléphone mobile, les nouvelles applications, le matériel pertinent pour le travail du professionnel, etc. On peut observer d'ailleurs que les cours supérieurs de communication incluent déjà la formation pour le journalisme mobile, ou *MoJo*. Sur *Twitter*, le hashtag #mojo permet de recueillir les petits trucs pour devenir un reporter muni avec un téléphone mobile, notamment pour les individus qui n'ont pas la formation en journalisme, mais qui veulent s'aventurer dans ce domaine en amateurs.

Le journaliste mobile est normalement équipé d'autres accessoires technologiques comme un petit micro, des écouteurs, une batterie de rechange et un chargeur, notamment. Il y a aussi un accessoire crucial, une structure munie de poignées qui garantit la stabilité de l'image pendant le tournage (figure 17). Grâce aux appareils mobiles, les reportages en général mais aussi les images journalistiques ont changé profondément en comparaison avec ce qui se faisait dans le journalisme traditionnel. Parallèlement, le spectateur s'est habitué aux images du journalisme mobile, aux cadrages effectués de façon rapide et aux contretemps lors des tournages en direct.

Selon la chercheuse Kênia Freitas,

« Les transmissions dans quelques pays ont encore une résolution normalement très mauvaise. (...) Dans certains pays comme le Brésil, ou l'Espagne, l'internet n'est pas encore 4G, ainsi on va transmettre et on va avoir une image pixélisée tout le temps, qui n'arrive presque jamais à être figurative. Si la personne est obligée de courir, elle ne cadre plus l'image et l'image devient floue. Dans ces moments-là, ce qui est important est la narration de la voix qui normalement est bien transmise par le téléphone mobile, où la personne est capable de décrire l'événement. Pour le journaliste, « je suis un corps qui est là et qui regarde cela devant moi... et

je suis en train de vous le retransmettre ». C'est plus que l'image. L'image, souvent, n'est pas figurative, elle ne dit rien. S'il n'existe pas de narration ou de contexte dans cette image, on ne sait pas ce qui se passe. »⁹⁴³

Les chaînes d'information sont également tolérantes vis-à-vis des transmissions mobiles. Elles acceptent de diffuser des images et des sons de qualité moyenne. Un autre point positif de l'usage du téléphone mobile pour les interviews est que cet appareil favorise la spontanéité des interviewés en comparaison à une caméra de télévision, d'autant que les gens ont l'habitude de se filmer ou d'être filmé avec un portable, dans un contexte privé. Autrement dit, la barrière qu'il y avait avec une caméra de grande dimension, comme la *Betacam* par exemple, disparaît.

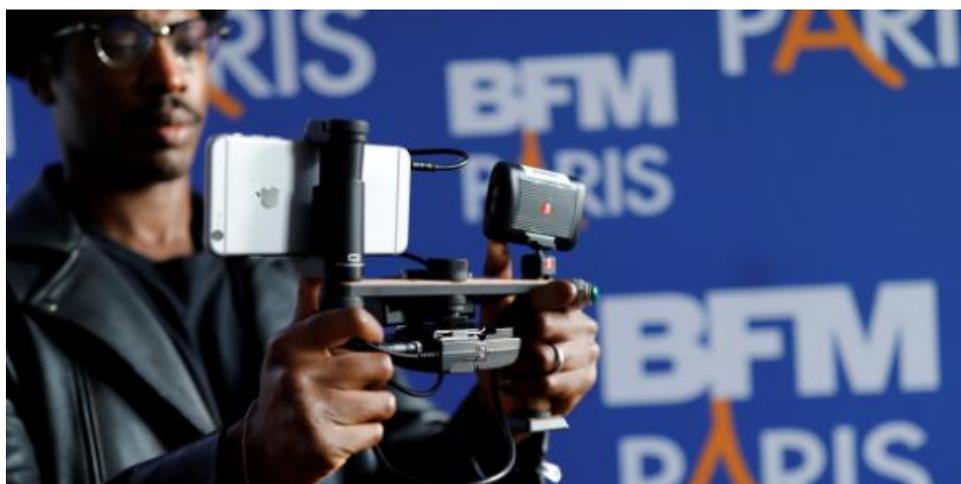


Figure 17 : Le matériel des journalistes mobiles.

Avec le téléphone mobile, la technique de tournage a changé aussi. Les images sont plus frontales et les reporters sont obligés de se rapprocher des personnes interviewées.

« C'est une nouvelle façon de concevoir ses sujets, plus directe, où le journaliste gagne en authenticité et se met au même niveau que le commun

⁹⁴³ Entretien avec Kênia Freitas, le 27 janvier 2017, en ligne.

des mortels, puisqu'il doit se mettre en scène (il était bien pratique, le temps où l'on pouvait s'abriter derrière une équipe). »⁹⁴⁴

De plus, les appareils technologiques facilitent l'enregistrement d'événements qui constituent souvent une situation menaçante pour le professionnel de communication. C'est le téléphone mobile qui a permis à la journaliste Shadi Rahimi qui a tourné dans différents moments dangereux (comme les événements du Caire, en 2011, lors du Printemps arabe, ou les manifestations à Ferguson, en 2014) d'aller juste au cœur des conflits : « *Parce qu'il est petit, qu'il est léger et peut-être aussi qu'il y en a tellement aujourd'hui que le journaliste ne se distingue pas de l'utilisateur lambda... Un avantage quand la caméra, elle, révèle le journaliste.* »⁹⁴⁵.

Ces dispositifs sont presque toujours à portée des individus, sans oublier aussi d'autres facilités comme les abonnements liés à des forfaits téléphoniques bon marché et l'accès à une connexion Wifi. « *Les journalistes ont été des pionniers dans l'appropriation de ces dispositifs d'échanges, construisant une extension d'un espace public d'échanges facilités et libérés de trop lourdes contraintes financières d'opinions et d'idées.* »⁹⁴⁶.

Les téléphones mobiles et les réseaux sociaux ont apporté d'importantes modifications dans le journalisme. « *La division du travail au sein des rédactions et entre journalistes eux-mêmes a donc été profondément modifiée au point de susciter une forme de journalisme multimédias et multitâches.* »⁹⁴⁷. Les journalistes sont préparés maintenant pour exécuter des tâches qui sont normalement à la charge d'autres professionnels, comme les graphistes, notamment, « *à la croisée de la technique et de l'éditorial, ils confectionnent leurs articles via la plate-forme*

⁹⁴⁴ Gautier Roos, « Vidéo : le mobile impose ses standards », sur le site *Méta-Media*, 4 février 2017 [En ligne : <https://www.meta-media.fr/2017/02/04/video-%f0%9f%93%b1le-mobile-impose-ses-standards.html>]. Consulté le 20 août 2018.

⁹⁴⁵ Jean-Marc Dubois, « Journalisme sur mobile : simple outil ou techno de rupture ? », sur le site *Méta-Media*, 8 avril 2015 [En ligne : <https://www.meta-media.fr/2015/04/08/journalisme-sur-mobile-simple-outil-ou-techno-de-rupture.html>]. Consulté le 20 août 2018.

⁹⁴⁶ Valérie Jeanne-Perrier, *Les journalistes face aux réseaux sociaux ? : Une nouvelle relation entre médias et politiques*, 2018, p. 20.

⁹⁴⁷ Jean-Baptiste Legrave et Rémy Rieffel, *op. cit.*, p. 13.

technique dans un éditeur en ligne. »⁹⁴⁸. Cette polyvalence du journaliste n'est pas nouvelle dans ce métier. Ils effectuent aussi des tâches proches du travail des développeurs *web*, afin de publier les informations rapidement, sans parler du fait qu'ils sont capables de monter les sons et les images dans les vidéos. Ces changements ont aussi eu lieu pour des raisons économiques (gratuité de l'accès à l'information, qui a entraîné la nécessité de réduction des coûts de production de l'information, notamment des coûts en personnel) et professionnelles (rapidité de l'information).

2.1.1. L'institutionnalisation des réseaux sociaux par le journaliste mobile connecté

Pour la publication de reportages, les réseaux sociaux, comme *Twitter* par exemple, jouent un rôle crucial pour le travail du professionnel de communication.

*« À l'ère de la réactivité et de l'instantanéité, Twitter va plus vite que n'importe quel autre média. Les internautes ne sont plus seulement spectateurs de l'information, ils deviennent les premiers témoins et les acteurs de celle-ci. Comme le prouve l'exemple d'un crash d'avion dans l'Hudson, aux États-Unis. Le premier message d'information fut publié par un membre de Twitter, témoin oculaire de l'incident, comme le relate The Telegraph. À tel point que les journalistes professionnels se mettent à suivre et vérifier une information sur le réseau social au moment où elle est publiée. »*⁹⁴⁹

La publication sur les réseaux sociaux et les échanges d'information sont constants. Ces réseaux sociaux, blogs et forums de discussion sont devenus de vraies sources journalistiques. *« En dix années, le paysage de l'information journalistique*

⁹⁴⁸ *Ibidem.*

⁹⁴⁹ Valentin Langard, Noémie Koppe et Sarah Ciampa, « Tout le monde journaliste ? », sur le site *Observatoire du Webjournalisme*, 8 mars 2018. [En ligne : <https://obsweb.net/blog/2018/03/08/tout-le-monde-journaliste/>]. Consulté le 23 août 2018.

*et politique a évolué vers une mosaïque de médias individuels de masse. »*⁹⁵⁰. Et il est fréquent que les médias utilisent les réseaux sociaux pour créer leurs informations.

Il existe donc une institutionnalisation de l'utilisation des réseaux sociaux dans l'information journalistique. Les réseaux sociaux sont également largement utilisés aujourd'hui par des candidats lors des campagnes électorales et observés de près par les journalistes politiques :

*« La normalisation des pratiques est intervenue en quelques années, lorsqu'au cours des années 2016 et 2017 les différentes marques (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, WeChat, WhatsApp) ont été intégrées à divers titres dans la campagne pour l'élection à la présidence française, à la manière dont elles l'avaient été pour la campagne électorale présidentielle américaine, au début de 2016, du démarchage des électeurs jusqu'à l'accession au pouvoir de Donald Trump. »*⁹⁵¹.

De nos jours, certaines équipes des candidats aux élections utilisent les caméras mobiles et les réseaux sociaux pour connaître l'opinion de leurs électeurs. Depuis sa campagne présidentielle, l'équipe du président Donald Trump a utilisé continûment les réseaux sociaux. En fait, *« la présidence Trump est friande de tels impromptus en direct sur Facebook. »*⁹⁵². L'usage des réseaux sociaux au cours de son élection a certainement été l'un de ses plus grands atouts.

« Les plateformes deviennent des prosôpon, des surfaces à travers lesquelles des partis ou des médias tentent de faire passer une voix particulière, cependant toujours marquée du sceau contextuel du design d'une plateforme. Ces formats accompagnent en permanence les actions discursives des journalistes et des politiques. Les formats sont nombreux : vidéos, petites infographies, photographies, citations, animations, chiffres mis en exergue, captures d'écrans reprises, commentaires courts en

⁹⁵⁰ Valérie Jeanne-Perrier, *op. cit.*, p. 25.

⁹⁵¹ *Ibidem.*

⁹⁵² Valérie Jeanne-Perrier, *op. cit.*, p. 62.

réaction à un post ou à un tweet, voire à une image trouvée sur un compte Instagram, messages de type SMS envoyé par un chatbot... »⁹⁵³

Les questions sociales, comme l'avortement, le mariage homosexuel, ou même les sujets concernant la vie quotidienne, comme les taxes sur l'eau⁹⁵⁴, par exemple, sont largement exploitées et débattues sur les réseaux sociaux. Les journalistes utilisent ces réseaux sociaux comme une source d'information pour leur travail afin de trouver de nouveaux sujets ou d'identifier des interlocuteurs importants.

Ainsi, le journaliste a dû s'adapter au langage spécifique des réseaux sociaux et aux techniques de tournage des caméras mobiles. De fait, sur le *web*, on ne rédige pas de la même façon que dans la presse écrite. Sur le *web*, le journaliste utilise des techniques d'écriture particulières : « *formats courts, titres accrocheurs, liens hypertextes, mise en valeur de vidéos, etc.* »⁹⁵⁵, et des techniques de tournage de vidéos spécifiques, comme l'image plus frontale et plus proche de du sujet filmé que nous avons déjà mentionnée ci-dessus, qui sont caractéristique du langage visuel sur le *web*. Ces innovations à niveau rédactionnel mais aussi visuel et esthétique dans les médias en général ont été provoquées par l'insertion d'informations journalistiques sur le *web*.

Les réseaux sociaux ont ouvert les portes aux contributions du public et aux pratiques amateurs. Maintenant, les informations sur l'actualité, les images et les vidéos proviennent essentiellement des amateurs sur ces réseaux. Il s'agit aussi d'une

⁹⁵³ *Ibidem*, p. 63.

⁹⁵⁴ « Depuis quelques mois, un nouveau débat agite la société irlandaise et fait descendre les Irlandais dans la rue (ce qui est très rare) : la Water tax ou la taxe sur l'eau dont les Irlandais ne veulent pas entendre parler. Et les protestations prennent corps sur les réseaux sociaux. En mars 2015, 110 groupes Facebook avaient été créés pour relayer les horaires et vidéos de manifestations contre la Water tax. ». Cf. Tiphany Naud, « Le renouvellement des pratiques journalistiques avec l'intégration du smartphone comme outil de travail », mémoire de stage pour l'École de Journalisme de Nice, 2016. [En ligne : <https://www.ecoledujournalisme.com/edj-lab/renouvellement-pratiques-journalistiques-lintegration-smartphone-outil-de-travail>]. Consulté le 19 août 2018.

⁹⁵⁵ Jean-Baptiste Legrave et Rémy Rieffel, *op. cit.*, p. 13.

source importante que le journalisme utilise dans ses reportages, outre les contributions directes venues des pratiques amateurs.

2.2. Les journalistes face à la contribution du public amateur

Comment les journalistes professionnels profitent-ils ces informations dans leur métier ? Que devons-nous attendre par rapport à ces images mobiles ? Le développement technologique des appareils de communication, dans lequel on inclut les téléphones mobiles, a impulsé une mutation dans le monde de l'information. Ainsi, le journalisme mobile est marqué par cette mutation dans laquelle la participation du public et les images amateurs sont devenues des sources cruciales pour le travail du journaliste. Les modes de communication traditionnelle, verticale, à travers les journaux, les radios et les télévisions, ne sont plus les seuls moyens d'information du public. Aujourd'hui, les informations circulent également de manière horizontale, c'est-à-dire, du public vers le public⁹⁵⁶.

Pour Laurence Allard⁹⁵⁷, ce qui est nouveau, c'est tout l'usage ordinaire des caméras mobiles, c'est-à-dire, toute la dimension sociale autour des images mobiles. Ainsi, l'outil a engendré de nouvelles possibilités de filmer et de nouveaux usages qui ne se restreignent pas au cinéma mobile. Dans cette perspective, les outils mobiles ont renouvelé la production journalistique et cette façon de les utiliser est très créative.

Les réseaux sociaux sont devenus des espaces qualifiés pour la transmission de nouvelles où on peut trouver de nombreuses contributions d'amateurs : images,

⁹⁵⁶ Nicolas Filio, « Médias du 21^e siècle : passer du public passif aux contributeurs actifs », *Les Cahiers du journalisme*, 22/23, 2011, p. 74.

⁹⁵⁷ L'entretien avec Laurence Allard pour cette thèse a eu lieu le 21 novembre 2016 à Paris, en face à face.

informations et opinions. Il est possible aussi de trouver ces contributions dans d'autres espaces sur internet, comme les sites journalistiques et les blogs, notamment.

Parallèlement aux changements dans la technologie des appareils mobiles liée à l'informatique et aux réseaux, les techniques journalistiques ont aussi changé. De nombreuses ressources permettent d'illustrer un reportage publié dans les réseaux sociaux, comme les *gifs* animés, les sons, les vidéos, les « directs » notamment. Selon la spécialiste des transformations des métiers du journalisme, Valérie Jeanne-Perrier, dont la recherche porte sur le travail du journaliste politique lié aux réseaux sociaux comme moyen de faire évoluer ce métier, « *Ces éléments viennent surajouter dans le flux d'un compte les apartés d'un événement se passant ailleurs, ajoutant des bribes informationnelles illustrées.* »⁹⁵⁸.

De plus, certaines caractéristiques techniques des images professionnelles résultent des pratiques amateurs. La présence de vidéos tournées avec les écrans dans la position verticale dans le journalisme professionnel, par exemple, résulte de la diffusion massive sur *YouTube* des vidéos mobiles qui sont, dans leur grande majorité, des vidéos amateurs.

*« Courte, rapide, scandée par des légendes en bandeaux, légère en poids pour pouvoir facilement circuler d'un réseau à un autre, telles sont les principales caractéristiques logistiques et scripturaires de ces petits films synthétiques, baptisés du nom de story sur les plateformes Instagram, Facebook, et Snapchat, qui s'en disputent la naissance originelle. Le son y est souvent de faible qualité, la réalisation rapide n'est pas toujours soignée, mais peu importe : l'essentiel est que les données puissent facilement être lues, consultées et proposées à la mise en divagation, sur le web, à la fois par les journalistes et par leurs publics. »*⁹⁵⁹

Un autre fait productif est que les techniques et formats utilisés dans les images mobiles qui sont axés effectivement sur les réseaux sociaux peuvent aussi être exploités dans les médias traditionnels. Cet échange d'information entre les différents

⁹⁵⁸ Valérie Jeanne-Perrier, *op. cit.*, p. 62.

⁹⁵⁹ Valérie Jeanne-Perrier, *op. cit.*, p. 73.

supports de diffusion est devenu courant. Et la presse écrite, comme les journaux ou les magazines, peut faire une publication en parallèle dans les réseaux sociaux en utilisant aussi des images amateurs⁹⁶⁰. Il ne s'agit pas ici de la mort des modes de diffusion du journalisme traditionnel, mais d'une réorganisation du travail pour ce métier.

Ces dispositifs technologiques, comme les réseaux sociaux et les téléphones mobiles, sont en train d'inspirer sérieusement les médias traditionnels. Et ces inspirations concernent l'utilisation effective d'images amateurs et l'inclusion d'opinions du public dans les reportages. Le journaliste est toujours en contact avec le public et les échanges sont bien plus nombreux qu'autrefois, quand les relations entre le journaliste et le public étaient plus distantes. Dans la presse écrite, l'opinion publique se manifestait alors dans une série d'espaces restreints comme le courrier des lecteurs. Aujourd'hui, sur les sites des principaux journaux, les lecteurs abonnés peuvent aussi ajouter des commentaires qui sont publiés à la suite de chaque article, un phénomène inspiré des blogs et des forums de discussion. La participation du public à travers des informations et des images venant d'amateurs et l'insertion interactive de ses commentaires est une réalité : « *La montée en puissance de la parole des amateurs favorisée par internet touche en effet très fortement le monde des médias (Jouët, Rieffel, 2013) et celui des journaux en particulier.* »⁹⁶¹. Les échanges entre internautes et journalistes qui ont lieu à travers la participation du public sur les réseaux sociaux ou les forums de discussions, « *montrent que le traitement journalistique de l'actualité se prête dorénavant à de très nombreux commentaires plus ou moins bienveillants ou critiques de la part du public devenu*

⁹⁶⁰ Selon Jeanne-Perrier, « *Le magazine Polka a ainsi proposé une couverture des deux tours de l'élection présidentielle sur Instagram, lieu de la diffusion massive de la photographie des amateurs.* ». *Ibidem*, p. 65.

⁹⁶¹ Jean-Baptiste Legrave et Rémy Rieffel, *op. cit.*, p. 16. Les auteurs renvoient à l'ouvrage suivant : Josiane JOUËT et Rémy RIEFFEL (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, Paris, Presses universitaires de Rennes, 2013.

acteur du processus de fabrication de l'information. »⁹⁶². Il s'est même créé une sorte de coopération axée sur la production des reportages journalistiques.

2.2.1. Les pratiques amateurs et le journalisme professionnel

L'opposition entre pratique amateur et pratique professionnelle est l'un des points importants que nous avons soulevés dans l'analyse du film de poche entendu comme faisant partie du domaine du cinéma (*cf. la section 3 « Cinéma de poche : ses pratiques amateurs et professionnelles, ses usages privés », dans le Chapitre 2 de la Première Partie*) mais c'est aussi un aspect important pour l'analyse des nouvelles images.

Le terme « amateur » porte en lui un sens péjoratif quand il donne l'idée qu'une personne qui opte pour un travail amateur ne possède pas les connaissances nécessaires pour un travail professionnel, mais par ailleurs, il qualifie aussi une personne qui effectue un travail quand elle est stimulée par son désir propre, par le plaisir et par la curiosité, un passe-temps en dehors de ses activités quotidiennes, par exemple. Le terme amateur apparaît aussi dans certains dictionnaires pour qualifier une personne qui ne comprend que superficiellement, sans prendre d'engagements ou de responsabilités, inexpérimentée, un technicien de médiocre talent, un autodidacte, notamment. En fait, il lui manque un certain nombre de qualités importantes pour réaliser un travail et souvent, ce travail est dépourvu de rémunération. En bref, il est entendu que l'amateur exerce son activité par amour ou désir personnel, mais pas professionnellement. Par opposition, au « travail professionnel », le « travail amateur » dénote un jugement négatif sur la production qui en est issue, quel que soit le domaine, le cinéma notamment⁹⁶³.

⁹⁶² *Ibidem*, p. 17.

⁹⁶³ Gérard Leblanc, « Le petit autre », in *Le cinéma en amateur*, éd. Roger Odin, Paris, Seuil, 1999, p. 33-44, p. 39.

Malgré la grande précision des définitions du professionnel et de l'amateur que l'on peut rencontrer, on observe que dans certaines situations, les connaissances techniques s'avèrent ne pas être un critère de différenciation. De nombreuses porosités existent entre ces frontières et définitions. Par exemple, en matière de rémunération, on peut dire que celui qui trouve sa subsistance en effectuant une activité salariée est aussi considéré comme un professionnel dans cette activité. On constate aussi qu'une personne malgré ses connaissances techniques, peut ne pas agir avec professionnalisme au sein de l'environnement pour lequel elle a été formée. Par ailleurs, le professionnel peut aussi agir dans un environnement dit « de loisirs » et être rémunéré ou non pour ce travail : « *pratique amateur et professionnalisme sont étroitement mêlés dans une interaction productive.* »⁹⁶⁴.

Dans son étude de la professionnalisation et des métiers du cinéma, Kristian Feigelson remarque qu'il existe diverses figures parmi les amateurs et les professionnels, notamment celles « *du bénévole (expression d'un statut très informel revendiquant le dévouement), de l'intermittent (renvoyant à des statuts de travailleurs payés ou pas assez payés) puis celle du militant (redevable autant de l'engagement que d'un état d'esprit)* », des catégories qui s'enchevêtrent et se superposent parfois⁹⁶⁵, et :

« *Au sein de ces nouvelles formes de cinéma et audiovisuel dotées de moyens inégaux, les amateurs, bénévoles, militants forment donc une catégorie essentiellement fluide, constituée de personnes flexibles ou volatiles, allant et venant, très souvent non rémunérées, fonctionnant hors des hiérarchies professionnelles.* »⁹⁶⁶

Il remarque également que cette flexibilité entre les figures amateur et professionnel s'est accentuée avec les usages interactifs du web :

⁹⁶⁴ Laurent Creton, « L'économie et les marchés de l'amateur : dynamiques évolutionnaires », in *Le cinéma en amateur*, éd. Roger Odin, Paris, Seuil, 1999, p. 143-167, p. 154.

⁹⁶⁵ Kristian Feigelson, *La fabrique filmique : métiers et professions*, Paris, Colin, 2011 (*op. cit.*), p. 72.

⁹⁶⁶ *Ibidem*, p. 87-88.

*« Ces nouvelles figures se sont aussi démultipliées et déployées avec de nouvelles formes d'interactivités qui permettent aujourd'hui d'utiliser tout type de média (vidéo, audiovisuel, multimédia, webdocu...) pour produire et diffuser des films. »*⁹⁶⁷

Feigelson observe que l'évolution des technologies des caméras joue un rôle important dans le métier du cinéma. *« Ainsi l'expansion de caméras devenues plus accessibles sur le marché brouille les frontières entre l'univers des professionnels et des amateurs dans la production d'images nouvelles. »*⁹⁶⁸ De même, comme nous le verrons plus loin, l'évolution des technologies des caméras a joué un rôle important dans le métier journalistique.

D'après Gérard Leblanc, une personne n'a pas besoin pour travailler d'être professionnelle ; il suffit qu'elle sache faire une activité déterminée et qu'elle ait une certaine connaissance préalable sur cette activité. Leblanc ajoute que dans le cas d'un travail artistique, certains artistes, plus précisément des cinéastes, ont revendiqué le statut d'« amateur », peut-être par ailleurs pour être libre de travailler et *« Sans doute pour éviter qu'on ne les confonde avec ceux qui ont, simplement, du métier, avec ceux pour qui l'exécution d'une œuvre se réduit à la bonne application des règles de l'art. »*⁹⁶⁹. En fait, le point crucial est le résultat artistique. La technique est un outil permettant ce résultat, c'est un élément important pour l'artiste, mais ce n'est pas la partie la plus importante de son travail. Parce que ce ne sont pas seulement les définitions techniques ou les « règles de l'art », qui garantiront qu'un travail produit par un artiste soit effectivement de l'art. Il y a beaucoup d'autres aspects qui font qu'une musique, une peinture ou un film, soient vraiment des expressions artistiques. Le talent, la créativité, la perception et la sensibilité, sont par exemple des éléments nécessaires à la réalisation d'une œuvre artistique et sont d'ailleurs des aspects importants pour les autres professions. Pour Feigelson, la question de la légitimité des compétences est fondamentale, *« comme si ce décalage entre l'amateur-*

⁹⁶⁷ *Ibidem*, p. 71.

⁹⁶⁸ *Ibidem*, p. 87.

⁹⁶⁹ Gérard Leblanc, *op. cit.*, p. 39-40.

*autodidacte et le professionnel-qualifié ne se résumait pas au savoir mais au savoir-faire. »*⁹⁷⁰.

Selon Feigelson, les contraintes techniques liées à l'innovation technologique (évolution des caméras, logiciels d'édition, gestion des sites de diffusion, interactivité notamment), font surgir de nouveaux spécialistes techniques dans le cinéma et l'audiovisuel⁹⁷¹. Ainsi, dans ce métissage entre les catégories du professionnel et de l'amateur, dans le domaine de l'audiovisuel, surgit une autre figure que Feigelson appelle « *amateur professionnalisé* », en particulier parmi les documentaristes et les vidéastes⁹⁷². Avec une forte présence dans l'audiovisuel associatif, il revient à cet « *amateur professionnalisé* » « *d'éduquer, de socialiser et de distraire, et, en fin de compte, de développer un nouvel « art de faire » du cinéma et de l'audiovisuel.* »⁹⁷³

Avec l'apparition des images mobiles et des réseaux sociaux, la pratique amateur est presque devenue le protagoniste d'une dynamique dans la communication contemporaine, mais aussi de la stimulation créative. Ainsi, il a été important pour nous de comprendre la réalité de cette dynamique afin que nous puissions identifier les mécanismes qui stimulent la création des images amateurs.

⁹⁷⁰ Kristian Feigelson, *La fabrique filmique : métiers et professions*, Paris, Colin, 2011 (*op. cit.*), p. 92.

⁹⁷¹ *Ibidem*, p. 88.

⁹⁷² *Ibidem*, p. 92.

⁹⁷³ *Ibidem*.

2.3. Les images mobiles amateurs dans les émissions télévisées

« *La meilleure caméra est la caméra que vous avez avec vous* »⁹⁷⁴

Depuis un certain temps, les images amateurs occupent un espace considérable sur l'internet et même à la télévision. Dans le passé, elles étaient destinées à être vues uniquement dans un contexte intime. De nos jours, les vidéos amateurs se multiplient dans les émissions télévisées, mais aussi dans les médias et sur le *web*, conjointement aux images professionnelles.

La grande majorité des individus emportent avec eux des caméras mobiles, souvent intégrées à leurs propres téléphones mobiles, comme un objet de plus utilisé à des fins personnelles. Peut-être parce qu'ils sont toujours à portée de main, ces appareils photo numériques ont montré par exemple la facilité à capter des images qui témoignent d'événements inattendus comme des accidents ou des catastrophes. Ces pratiques ne datent pas d'aujourd'hui, elles existent depuis de nombreuses années comme, par exemple, lors de l'assassinat de John Kennedy (figure 18). Le 22 novembre 1963, Abraham Zapruder avait en main une caméra 8mm et il a pu filmer le drame qui se déroulait face au public. À cause de cet événement tragique, Zapruder est devenu le précurseur de ce type d'image⁹⁷⁵. Ces témoignages relèvent de ce qu'on a appelé le « *journalisme citoyen* », un terme cependant discuté⁹⁷⁶. On trouve un autre

⁹⁷⁴ D'après le fondateur et PDG de FilmicPro, Neil Barham, « *The best camera is the camera you have with you* ». (Traduction libre de l'anglais) Cf. Jean-Marc Dubois, (*op. cit.*).

⁹⁷⁵ « *D'autres que lui auraient pu réaliser ce jour-là le film de leur vie. Ils sont au moins quatorze, sur Elm Street et ses environs, à prendre des photos ou à tourner avec des caméras d'amateur. Outre Zapruder, trois autres personnes ont saisi sur pellicule l'instant des coups de feu contre le président américain : Orville Nix, Marie Muchmore et un certain Charles Bronson (aucun rapport avec l'acteur). Une quatrième personne, une femme coiffée d'un fichu, a probablement capté toute la scène avec sa caméra : on la voit nettement sur de nombreuses photos. Mais le FBI n'a jamais réussi à la retrouver.* » In Olivier Costemalle, « La mort de JFK dans le viseur de Zapruder », *Libération*, 21 août 2017 [En ligne : http://www.liberation.fr/ecrans/2007/08/21/la-mort-de-jfk-dans-le-viseur-de-zapruder_100204]. Consulté le 23 août 2018.

⁹⁷⁶ Voir la vidéo de la master classe donnée par le directeur de la Prospective à France Télévisions, Éric Scherer, lors du Salon de l'Éducation 2011, disponible sur le site de **france.tv**éducation : « Eric

exemple de ce journalisme citoyen lors de la « révolution verte » en Iran, un vaste mouvement de protestation qui accusait le pouvoir de fraudes lors des élections présidentielles de 2009 dans le pays. On l'a aussi appelé de « révolution *Twitter* », l'outil auquel les manifestants iraniens ont recouru pour échanger des photos, des informations et des vidéos⁹⁷⁷. Le mouvement s'est ainsi organisé et s'est largement diffusé sur les réseaux sociaux face à la répression exercée par les autorités, ce qui lui a aussi permis de gagner une répercussion internationale, les médias occidentaux reprenant les informations circulant sur le *web* iranien, « *une source privilégiée d'information, notamment après l'expulsion de journalistes venus couvrir le scrutin* »⁹⁷⁸.

Les gens filment des vidéos avec un téléphone mobile, les envoient aux chaînes de télévision et les publient sur des sites ou des réseaux sociaux, mais ce ne sont pas de vrais journalistes. En plus de son rôle qui est propre du métier du journaliste, le professionnel doit aussi vérifier et trier ces nouvelles et les images, surtout aujourd'hui avec les informations provenant des amateurs. « *Lors de faits divers, de grandes catastrophes, de soulèvements populaires, les médias font d'année en année davantage appel aux images des amateurs. Encore faut-il les manier avec précaution.* »⁹⁷⁹.

Scherer, à propos du « journalisme citoyen », 6 janvier 2012 [En ligne : <http://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/premiere/video/eric-scherer-a-propos-du-journalisme-citoyen>]. Consulté le 23 août 2018.

⁹⁷⁷ « Iran, la révolution *Twitter* ? » *Libération*, 15 juin 2009 [En ligne : https://www.liberation.fr/planete/2009/06/15/iran-la-revolution-twitter_564866]. Consulté le 10 octobre 2018.

⁹⁷⁸ *Ibidem*.

⁹⁷⁹ Nicolas Filio, *op. cit.*, p. 75.



Figure 18 : Image extraite du film d'Abraham Zapruder sur l'assassinat de Kennedy⁹⁸⁰.

De manière générale de nos jours, il y a souvent quelqu'un qui enregistre un événement au moment précis où il arrive. Pour la télévision, l'image dite « amateur » a une valeur très importante, précisément de par son authenticité et son caractère sensationnel. Pour avoir la certitude que l'image amateur est authentique ou vraie, certaines entreprises de communication, sites ou chaînes de télévision, ont développé des méthodes qui permettent d'analyser et attester les contenus.

Les vidéos amateurs sont produites lorsqu'un événement imprévisible a lieu et quelqu'un est présent et équipé d'une caméra numérique qui lui permet de filmer cet événement. L'enregistrement amateur de ces événements imprévisibles est devenu une pratique fréquente et ce sont des documents considérés importants par les médias en général. Tout individu peut publier ses images sur les réseaux sociaux, mais pour publier sur les médias journalistiques, il faut qu'un professionnel du journalisme atteste la véracité et la qualité des images, en particulier, il est important que l'image soit assez nette pour être diffusée.

⁹⁸⁰ Cf. Olivier Costemalle, *op. cit.*.

Dans la télévision publique irlandaise, la *RTE*, le journalisme mobile est une réalité. On a recours au téléphone mobile comme outil journalistique non seulement pour aider dans les tournages, mais aussi pour produire des reportages tournés entièrement avec l’outil mobile. La *RTE* montre un soin spécial dans la qualité des reportages mobiles : « *L’ambition de la RTE est ainsi d’imposer un standard de qualité et de prouver que le mobile est un outil réellement adapté pour des professionnels.* »⁹⁸¹.

Les images amateurs, qui se distinguent dans leur procédé de réalisation des films traditionnels, gagnent un espace plus dynamique dans l’information journalistique, dans le sens où leur processus de production est plus rapide et plus libre, un avantage des images amateurs. Les images définies comme images amateurs ne sont pas contrôlées et ont peu à voir avec la technique cinématographique professionnelle, par exemple. Dans leur grande majorité, elles ont été prises sans planification préalable, contrairement à ce qui se passe avec l’image professionnelle.

Les images amateurs sont encouragées, car elles sont devenues un outil nécessaire au flux rapide de l’information. Les journalistes ne pouvant être partout, la participation du public à la production d’images d’actualité est bienvenue.

*« Lors du dernier mouvement de protestation contre la réforme des retraites en France, par exemple, alors que la pénurie d’essence approchait, il était évident qu’on ne pourrait dépêcher un reporter auprès de chaque station service pour en vérifier le niveau d’approvisionnement. En revanche, il était tout à fait possible de solliciter l’intelligence collective des milliers de personnes sillonnant les routes de France. C’est ce qu’ont fait 20minutes.fr et, avec plus de succès, le site spécialisé carbeo.com (devenu depuis carbu.fr). »*⁹⁸²

Il y a un flux intense d’images amateurs contribuant aux reportages, surtout dans les chaînes d’information en continu. Les grands médias ont pour la plupart ouvert un espace consacré aux images amateurs. « *Tous les grands médias ont*

⁹⁸¹ Jean-Marc Dubois, *op. cit.*

⁹⁸² Nicolas Filio, *op. cit.*, p. 79.

désormais une cellule consacrée à la veille sur les réseaux sociaux. En France, BFMTV, pionnière du secteur, lance ses « appels à témoins » plusieurs fois par jour depuis dix ans (5 % des images envoyées par le public passent à l'antenne). »⁹⁸³. Certains journalistes considèrent ces images amateurs intéressants d'un point de vue éditorial en raison de leur spontanéité, et les comparent aussi au « cinéma vérité »⁹⁸⁴. L'authenticité est une caractéristique cruciale de ces images qui leur permet de toucher profondément le lecteur ou le spectateur. En mars 2016, une vidéo amateur tournée par deux femmes et postée sur *YouTube* sur la guerre en Syrie a fait un tour du monde, « les deux femmes ont filmé en caméra cachée la vie quotidienne à Raqqa, une ville du nord du pays tombée aux mains de l'État islamique en 2013. »⁹⁸⁵. Outre du fait de l'information sur les adversités de la guerre et des risques de vie que ces deux femmes ont pris, cette vidéo a gagné un grand poids émotionnel avec leur appel à la liberté à la fin de la vidéo.

2.3.1. L'authenticité et la spontanéité des images amateurs

Les petites caméras de la taille de la main ont apporté, non seulement pour l'utilisateur amateur, mais aussi pour les journalistes professionnels et pour les cinéastes, une grande variété de manières de créer des images. Selon Lionel Nakache⁹⁸⁶, les caméras mobiles apportent liberté et spontanéité aux images. Un certain nombre d'images animées incroyables et extrêmement intéressantes venant

⁹⁸³ Stéphanie Marteau, « La course à l'image amateur, nouvel enjeu de l'information », *Le Monde*, 1^{er} avril 2016. [En ligne : https://www.lemonde.fr/m-actu/article/2016/04/01/la-course-a-l-image-amateur-nouvel-enjeu-de-l-information_4893695_4497186.html]. Consulté le 23 août 2018.

⁹⁸⁴ Selon Tom Kent, rédacteur en chef et responsable pour les normes journalistiques, chef du bureau de surveillance à New-York d'*Associated Press*. *Ibidem*.

⁹⁸⁵ *Ibidem*.

⁹⁸⁶ D'après l'entretien réalisé avec le réalisateur mobile français Lionel Nakache, le 22 novembre 2016, en face à face.

des divers équipements amateurs ont surgi. Ce rapprochement entre le professionnel et l'amateur contribue grandement à l'innovation et à la création de nouvelles images.

Il existe des images réalisées avec des appareils numériques dans la vie quotidienne qui attestent l'authenticité (la véracité) de faits, qui sont les images provenant de caméras de surveillance et de *webcams*.

Ces images sont diffusées en direct et envoyées à un centre de stockage. Et elles sont destinées à la sécurité dans les lieux publics et surtout privés⁹⁸⁷ et à la surveillance de la société, mais elles peuvent être aussi utilisées dans d'autres domaines, comme le journalisme ou les arts.

Une des caractéristiques des dispositifs de vidéosurveillance est la production d'information instantanée :

« Alors que les données textuelles font l'objet d'un traitement préalable avant leur exploitation (sélection, codification, etc.), la caméra vidéo saisit tout ce qui entre dans son champ de vision. Les images sont enregistrées sans égard à l'existence d'une cause précise et la collecte est prolifique : une caméra traitant 24 images par seconde, c'est-à-dire plus de 2 millions d'images en 24 heures, dans un espace qui compte une vingtaine de caméras, le système capture plusieurs dizaines de millions d'images au cours d'une journée ! »⁹⁸⁸

Mais l'idée de caméra de surveillance est apparue bien auparavant. Lors de la Seconde Guerre, par exemple, dans laquelle les caméras amateurs ont été utilisées comme outils « *pour la surveillance, le reportage et l'entraînement. Pour la première*

⁹⁸⁷ Cf. Eric Heilmann, « Surveiller (à distance) et prévenir », *Questions de communication*, vol. 11, 2007, p. 311-312. [En ligne : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7361>], consulté le 09 octobre 2018. Dans cet article, Éric Heilmann soulève des questions intéressantes sur l'usage des technologies de l'information dans le domaine de la sécurité, en particulier la vidéosurveillance, et ses usages privés. Il observe notamment que « *le recueil et la conservation des images collectées par les caméras sont assurés essentiellement par des agents privés agissant dans des espaces privés* ». Ibidem, p. 311.

⁹⁸⁸ Ibidem, p. 313.

fois, les cinéastes d'Hollywood organisèrent des sessions d'entraînement d'opérateurs militaires. »⁹⁸⁹.

Si l'on peut admirer le développement de la technologie permettant d'observer ces évènements clés de l'histoire, on ne peut pas cependant ignorer une certaine perversité dans l'enregistrement de ces images, qui permettent de voir l'image « vraie » d'une personne qui va mourir lors d'une bataille, par exemple, qui provoque un effet très fort. Ces aspects sont également débattus dans le journalisme de reportage de guerre ou d'investigation de crimes par exemple.

Actuellement, les caméras de surveillance font partie du quotidien. Employées notamment pour la sécurité dans les villes, elles enregistrent ce que se passe en face d'elles de façon automatique. Comme l'observe Éric Heilmann, un genre d'émission télévisuelle, la télé-réalité, s'en est d'ailleurs inspiré :

« Dire que l'usage des caméras de vidéosurveillance s'est banalisé est une évidence. D'autant qu'au même moment, le succès des émissions de télé-réalité n'a fait que brouiller un peu plus la frontière entre espace privé et espace public. Produit hybride qui ne relève ni de la fiction, ni du documentaire, ce genre audiovisuel inédit réunit toutes les caractéristiques techniques d'un dispositif de vidéosurveillance : fixité, automaticité et permanence du tournage qui permet de capter un comportement ou un évènement inattendu dans un espace circonscrit. »⁹⁹⁰

Les implications de cette surveillance par les caméras de toutes sortes ont fait l'objet d'études récentes de psychologie. Serge Tisseron⁹⁹¹, psychiatre et psychanalyste, a par exemple analysé le phénomène du succès de l'émission de télévision française intitulée « *Loft Story* ». Il s'agit d'une émission de télé-réalité dans laquelle quelques jeunes célibataires cohabitent pendant quelques mois dans un loft, sans pouvoir en sortir. Toutes les pièces du loft, sauf les toilettes, sont équipées de

⁹⁸⁹ Patricia Zimmermann, « Cinéma amateur et démocratie », *Communications*, vol. 68 / 1, 1999, p. 281-292, p. 288.

⁹⁹⁰ Eric Heilmann, *op. cit.*, p. 319.

⁹⁹¹ Serge Tisseron, *L'intimité surexposée*, Paris, Hachette littératures, 2002.

plusieurs caméras vidéo, dont quelques-unes sont des caméras à infrarouge, qui enregistrent les jeunes gens sans discontinuer. Ainsi, Tisseron croit qu'il existe deux aspects importants qui motivent cette expérience des jeunes : tout d'abord, ils cherchent à être des modèles de comportements, puis ils sont attirés par l'exposition publique de leur vie. On peut penser que ces expériences sont analogues à celles vécues dans les réseaux sociaux où il est important qu'une personne soit acceptée par son groupe. Selon Serge Tisseron, actuellement, *« l'intimité est suffisamment valorisée et intériorisée pour que l'individu puisse ruser avec les surveillances. (...) l'abandon de l'image de soi comme repère de l'identité, notamment dans les nouvelles relations familiales, joue un rôle capital... »*, et la surveillance commence au sein de la famille⁹⁹².

Les images de surveillance ont la caractéristique d'être de basse qualité, et c'est ce qui fait qu'elles donnent la sensation d'authenticité. Le cinéma amateur et le cinéma familial ont cette même caractéristique. Ainsi, la basse qualité fait souvent croire à la véracité de l'image. Patricia Zimmermann, observe au sujet des images tournées pendant Seconde Guerre mondiale que :

*« en raison des prises de vues dans les tranchées, les images des actualités étaient souvent instables et peu nettes ; le flou et le bouché prirent ainsi la valeur d'indices d'un plus grand réalisme phénoménologique et le « mal fait » devint dans l'esprit des spectateurs, un gage d'authenticité. »*⁹⁹³

Un autre phénomène intéressant dans la société contemporaine concerne la vitesse avec laquelle l'information est reproduite dans les journaux écrits et télévisés, ou l'on peut pratiquement voir un événement au moment précis où il se produit. C'est cette immédiateté de transmission de l'image et de l'information, qu'elle soit réelle ou fictive, que permet la technologie, qui apporte de l'authenticité aux faits. Cela se produit aussi grâce à la technologie qui a permis de développer des téléphones mobiles munis de caméras numériques à des prix très accessibles, ce qui a facilité leur démocratisation. Ainsi, avec la multiplication des téléphones mobiles munis de

⁹⁹² *Ibidem*, p. 76.

⁹⁹³ Patricia Zimmermann, *op. cit.*, p. 288.

caméras numériques sur le marché, la société a accès un très grand nombre d'images « réelles » de situations complexes de la vie quotidienne presque partout dans le monde.

Cependant, les images numériques étant un ensemble de *bits*, *pixels* et nombres, elles peuvent être éditées, manipulées et envoyées instantanément à n'importe qui et n'importe où dans le monde. Avec les développements récents de l'intelligence artificielle, il est également possible de créer de faux enregistrements vocaux reproduisant le timbre et les intonations d'une voix donnée⁹⁹⁴. Ainsi, si l'image visuelle ou sonore est modifiable, sa véracité est mise à l'épreuve. Dans le cas de la peinture, par exemple, le peintre interfère directement dans le résultat visuel et s'il représente la réalité, l'image ne prétend pas être « authentique », elle est simplement le résultat du regard de l'artiste⁹⁹⁵. Mais l'image numérique est diffusée principalement par l'intermédiaire de l'internet, et actuellement, grâce aux réseaux sociaux, les images sillonnent le monde en quelques secondes. Il s'agit d'une réalité de la société contemporaine qui peut faire douter de l'authenticité de toutes les images que l'on voit.

Les « fake news », par exemple, sont une des préoccupations majeures pour les chaînes d'information et les réseaux sociaux, et pour une société connectée en général. Le Monde a installé un outil capable « *d'identifier les sites qui imitent les codes du journalisme pour donner crédit à de fausses informations, à un partenariat qui nous permet de signaler au plus tôt un certain nombre de ces contenus aux utilisateurs de Facebook* »⁹⁹⁶. Les médias traditionnels vérifient les informations afin

⁹⁹⁴ Voir Morgane Tual, « Lyrebird, l'algorithme qui parle comme toi ou moi », *Le Monde*, 6 août 2017 [En ligne : http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/08/06/lyrebird-l-algorithme-qui-parle-comme-toi-ou-moi_5169248_3232.html#YzTf24oCQ24CMsFa.99], consulté le 30 août 2018, ou Natasha Lomas, « Lyrebird is a voice mimic for the fake news era », *TechCrunch*, 25 avril 2017 [En ligne : <https://techcrunch.com/2017/04/25/lyrebird-is-a-voice-mimic-for-the-fake-news-era/>], consulté le 30 août 2018, qui présente des extraits sonores de voix falsifiées, avec un faux dialogue entre Barack Obama, Donald Trump et Hillary Clinton.

⁹⁹⁵ Claudia Lambach, *op. cit.*.

⁹⁹⁶ Jérôme Fenoglio, directeur du Monde, « Loi sur les « fake news » : la confiance dans l'information ne se décrète pas », *Le Monde*, 7 juin 2018. [En ligne : https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/06/07/fake-news-une-loi-inutile_5311093_3232.html]. Consulté le 11 septembre 2018.

de les confirmer ou les démentir, mais ce contrôle de l'information constitue un véritable problème, puisque certains faux sont grossiers mais d'autres probablement difficiles à détecter.

Conclusion du *Chapitre 2*

La multiplication des images mobiles s'accompagne d'une intense circulation de ces images. Quels en sont les résultats ? On observe aussi une participation active du public sur internet à travers le partage au quotidien d'images, d'opinions et d'informations. Ainsi, l'internet, en particulier à travers les réseaux sociaux, a apporté des changements de comportements importants. La culture participative et collaborative sur internet a transformé la façon dont les individus communiquent, et, l'image, en général, domine cette nouvelle communication. Il nous semble que l'avenir des images mobiles dépend largement de l'utilisation de ces images sur les réseaux sociaux.

De nouvelles images créées par les internautes en général et la participation active de ce public ont montré une dimension sociale vraiment créative. En fait, la technologie mobile a permis de renouveler certaines pratiques consolidées, comme la pratique journalistique, en incluant des pratiques de la culture participative.

Conclusion de la troisième partie

La relation corporelle entre les petites caméras mobiles et celui qui la manipule est très étroite. On peut même considérer que les petites caméras sont de vraies extensions du corps humain. Et ce n'est possible que grâce à la taille de ces caméras. Plus l'outil est petit, plus il est facile d'attacher l'appareil sur le corps de celui qui filme les images. Selon notre hypothèse, les caméras mobiles sont intégrées avec les corps, ce rapprochement favorise la création de réalisations filmiques, ces caméras se révélant alors de véritables miroirs de la pensée de l'artiste.

Hugo Münsterberg a été un pionnier dans les études psychologiques sur le cinéma qui font aussi partie de l'essai que Maurice Merleau-Ponty a présenté en 1945 lors d'une conférence à l'IDHEC. Toutes ces études aident à comprendre comment le film mobile peut être compris comme une expression cinématographique, c'est une nouvelle façon de faire du cinéma, un cinéma tourné avec un téléphone mobile. Il est même perçu et donc analysé dans la littérature, comme étant du cinéma. Le cinéma rend visible ce qui pour les spectateurs était jusqu'alors invisible à l'intérieur de la pensée et l'imagination de l'artiste.

De plus, un autre aspect de la corporalité avec les caméras mobiles, leur petite taille, favorise le tournage dans des angles différents de ceux permis avec les caméras de grande taille. Ces petites caméras peuvent aussi être attachées sur le corps d'un individu comme de véritables « prothèses » corporelles. Ainsi, l'individu qui filme partage avec le spectateur certaines de ses sensations vécues. Une autre corporalité est liée au tournage d'événements sporadiques par un individu équipé avec sa caméra mobile et qui est physiquement présent au moment où l'événement se produit. Actuellement, ces images sont communément vues sur les chaînes d'information, ou les réseaux sociaux.

La culture mobile n'est donc pas restreinte au cinéma mobile. Elle recouvre aussi toutes les expressions provenant de l'usage créatif des appareils mobiles par

une société connectée et participative. Ainsi, la culture mobile prend une dimension sociale dans laquelle les appareils mobiles et l'internet sont les outils permettant une communication créative entre différentes couches sociales et différents publics, à une échelle globalisée.

Les réseaux sociaux sont au centre de cette communication dans lequel l'image joue un rôle essentiel. Selon la prévision des dirigeants de *Facebook*, l'image sera le seul mode de communication sur ce réseau dans un avenir proche. Est-ce une affirmation dénotant une simple stratégie de marketing de ce réseau ou une vraie prévision étayée par le comportement des internautes ? Cela fait néanmoins réfléchir sur l'avenir de l'image mobile

De toute façon, on peut observer que les internautes sont chaque jour plus participatifs. L'usage quotidien des caméras mobiles est responsable de la publication d'une très grande quantité d'images amateurs sur le *web*. Cette participation qui s'est banalisée est devenue une source importante dans différents domaines comme le journalisme, au point d'ailleurs de changer les modes de fonctionnement de cette profession.

CONCLUSION

Nous avons présenté une recherche d'ensemble sur le cinéma de poche qui nous a conduit à aborder différents aspects marquants de la culture mobile contemporaine. L'analyse de l'innovation, ses usages et ses enjeux dans le cinéma de poche a contribué ici à éclairer et à expliquer ce phénomène de la création mobile. L'enquête de terrain constituée d'entretiens avec différents acteurs de la création mobile s'est révélée particulièrement efficace et les informations obtenues pertinentes pour faire avancer notre recherche. La réflexion épistémologique présentée dans l'introduction de cette thèse se fondait sur les relations possibles entre les innovations de la création mobile, le cinéma traditionnel et son insertion dans l'espace public. L'approche sociologique nous a permis d'apporter différents éclairages à cette recherche.

À partir de 2005, avec les premiers téléphones mobiles munis de caméra, on a vu apparaître les premières images mobiles : vidéos ou films de court-métrage. Avec les premiers films tournés avec des caméras de téléphone mobile, il semblait que l'on revivait un moment analogue aux débuts de l'histoire du cinéma où les frères Lumières ont projeté les premières images du cinématographe. Ceux qui tournaient avec un téléphone mobile étaient admirés. Et leurs images ont été effectivement exploitées et se sont transformées en films. Avec la sophistication croissante des appareils, les caméras mobiles sont devenues capables de tourner des images de haute qualité. Cette évolution technologique a provoqué une amélioration considérable de la qualité des films mobiles. Dans les premières années du cinéma de poche, nous nous interrogeons sur la capacité des petites caméras d'être absorbées dans le domaine du cinéma traditionnel, et nous avons même cru que la caméra mobile pourrait remplacer les caméras classiques de grande taille. L'enquête de terrain réalisée dans

le parcours de cette thèse nous a permis d'observer que les caméras mobiles sont effectivement rentrées dans le domaine du cinéma. De la même façon, nous sommes convaincue que les sociétés connectées ont trouvé des alternatives créatives à partir de l'usage constant de ces appareils. L'innovation liée aux appareils mobiles a permis d'inventer de nouvelles images et un nouveau cinéma de création.

Les festivals aident souvent à légitimer les nouvelles expressions artistiques qui surgissent, et les festivals de cinéma existent depuis fort longtemps (la première *Mostra de Venise* a eu lieu en 1932). Le processus de légitimation du cinéma de poche en tant que nouvelle forme de faire du cinéma s'est produit en particulier avec l'organisation de festivals consacrés au cinéma mobile, dès 2005, l'année de la première caméra mobile, qui ont permis dès son apparition de découvrir et divulguer cette manifestation artistique. La présence du mobile dans le monde du cinéma en tant qu'outil de création d'images devrait continuer, sachant de surcroît que la technologie des appareils mobiles est facile d'utilisation, banale et que grâce à cette technologie, la diffusion des films est vraiment accessible à tous.

Si le cinéma de poche résulte de l'utilisation de la technologie du téléphone mobile, la multifonctionnalité de ce dernier a contribué à une exploitation créative au sein du cinéma traditionnel, mais aussi hors de ce cinéma. En fait, les images mobiles, qui ne sont pas toujours du « cinéma », sont l'expression d'une société appareillée et connectée à l'internet. Cette expression se manifeste surtout par des *selfies*, des enregistrements vidéo casuels, des vidéos « viraux » et des mèmes, notamment. La mobilité est aussi une caractéristique de cette société connectée, « nomade » et où l'omniprésence des réseaux de connexion permet une certaine ubiquité, avec laquelle on peut observer simultanément des lieux très distants, échanger instantanément avec eux et s'y croire presque « présent ». Ces caractéristiques sont exploitées artistiquement dans la culture mobile et, nous y reviendrons plus loin, à la source d'une réflexion contemporaine sur les technologies et les nouveaux modes de la communication.

Cependant, la prolifération des images mobiles entraîne aussi le risque de la mimesis et du mimétisme social, résultat d'une culture de participation où l'on peut observer deux aspects distincts : le mode de diffusion et le mode de communication. À chaque nouvel outil technologique qui s'insère dans le domaine des arts visuels, il existe aussi un risque de produire des images répétitives. Une solution pour éviter le mimétisme est, selon la théorie développée par Vilém Flusser, que l'artiste s'engage dans l'exploration technologique de la machine. Selon lui, la liberté de la création n'est possible que s'il existe une connaissance du fonctionnement de la machine. Mais reste à savoir si l'artiste serait vraiment intéressé par l'acquisition de cette connaissance.

Il semble important que l'artiste qui utilise la technologie l'explore et fasse à partir d'elle de nouvelles expérimentations dans son travail. Le cinéma de poche provient d'un individu qui a commencé à utiliser un dispositif mobile et a dû prendre en compte les caractéristiques de ce dispositif ayant un impact direct sur ses films. Parmi celles-ci, on peut citer celles qui influencent directement la qualité de l'image (taille des écrans, résolution de l'image elle-même) et du son, ainsi que la capacité de la caméra pour ce qui est du temps d'enregistrement, du stockage des données. On peut aussi supprimer, copier et éditer les images, sans oublier la possibilité de positionner le téléphone à des endroits qu'un caméscope ou une grande caméra ne peuvent souvent pas atteindre. Ainsi, la caméra de poche fait privilégier de nouvelles voies et elle a apporté, non seulement à ses utilisateurs amateurs, mais aussi aux cinéastes professionnels, des expériences de manières différentes de filmer des images, en créant une série de films surprenants, insolites et, non rarement, très intéressants, avec divers équipements amateurs. L'usage amateur est un phénomène courant dans le cinéma de poche, mais aussi dans la création mobile en général. Le simple fait que le réalisateur amateur veuille et puisse réaliser une image, en toute liberté, attire déjà fortement notre intérêt. Quelques fois aussi, l'absence de connaissances techniques peut être une voie pour une expérimentation créative, mais ce n'est pas une règle pour la création, comme nous l'avons vu dans les différentes études sur la créativité et le processus de création.

Le cinéma de poche montre aussi d'autres aspects, avantageux selon nous vis-à-vis du cinéma traditionnel, concernant l'économie et la diffusion des films. Le cinéma de poche implique de manière générale une production à budget réduit. D'un point de sociologique, on peut comprendre le cinéma de poche comme une expression artistique située hors d'un centre dominé par le cinéma traditionnel. L'intégration entre ces deux mondes est possible à partir du moment où il existe un échange d'expériences entre les deux. Mais il pourrait sembler que le cinéma de poche ne gagne pas beaucoup à essayer de se rapprocher du cinéma traditionnel. En fait, il est très probable qu'alors le cinéma de poche soit complètement absorbé – du fait aussi de sa technologie innovante – par l'industrie cinématographique et qu'il n'existe plus en tant que tel. Dans ce cas, le cinéma de poche ne montrerait que des images très semblables à celles produites dans le cinéma traditionnel.

Le *web* s'est révélé essentiel pour la diffusion de l'image mobile, et le cinéma de poche a été pionnier dans le cinéma pour l'utilisation de ces nouveaux modes de diffusion. Mais sur le *web*, il peut être difficile de faire apparaître un film au public : le nombre de visualisations d'un contenu visuel est lié aussi à une opération de marketing efficace. Si un film est vu de très nombreuses fois, cela ne signifie pas que c'est un « bon » film. De plus, sur les plates-formes de partage de vidéos, l'algorithme qui définit les vidéos présentées en priorité à l'utilisateur choisit en général comme critère la quantité de visualisations, indépendamment de la qualité de la vidéo. Ces modes de diffusion en ligne, caractéristiques du cinéma de poche, ont été déjà absorbés par le cinéma traditionnel sur des sites payants.

La diffusion des images mobiles et du cinéma de poche sur le *web* en ont fait une manifestation artistique accessible à tous. Avec le téléphone mobile, la production cinématographique est aussi devenue accessible à tous ceux qui veulent réaliser un film : faire du cinéma, un cinéma mobile, est devenu beaucoup plus démocratique. Avec la téléphonie mobile, le cinéma de poche a socialisé la production cinématographique, en réduisant le processus de production, en offrant de nouveaux modèles économiques et en permettant de nouveaux moyens de

distribution, via l'internet. De surcroît, si le principal avantage du cinéma de poche sur le cinéma traditionnel semble résider dans le mode de financement des films, l'expansion des réseaux sociaux et des sites de diffusion de vidéos et de films a aussi entraîné un accroissement de la production de films tournés avec des téléphones mobiles.

Les développements récents des images mobiles nous ont fait remarquer combien la technologie mobile a transformé la vie quotidienne dans la société contemporaine. Aujourd'hui, les relations sociales et la notion de réalité, comme la perception du temps et de l'espace, sont très différentes des expériences vécues au siècle passé et même au début de ce siècle. Le téléphone mobile n'est pas seulement un objet de consommation commerciale et présentant de grands avantages économiques dans divers secteurs. Il est capable aussi de produire des images les plus belles et les plus poétiques dans la photographie et dans le cinéma, et de conduire à de nouvelles perceptions de la réalité.

D'un point de vue esthétique, la relation entre l'objet technologique et le corps du réalisateur ouvre un champ créatif pour l'image mobile. La taille des caméras mobiles nous a fait réfléchir sur la proximité qu'elles permettent avec le corps du réalisateur, qui semble positive dans le sens où elle favorise la réalisation d'un autre type d'images. Selon nous, sa petite taille fait que la caméra peut même être comparée à une prothèse du corps qui va filmer ce qui est dans la pensée du réalisateur. Dans ce sens, certains films amènent le spectateur à sentir ce que sent le réalisateur. Ces enregistrements souvent sont très particuliers et explorent la sphère intime.

Une autre perspective des relations entre le corps de l'utilisateur et l'appareil mobile est la réalité virtuelle. L'interaction avec les images issues de ces appareils et l'immersion dans les sensations qu'elles provoquent permet que le spectateur crée une nouvelle relation entre son corps et la réalité. Les réactions physiques suscitées par la réalité virtuelle et les implications de sa dissémination dans la société

contemporaine sont encore très discutées. Le champ de la réalité virtuelle est déjà exploité dans le monde du cinéma pornographique où la caméra mobile a révolutionné les productions en facilitant le tournage avec la petite caméra, le cybersexe et la prostitution interactive en ligne. Par ailleurs l'utilisation de la réalité virtuelle semble être un outil prometteur dans d'autres domaines comme la médecine, pour la téléchirurgie par exemple, ou la psychologie pour le traitement de phobies. On peut aussi imaginer de futures explorations poétiques et artistiques de la réalité virtuelle qui en font une perspective très intéressante de la culture mobile.

Dans le monde de la culture mobile, les appareils connectés à l'internet sont de véritables outils de la contemporanéité. Sur internet, les réseaux sociaux occupent maintenant un espace considérable dans une société hyperconnectée. La consommation de l'image s'est accrue constamment dans la société depuis l'apparition d'appareils de réception domestique comme les télévisions, les magnétoscopes, les lecteurs/enregistreurs de CD et DVD, et les ordinateurs, et, parallèlement, l'apparition des chaînes de télévision, puis de nouveaux services de distribution (location ou vente) des films et des vidéos, avec les vidéos-clubs et des plates-formes sur internet, gratuites ou payantes, comme *Netflix*. Les images semblent être devenues des éléments prédominants dans la communication. Dans cette perspective, l'image numérique et l'image mobile sont au centre et jouent un rôle crucial pour constituer même de nouvelles formes de langage. Certains entretiens pour cette thèse ont suggéré qu'il devrait y avoir un apprentissage de l'image dans les écoles parallèlement à l'enseignement de l'écriture et de la lecture. Ces réflexions montrent l'importance croissante que l'image numérique diffusée sur les réseaux sociaux a prise dans le monde contemporain.

On observe ainsi deux phénomènes significatifs qui se sont développés récemment : d'un côté, la multiplication imagétique et de l'autre, la culture de la participation et de la collaboration. Si l'image mobile contribue de fait à certains aspects du cinéma, la culture mobile de manière générale contribue à divers domaines qui mettent à profit sa technologie. Le journalisme, par exemple, a été profondément transformé par les développements de la culture issue de la technologie du téléphone

mobile. Les médias traditionnels ont absorbé les images publiées sur les réseaux sociaux et ils se sont ouverts aux images envoyées par le public en général comme collaboration journalistique. Des journalistes professionnels utilisent souvent pour des reportages la caméra du téléphone mobile qui présente aussi l'avantage de permettre d'envoyer rapidement sur internet ces reportages. Toutes ces innovations technologiques ont représenté une vraie révolution créative pour ce métier.

L'insertion du téléphone mobile dans le métier journalistique semble donc avoir eu plus d'impact que l'insertion de cet appareil dans le cinéma traditionnel. À notre avis, le téléphone mobile a apporté plusieurs nouveautés positives au cinéma qui les a déjà absorbées et en profite largement. Cependant, le cinéma de poche a perdu un peu du caractère créatif qu'il avait dans ses premières années, comme par exemple les images floues ou peu définies qui suscitaient un vif intérêt pour le cinéma de poche à ses débuts. Aujourd'hui, on pourrait se surprendre de savoir que le téléphone mobile permet de tourner un long-métrage de bonne qualité et à faibles coûts.

L'innovation croissante qu'a entraînée la technologie du téléphone mobile est le fil conducteur de la réflexion menée dans cette thèse. Elle a stimulé tous les chemins créatifs que le téléphone mobile a parcourus. En fait, l'usage de des dispositifs mobiles a permis d'innover dans le geste photographique, les images animées ou non, le cinéma et les arts visuels en général ; certains métiers liés à l'image comme le journalisme, ou le cinéma porno s'en sont emparés. Il a provoqué de profondes transformations dans la vie quotidienne des individus, dans la relation entre corps et technologie, dans la communication, la mobilité, les réseaux entre individus, l'indépendance des jeunes vis-à-vis de leur milieu familial, entre autres.

Finalement, la culture mobile évolue rapidement au point de dessiner de nouvelles perspectives sociétales et artistiques. Dans la mesure où le cinéma de poche est un phénomène relativement récent et reste encore largement à explorer, notre conclusion sur les enjeux et usages du cinéma de poche en signale des perspectives

surtout pratiques. Ces aspects suscitent de nombreuses questions notamment sur la culture participative, la diffusion de l'information sur des réseaux horizontaux, sur la réalité virtuelle et sur l'usage de l'image comme mode de communication se substituant à l'écriture, ce qui ouvre un nouveau champ de recherche qui promet d'être fécond.

GLOSSAIRE

2K : ou *résolution 2K* (deux kilos). C'est un format de haute définition pour un film, défini par la résolution horizontale de l'image (quantité de pixels horizontaux). Elle correspond à une image de 2048 pixels (largeur) x 1556 pixels (hauteur).

3G (*3^{ième} génération*) : (ou UMTS). Nouvelle norme de transmission de la téléphonie mobile, commercialisée à partir de la fin de 2004 en Europe. « *Elle permet de plus hauts débits de données, donc la transmission télévisuelle, dans les deux sens* »⁹⁹⁷, téléchargement et transfert (*upload*). Les téléphones 3G sont tous équipés de caméras vidéo. La norme 3G a exigé de nouvelles antennes. Il y a donc eu coexistence entre la norme 2G (deuxième génération, à bas débit) et la norme 3G. L'UMTS est compatible avec tous les réseaux du monde du fait de la possibilité de *roaming* au niveau mondial. Le réseau UMTS n'a pas remplacé pas le réseau GSM existant puisque la coexistence entre ces deux réseaux est possible⁹⁹⁸. Par la suite sont apparus les téléphones de génération 3G+, puis 4G, qui permettent des débits de données encore plus élevés.

4K : ou *résolution 4K*. Format de haute résolution. Une image 4K a une largeur d'approximativement 4 000 pixels, le format exact de l'image de 4K étant 4096 pixels (largeur) x 3112 pixels (hauteur). La résolution standard 4K est quatre fois plus élevée que la résolution standard 2K.

⁹⁹⁷ Benoît Labourdette, *Tournez un film avec votre téléphone portable*, Paris, Dixit éd. : Forum des images : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2008 (*op. cit.*), p. 214.

⁹⁹⁸ Éric Meurisse, *UMTS et le haut débit mobile*, article disponible sur le site de l'Institut d'électronique et d'informatique Gaspard-Monge (IGM) [En ligne : http://www-igm.univ-mlv.fr/~dr/XPOSE2006/eric_meurisse/umts.php]. Consulté le 13 mai 2015.

Android : Système d'exploitation multitâche le plus communément utilisé sur les smartphones actuels, basé sur un noyau Linux⁹⁹⁹.

App Store : Boutique d'applications disponible sur les appareils de la marque *Apple* ou depuis iTunes.

Apple : Entreprise multinationale américaine spécialisée en informatique et produits électroniques dérivés (logiciels, ordinateurs et dispositifs mobiles). Elle est à l'origine « *de beaucoup d'innovations dans le monde de l'informatique et de la vidéo. Et notamment le lecteur Quicktime, qui est le lecteur universel pour les vidéos tournées avec un téléphone* »¹⁰⁰⁰.

Bada : Système d'exploitation pour les smartphones modèle Samsung Wave de *Samsung*. Sorti début 2010, il est basé sur le système d'exploitation de Samsung SHP (Samsung Handheld Platform) OS.

Caméra DV (Digital vidéo) : Caméra de format de vidéo amateur qui est largement utilisée par les professionnels.

Caméra mobile : Caméra insérée dans un dispositif mobile.

Carl Zeiss : Du nom de l'entreprise spécialisée en optique de précision, fondée en Allemagne en 1846. Le groupe *Carl Zeiss* est leader international dans les domaines de l'optique et de l'optoélectronique. Les optiques pour appareils photos fabriquées par *Zeiss* sont utilisées par des millions de photographes de par le monde (appareils photos SLR ou à viseur télémétrique, appareils compacts Sony ou smartphone Nokia) et pour le cinéma¹⁰⁰¹.

⁹⁹⁹ Arnaud Faque, *Google Android 4 efficace utilisation avancée des smartphones et tablettes Android (Samsung Galaxy, Nexus, HTC...)*, Paris, Eyrolles, 2013, p. 2 et 19.

¹⁰⁰⁰ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 214.

¹⁰⁰¹ Voir le site de ZEISS France [En ligne : http://www.zeiss.fr/corporate/fr_fr/home.html]. Consulté le 17 juin 2015.

Cinema FV-5 : Application de caméra vidéo professionnelle pour les appareils mobiles munis du système d'exploitation Android¹⁰⁰².

Codec : dispositif matériel ou logiciel permettant « de « coder » la vidéo d'une séquence pour que cela prenne le moins de place possible sur le disque dur ou sur la carte mémoire »¹⁰⁰³.

DVB-H (Digital Video Broadcasting – Handheld) : version mobile de la TNT (Télévision Numérique Terrestre)¹⁰⁰⁴.

Écran Retina : Écran ACL (affichage à cristaux liquides) de haute résolution de la marque *Apple* utilisé sur ses dispositifs mobiles depuis 2012.

Edge : « Acronyme de Enhanced Data rate for GSM Evolution. Évolution de la norme GSM développée pour la téléphonie mobile. Procure un accès à haut débit à Internet avec des contenus multimédias »¹⁰⁰⁵.

FaceTime : application de visiophonie (VoIP) d'*Apple* pour les appareils fonctionnant avec iOS. Les appels vidéo *FaceTime* nécessitent d'un iPhone 4 ou modèle ultérieur, un iPad 2 ou modèle ultérieur, un iPod touch (4G ou génération ultérieure), ou un Mac compatible *FaceTime* avec une connexion Wi-Fi¹⁰⁰⁶.

Fan-vidéos : vidéos réalisées par des fans, à partir d'un montage d'images existantes provenant de films, d'émissions TV, de séries et de vidéo-clips¹⁰⁰⁷.

FILMIC Pro : application d'*Apple* qui transforme un dispositif mobile en un caméscope haute définition avec zoom x en temps réel, maîtrise intégrale de la mise

¹⁰⁰²-Voir le site de l'application [En ligne : <http://www.cinmaf5.com/>]. Consulté le 14 octobre 2018.

¹⁰⁰³ Benoît Labourdette, *op. cit.*, p. 215.

¹⁰⁰⁴ *Ibidem*, p. 176 et 216.

¹⁰⁰⁵ Henri Lilen, *Dictionnaire informatique & numérique*, Paris, First Interactive, 2014, p. 72.

¹⁰⁰⁶ Paul Durand Degranges, *Tout sur mon iPad air et iPad mini Retina*, Paris, First interactive, 2014, p. 300.

¹⁰⁰⁷ Cinto Niqui, *Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet : 1000 obras y webs*, Version Kindle, Barcelone, Oberta UOC Publishing, SL, 2014, (« 1e »), chap. 1, emplant. 555.

au point et de l'exposition, du nombre d'images par seconde et de l'équilibre des blancs. Compatible avec l'iPhone, l'iPad et l'iPod touch, et optimisée pour l'iPhone 5. Permet de tourner des vidéos en Full HD, les images ayant une résolution de 1080 pixel (largeur de l'image). Le FILMIC Pro possède les ressources suivantes pour le tournage : stabilisateur d'image, time-lapse (accéléré), slow-motion et contrôle d'appareil photo avant et arrière.¹⁰⁰⁸

Flashmobs ou *Flash mobs* : manifestation collective apparue en 2003. Il s'agit d'un rassemblement éphémère de personnes à partir d'une invitation reçue par des moyens de communication instantanés (SMS, forum, réseaux sociaux, etc.). L'intérêt pour les participants est qu'ils deviennent acteurs de l'événement qui se crée, spontanément et temporairement.

FlickrR : réseau social de partage de photos et de vidéos gratuit avec certaines fonctions payantes, créé en 2004.

Hashtags : de l'anglais *hash*, dièse ou croisillon #. « *En français : mot-dièse – Marqueur utilisé principalement sur les réseaux sociaux tels que Twitter, Tumblr, Google+, Facebook, etc., associant le signe # en préfixe à un mot-clé* »¹⁰⁰⁹.

iPhone : modèle de smartphone de la marque *Apple* muni d'applications de base dédiées à la communication (Internet, SMS et MMS), qui dispose en outre d'outils pratiques : baladeur MP3, calendrier, calculette, jeux, etc., d'une caméra permettant de filmer des vidéos ou de l'utiliser comme appareil photo et de l'application *App Store*.¹⁰¹⁰

iMovie : logiciel payant d'Apple (à très bas prix sur l'App Store), c'est l'application la plus connue pour le montage vidéo avec les appareils iPhone/iPad. Elle permet de retravailler les séquences d'images (vidéo, musique, commentaire, titres, thème) sans

¹⁰⁰⁸ Cf. « FiLMiC Pro pour iPhone, iPod touch et iPad dans l'App Store sur iTunes », [En ligne : <https://itunes.apple.com/fr/app/filmic-pro/id436577167?mt=8>]. Consulté le 9 juin 2015. Et Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplace. 6441.

¹⁰⁰⁹ Henri Lilen, *op. cit.*, p. 98.

¹⁰¹⁰ Éric Marais, *La photographie créative avec l'iPhone*, Paris, Pearson, 2010, p. 2.

passer par un ordinateur, « *les thèmes se différencient par leur fond sonore, le style des transitions et la mise en forme de titre* »¹⁰¹¹. Toutefois, cette application prend beaucoup de mémoire et est un peu complexe à utiliser, surtout sur un petit écran de smartphone.

iTunes : « *Juke-box numérique développé par Apple, iTunes est un logiciel (associé à un site web) proposant un des plus gros catalogues de musique en ligne* »¹⁰¹².

Linux : C'est le nom couramment donné à tout système d'exploitation libre fonctionnant avec le noyau Linux. Les systèmes basés sur Linux sont majoritaires pour les super-ordinateurs et les *smartphones*. Il permet de gérer une grande partie des composants : appareil photo, Wi-Fi, affichage, clavier, carte mémoire, audio et batterie¹⁰¹³.

Lip dub : anglais, formé à partir de *lip synch(ronization)* (« playback ») et *audio dubbing* (« copie d'un enregistrement »). C'est « *un clip vidéo musical et collectif tourné en play-back dans lequel les protagonistes chantent en dansant* »¹⁰¹⁴.

Machinima : mot-valise formé à partir de « machine », « cinéma » et « animation ». C'est un clip vidéo ou film d'animation créé à partir d'un univers virtuel. Le *machinima* a été créé, en 1995-1996, à partir de jeux vidéo 3D¹⁰¹⁵.

Mobisode : (mot-valise formé à partir de « mobile » et « épisode »). Créé pour être diffusé sur les appareils mobiles, le *mobisode* est une version condensée d'un épisode d'une série télévisée.

¹⁰¹¹ *Le guide pratique iPhone & iOS5 : iPhone 4S, iPhone 4, iPhone 3GS : toutes les nouvelles fonctions de votre iPhone expliquées pas à pas...*, Paris, Eyrolles, 2011, p. 136-137.

¹⁰¹² « iTunes - Définition de iTunes », [En ligne : <http://www.dicodunet.com/definitions/multimedia/itunes.htm>]. Consulté le 13 décembre 2015.

¹⁰¹³ Arnaud Faque, *op. cit.*, p. 2.

¹⁰¹⁴ Soraya Khireddine, *Culture web : #200 mots pour comprendre la génération internet*, Paris, Solar, 2018, p. 67.

¹⁰¹⁵ Cinto Niqui, *op. cit.*, chap. 2, emplant. 677.

MySpaceTV : Plateforme de partage de vidéos. « C'est un site communautaire (musique et cinéma principalement) très populaire qui propose de nombreux outils pour créer simplement des pages personnelles »¹⁰¹⁶.

Netflix : entreprise basée à Los Gatos (Californie, États-Unis) qui a été fondée en 1997 par Reed Hastings et Marc Randolph. Elle propose un service internet payant de vidéo (films et série télévisées) à la demande (VOD) en diffusion continue (streaming) dont certains sont des productions propres¹⁰¹⁷. Elle comptait 125 millions d'abonnés en avril 2018, dont 3,5 millions en France¹⁰¹⁸.

Nokia Corporation : entreprise multinationale de télécommunications finlandaise fabriquant de téléphones mobiles. *Nokia* et *Carl Zeiss* ont annoncé en 2015 leur collaboration visant à incorporer une optique *Carl Zeiss* dans les téléphones appareils photo fabriqués par *Nokia*¹⁰¹⁹.

Phablette : « Nom composé désignant un appareil hybride mi-smartphone, mi-tablette »¹⁰²⁰.

RecoLive MultiCam : application d'*Apple* permettant d'utiliser un iPad ou un iPhone comme régie de mixage vidéo avec d'autres iPhones et iPods comme caméras pour réaliser des tournages analogues à ceux d'un plateau de télévision.

ReelDirector : application d'*Apple* disponible sur *App Store* qui permet par exemple l'ajout de titres et de crédits, d'effets et de transitions entre les clips pour le montage vidéo.

¹⁰¹⁶ Jérôme Genevray, *YouTube*, Paris, Micro application, 2007, p. 143.

¹⁰¹⁷ « Netflix », [En ligne : <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/internet-netflix-16350/>]. Consulté le 13 octobre 2018.

¹⁰¹⁸ SudOuest.fr avec AFP, « Netflix affiche des résultats record en France et dans le monde », Sud-Ouest, 17/04/2018 [En ligne : <https://www.sudouest.fr/2018/04/17/netflix-affiche-des-resultats-record-en-france-et-dans-le-monde-4380331-4693.php>]. Consulté le 14 octobre 2018.

¹⁰¹⁹ Voir sur le site de l'entreprise « Our story | Nokia », [En ligne : https://www.nokia.com/en_int/about-nokia/who-we-are/our-history]. Consulté le 13 octobre 2018.

¹⁰²⁰ Henri Lilen, *op. cit.*, p. 169.

*SIM (carte) : « acronyme de Subscriber Identity Module, module d'identification du souscripteur. En téléphonie mobile, carte à puce qui identifie l'abonné, enregistre les informations ayant trait au réseau et au forfait choisi, et qui permet la facturation »*¹⁰²¹.

*Siri (logiciel) : application d'Apple qui permet à l'appareil mobile de comprendre les instructions verbales données par les utilisateurs et répond à leurs requêtes. Elle permet d'envoyer des messages, de fixer des rendez-vous ou de passer des appels téléphoniques, entre autres.*¹⁰²²

*Smartphone : « Le smartphone est un téléphone mobile disposant des fonctions d'un assistant numérique personnel (ou PDA). Il sert d'agenda et de calendrier, mais peut également être doté des fonctionnalités de navigation web, de consultation de courrier électronique, de messagerie instantanée, de GPS et (...) d'un appareil photo »*¹⁰²³.

*Snapchat : « Créée par Evan Spiegel en 2011, alors étudiant à l'université de Stanford en Californie, Snapchat est une application gratuite de partage de photos et de vidéos, disponible sur les plates-formes mobiles iOS et Android »*¹⁰²⁴.

*Splice : application gratuite, une alternative à iMovie, pour le montage de vidéos*¹⁰²⁵.

*Tizen : système d'exploitation open source multiplateformes, conçu pour un usage sur smartphones, tablettes, télévisions connectées et les équipements automobiles, développé par Samsung en collaboration avec Intel et soutenu par la Linux Fondation*¹⁰²⁶.

¹⁰²¹ Henri Lilen, *op. cit.*, p. 202.

¹⁰²² « Apple - iOS 8 - Siri », [En ligne : <https://www.apple.com/fr/ios/siri/>]. Consulté le 10 juin 2015.

¹⁰²³ Éric Marais, *ibidem*.

¹⁰²⁴ Soraya Khireddine, *op. cit.*, p. 104.

¹⁰²⁵ Voir sur le blog d'Amaranthe, « Trois applications pour monter vos vidéos avec un smartphone », *Amaranthe*, 10 juin 2014 [En ligne : <http://www.amaranthe.be/blog/storytelling/trois-applications-pour-monter-vos-vidéos-avec-un-smartphone>]. Consulté le 12 juin 2015.

¹⁰²⁶ Arnaud Faque, *op. cit.*, p. 9.

Vjing : performance visuelle en temps réel, avec manipulation de l'image via une médiation technologique, synchronisée avec de la musique. « *La personne qui fait du vjing est appelée un video jockey. Ces performances de vjing ont principalement lieu dans des concerts, festivals, clubs. Ces performances peuvent également inclure des comédiens, des danseurs en même temps que la video live ou pré enregistrée. Le vjing regroupe donc d'une part le medium cinématographique et de l'autre un artiste qui propose dans un contexte donné son expression et son approche* »¹⁰²⁷.

WatTV : « *site de diffusion vidéo proposé par TF1, à mi-chemin entre DailyMotion et YouTube. Le site emprunte à YouTube la personnalisation des pages, la possibilité de publier des articles comme dans un blog, et propose également un contenu éditorial, avec des chaînes francophones correctement classées* »¹⁰²⁸.

Web-documentaires : documentaire multimédia (texte, photos, vidéos, sons et animations) conçu pour être interactif et produit pour être diffusé sur le web.

Web-séries : série d'épisodes courts (plus de 90% des *web-séries* ont des épisodes d'une durée inférieure à 12 minutes) diffusés exclusivement sur le web et plus particulièrement sur des plateformes vidéo comme *YouTube* ou *Dailymotion*¹⁰²⁹.

¹⁰²⁷ « Qu'est-ce que le Vjing ? » [En ligne : <https://master-crdm.parisnanterre.fr/quest-ce-que-le-vjing/>]. Consulté le 13 octobre 2018.

¹⁰²⁸ Jérôme Genevray, *op. cit.*, p. 138.

¹⁰²⁹ Cf. Joël Bassaget, *Le Guide des Webséries. La Nouvelle Vague*, Grenoble, Glénat, 2016.

BIBLIOGRAPHIE

AASMAN, Susan. « Le film de famille comme document historique ». In *Le film de famille: usage privé, usage public*, éd. Roger Odin, 97–111. Paris: Méridiens Klincksieck, 1995.

ALLARD, Laurence, « De l'hypertexte au mobtexte. Les signes métis de la culture mobile : écrire quand on agit », *Les objets hypertextuels : pratiques et usages hypermédiatiques*, éd. Caroline Angé, 2015, p. 167-188.

ALLARD, Laurence, « Des mobiles, des apps et autant de nuances d'images », 29. *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »).

ALLARD, Laurence, « L'amateur: une figure de la modernité esthétique », in Roger Odin, (éd.). *Le cinéma en amateur*, éd. Roger Odin, Paris, Seuil, 1999, p. 09-29.

ALLARD, Laurence, CRETON, Laurent, ODIN, Roger [et al.], *Téléphone mobile et création*, Paris, Colin, 2014.

ALLARD, Laurence, *Mythologie du portable*, Paris, Le Cavalier bleu éd., 2009.

AMABILE, Teresa M. et PILLEMER, Julianna, « Perspectives on the Social Psychology of Creativity », *The Journal of Creative Behavior*, vol. 46 / 1, mars 2012, p. 3-15.

ANDRIN, Muriel, « Inventer un nouveau porno, entretien avec Mia EngBerg », *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, trad. Patrick Boucher, 2013, p. 105-113.

APERS, Chris et PATERSON, Daniel, *iPhone et iPad: développement d'applications web en HTML5, CSS3 et JavaScript*, Paris, Pearson, 2011.

AUMONT, Jacques et MARIE, Michel, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, 2. éd. rev et augm, Paris, Colin, 2008, 300 p., (« Dictionnaire »).

AUMONT, Jacques et MARIE, Michel, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, 3. éd. rev et augm, Paris, Colin, 2016.

AUMONT, Jacques, *L'image*, 2. éd, Paris, Colin, 2008, 248 p., (« Armand Colin cinéma »).

- AUMONT, Jacques, BERGALA, Alain, MARIE, Michel, et VERNET, Marc. *L'esthétique du film*. Paris: Nathan, 1993.
- BALAGUÉ, Christine et FAYON, David, *Réseaux sociaux et entreprise, les bonnes pratiques: Facebook, Twitter, Google +, LinkedIn, YouTube, etc. !*, Paris, Pearson, 2011.
- BAZIN, André, *O que é o cinema?*, Lisboa, Livros Horizonte, 1992.
- BECKER, Howard S., *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 2006.
- BENDASSOLLI, Pedro F., WOOD JR, Thomaz, KIRSCHBAUM, Charles[et al.], « Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades », *Revista de Administração de Empresas*, vol. 49, mars 2009, p. 10-18.
- BORDWELL, David, THOMPSON, Kristin, et BEGHIN, Cyril. *L'art du film*. Bruxelles: De Boeck Université, 2009.
- BOUCHER, Patrick, « Le cri de la hyène : trans, cybermedia et post-pornographie », *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, 2013, p. 16.
- BOUQUILLION, Philippe, « Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet? », in *Creative economy, creative industries: Des notions à traduire*, éd. Philippe Bouquillion, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2012, p. 05-45.
- BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard et MOEGLIN, Pierre, *L'industrialisation des biens symboliques: les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2013.
- BOURDIEU, Pierre, « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique (1940/1948-)*, vol. 22, 1971, (« Troisième série »), p. 49-126.
- BUCI-GLUCKSMANN, Christine, *Esthétique de l'éphémère*, Paris, Galilée, 2003, 84 p., (« Collection Ecritures/figures »).
- BUSSON, Alain et ÉVRARD, Yves, *Les industries culturelles et créatives: économie et stratégie*, Paris, Vuibert, 2013, 231 p.
- CHALLONER, Jack, *Les 1001 inventions qui ont changé le monde*, Paris, Le Grand livre du mois, 2011.
- CRETON, Laurent, « L'économie et les marchés de l'amateur : dynamiques évolutionnaires », in Odin, Roger, (éd.). *Le cinéma en amateur*, éd. Odin, Roger, Paris, Seuil, 1999, p. 143-167.
- CRETON, Laurent, « Transformations des marchés, mutations industrielles et stratégies de filière », *12. Cinéma et stratégies : économie des interdépendances*, éd. Laurent Creton, 2008, (« Théorème »).

CROZIER, Michel et FRIEDBERG, Erhard, *L'acteur et le système : les contraintes de l'action collective*, Paris, Seuil, 2014.

DAGNAUD, Monique, *Génération Y : les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2011, (« Nouveaux débats », 25).

DAVID, Gaby, « Film mobile : de l'expérimentation à la reconnaissance et à l'institutionnalisation », 29. *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »).

DEVAUX, Frédérique, *L'homme à la camera, de Dziga Vertov*, Crisnée, Belgique, Editions Yellow Now, 1990, 126 p., (« Long metrage », 14).

DI FOLCO, Philippe, org. *Dictionnaire de la pornographie : suivi d'une galerie de noms et d'une galerie de mots*. Paris: Presses universitaires de France, 2005.

DIODATO, Roberto, *Esthétique du virtuel*, trad. Hélène Goussebayle, Paris, Vrin, 2011.

DUCHET, Chantal, « Cinéma et publicité: le droit d'asile », in Laurent Creton, (éd.). *Le cinéma et l'argent*, éd. Laurent Creton, Paris, Nathan, 2000, (« Nathan cinéma »), p. 88-102.

DUPUY-SALLE, Manuel, « Le financement participatif : Quelle innovation pour la production cinématographique et audiovisuelle ? », in *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative : De nouveaux financements pour la création.*, Brussels, , éd. Laurent Creton et Kira Kitsopanidou, P.I.E-Peter Lang S.A., Éditions Scientifiques Internationales, 2016, p. 159-171.

DURAND DEGRANGES, Paul, *Tout sur mon iPad air et iPad mini Retina*, Paris, First interactive, 2014.

ESCANDE-GAUQUIÉ, Pauline et NAIVIN, Bertrand, *Monstres 2.0 : l'autre visage des réseaux sociaux*, Paris, François Bourin, 2018.

ESCANDE-GAUQUIÉ, Pauline, *Tous selfie! : pourquoi tous accro?*, Paris, Editions François Bourin, 2015.

FANTIN, Monica. "Cinema e imaginário infantil: a mediação entre o visível e o invisível". *Educação e Realidade*, 2009.

FAQUE, Arnaud, *Google Android 4 efficace utilisation avancée des smartphones et tablettes Android (Samsung Galaxy, Nexus, HTC...)*, Paris, Eyrolles, 2013.

FAURÉ, Christian, « La pharmacologie des réseaux sociaux », in *Réseaux sociaux : culture politique et ingénierie des réseaux sociaux*, éd. Bernard Stiegler, Paris, Fyp : Institut de recherche et d'innovation, 2012, (« Nouveau monde industriel »).

FEIGELSON, Kristian, « Création et design : une esthétique mobile », 29. *Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »).

FEIGELSON, Kristian, « L'effet numérique au travail : le directeur de post-production, un nouveau métier ? », *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, 2015, (« Cinémaction »).

FEIGELSON, Kristian, « Télévisions de proximité: l'amateur professionnalisé », in Odin, Roger, (éd.). *Le cinéma en amateur*, éd. Odin, Roger, Paris, Seuil, 1999, p. 267-279.

FEIGELSON, Kristian, *La fabrique filmique : métiers et professions*, Paris, Colin, 2011, 253 p., (« Collection Cinéma/arts visuels »).

FERRARIS, Maurizio, *T'es où? ontologie du téléphone mobile*, trad. Pierre-Emmanuel Dauzat, Paris, Albin Michel, 2006, 312 p., (« Bibliothèque Albin Michel idées »).

FILIO, Nicolas, « Médias du 21e siècle : passer du public passif aux contributeurs actifs », *Les Cahiers du journalisme*, 22/23, 2011.

FLICHY, Patrice et DE GOURNAY, Chantal, « Présentation », *Réseaux*, vol. 12 / 65, 1994, (« La communication itinérante »), p. 5.

FLUSSER, Vilém, « Da democratização da fotografia », *Iris*, vol. 351, 1983, [En ligne : <http://www.flusserbrasil.com/>].

FLUSSER, Vilém, « Ora, aprender a ler televisão, fotografia... », *Especial*, vol. 1, 1979, p. 50-55.

FLUSSER, Vilém, « Sintetizar imagens », *Iris*, vol. 381, 1985, p. 66.

FLUSSER, Vilém, *Filosofia da caixa preta: Ensaio para uma filosofia da fotografia*, Rio de Janeiro, Relume Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém, *Pour une philosophie de la photographie*, Strasbourg, Circé, 1996.

FONSECA REIS, Ana Carla, *Creative economy as a development strategy*, São Paulo, Itaú Cultural, 2008.

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *Artistes de laboratoire: recherche et création à l'ère numérique*, Paris, Hermann, 2011, 126 p.

FRAU-MEIGS, Divina, *Socialisation des jeunes et éducation aux médias: du bon usage des contenus et comportements à risque*, Toulouse : [Paris], Érés ; CEMÉA, 2011, 234 p., (« Education et société »).

- FUCHS, Philippe, *Les casques de réalité virtuelle et de jeux vidéo*, Paris, Presses des Mines - Transvalor, 2016.
- GALLAND, Olivier, *Les jeunes*, Paris, La Découverte, 2010.
- GALLAND, Olivier, *Sociologie de la jeunesse*, Paris, A. Colin, 2013.
- GEBAUER, Gunter et WULF, Christoph, *Jeux, rituels, gestes : les fondements mimétiques de l'action sociale*, Paris, Anthropos, 2004, 298 p., (« Anthropologie »).
- GEBAUER, Gunter et WULF, Christoph, *Mimésis culture - art - société*, Paris, Ed. du Cerf, 2005.
- GENEVRAY, Jérôme, *YouTube*, Paris, Micro application, 2007.
- GERMAIN, Bernard, « Madame Kodak contre l'amateur, ou les conquêtes du super-8 », in Odin, Roger, (éd.). *Le cinéma en amateur*, éd. Odin, Roger, Paris, Seuil, 1999, p. 171-189.
- GOGGIN, Gerard et HJORTH, Larissa, *The Routledge Companion to Mobile Media*, Routledge, 2014, 954 p.
- GUEZ, Judith et JÉGO, Jean-François, « L'usage des visiocasques pour les arts numériques », in Philippe Fuchs, (éd.). *Les casques de réalité virtuelle et de jeux vidéo*, éd. Philippe Fuchs, Paris, Presses des Mines - Transvalor, 2016, p. 209-224.
- GUILLAUME, Marc, « Le téléphone mobile », *Réseaux*, vol. 12 / 65, 1994, (« La communication itinérante »), p. 27-33.
- GUILLAUME, Marc, *L'empire des réseaux*, Paris, Descartes & Cie, 1999, 157 p., (« Collection "Essai" »).
- GUILLAUME, Paul, *La psychologie de la forme*, Paris, Flammarion, 1992, (« Champs »).
- GUNTHER, André, *L'image partagée: la photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015, 175 p., (« L'écriture photographique »).
- HAMUS-VALLÉE, Réjane et RENOARD, Caroline, « Préambule Cinéma et numérique, la fin des tensions ? », *Les métiers du cinéma à l'ère du numérique*, éd. Réjane Hamus-Vallée et Caroline Renouard, 2015, (« Cinémaction »).
- HARTLEY, John, *Creative industries*, éd. John Hartley, Malden, MA, Blackwell Pub, 2005, 414 p.
- HORKHEIMER, Max et THEODOR WIESENGRUND, Adorno, *La dialectique de la raison: fragments philosophiques*, trad. Éliane Kaufholz-Messmer, Paris, Gallimard, 1983, 281 p., (« Collection Tel », 82).

- JEANNE-PERRIER, Valérie, *Les journalistes face aux réseaux sociaux ? : Une nouvelle relation entre médias et politiques*, 2018.
- JOIGNOT, Frédéric, *Gang bang : enquête sur la pornographie de la démolition*, Paris, Seuil, 2007.
- JOST, François, « Nouveaux comportements pour d'anciens médias ou anciens comportements pour de nouveaux médias? », *Matrizes*, 2011, (« Ano 4 »), p. 93-109.
- JOURNOT, Marie-Thérèse, *Le vocabulaire du cinéma*, 3. ed, éd. Michel Marie, Paris, Colin, 2011, 123 p., (« Collection 128 Cinéma Image », [271]).
- KHIREDDINE, Soraya, *Culture web : #200 mots pour comprendre la génération internet*, Paris, Solar, 2018.
- KORFF-SAUSSE, Simone, « Selfies : narcissisme ou autoportrait ? »
- KRISTENSESN, Stefan, « Maurice Merleau-Ponty, une esthétique du mouvement », *Archives de Philosophie*, vol. 69 / 1, 2006, p. 123-146.
- KRZYWKOWSKI, Isabelle, *Machines à écrire : littérature et technologies du XIXe au XXIe siècle*, Grenoble, ELLUG, Université Stendhal, 2010, 325 p., (« Savoirs littéraires et imaginaires scientifiques »).
- KUYPER, Eric de, « Aux origines du cinéma : Le film de famille », in Roger Odin, (éd.). *Le film de famille : usage privé, usage public*, éd. Roger Odin, Paris, Méridiens Klincksieck, 1995, p. 11-26.
- LA ROCCA, Fabio, « A visão da paisagem no cinema: entre sonho e imaginário », *Encontro de Paisagens*, éd. Helena Pires et Teresa Mora, 2012, p. 47-56.
- LABORDE, Barbara, « Enjeux esthétiques de la captation sportive avec caméras miniaturisées », *29. Mobiles, enjeux artistiques et esthétiques*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, 2018, (« Théorème »).
- LABOURDETTE, Benoît, « L'éducation aux images 2.0 : comment mettre en place de nouvelles médiations pédagogiques ? ». *L'Observatoire des Politiques Culturelles*, 2018.
- LABOURDETTE, Benoît, *Tournez un film avec votre téléphone portable*, Paris, Dixit éd. : Forum des images : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2008.
- LEBARON, Frédéric, *La sociologie de A a Z*, Paris, Dunod, 2009.
- LEBLANC, Gérard, « Le petit autre », in *Le cinéma en amateur*, éd. Odin, Roger, Paris, Seuil, 1999, p. 33-44.

- LEENHARDT, Roger, « La petite école du spectateur. 2. Le rythme cinématographique », in *Esprit*, n° 40, janvier 1936, pp. 627-632, *Chronique de cinéma*, Paris, Éditions de l'Étoile, 1986, pp. 40-43.
- LEGRAVE, Jean-Baptiste et RIEFFEL, Rémy, « Préface. Le journalisme de presse écrite, un journalisme en réinvention ? », in *Le Web dans les rédactions de presse écrite : Processus, appropriations, résistances*, éd. Jean-Baptiste Legrave et Rémy Rieffel, L'Harmattan, 2017.
- LEMOS, André, « Cibercultura e mobilidade: a era da conexão », in Lucia Leão, (éd.). *Derivas: cartografias do ciberespaço*, éd. Lucia Leão, Annablume, 2004.
- LESTAGE, Diana-Odile et COUET, Sandra, « Dossier de presse », 2006.
- LESTAGE, Diana-Odile et LAINÉ, Charlotte, « Entrée libre - Forum des images », 2010.
- LÉVY, Maurice et JOUYET, Jean-Pierre, « L'économie de l'immatériel : la croissance de demain », Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, 2006, p. 184.
- LILEN, Henri, *Dictionnaire informatique & numérique*, Paris, First Interactive, 2014.
- LINS, Consuelo et BLANK, Thais, « Filmes de família, cinema amator e a memória do mundo », *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, vol. 39 / 37, Juin 2012, p. 52-74.
- LUBART, Todd I, MOUCHIROUD, Christophe, TORDJMAN, Sylvie[et al.], *Psychologie de la créativité*, Paris, A.Colin, 2015.
- LUSSIGNY, Guy de et PERIÉ, Isabelle, *Le guide de la mobilité et des téléphones mobiles*, Paris, Eska, 2003.
- MAINA, Giovanna, « Grotesque Empowerment Belladonna's Strapped Dykes entre mainstream et queer », *Rue Descartes*, vol. 79 / 3, trad. Marian Nur Goni, 2013, p. 91-104.
- MANOVITCH, Lev, *Le langage des nouveaux médias*, trad. Richard Crevier, 2015.
- MARIMBERT, Jean-Jacques, *L'homme à la caméra (D. Vertov, 1929). Analyse d'une œuvre*, Vrin, 2009.
- MARKOVÁ, Ivana S, *L'insight en psychiatrie*, trad. Nematollah Jaafari et tal, Rueil-Malmaison, Doin, 2009.
- MENGER, Pierre-Michel, *Portrait de l'artiste en travailleur : métamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil, 2002, 96 p., (« La république des idées »).

- MERLEAU-PONTY, Maurice, *Le cinéma et la nouvelle psychologie*, Paris, Gallimard, 2009.
- MERLEAU-PONTY, Maurice, « Le doute de Cézanne », *Fontaine*, vol. 8, numéro 47, Paris, Gallimard, 1960.
- MERLEAU-PONTY, Maurice, « Notes de travail. Septembre 1959 », *Le visible et l'invisible*. Paris, Gallimard, Collection Tel (n° 36), 1964, p 258.
- MERLEAU-PONTY, Maurice, *Sens et non-sens*, Paris, Gallimard, 1996, 225 p., (« Bibliothèque de philosophie »).
- METZ, Christian, *Essais sur la signification au cinéma*, Paris, Klincksieck, 1968.
- METZ, Christian, *Le signifiant imaginaire. Psychanalyse et cinéma.*, Paris, Union générale d'éditions, « Coll. 10/18, vol. 1134 », 1977, 370 p.
- MINISTÉRIO DA CULTURA, « Plano da secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014 (Ed. Rev.). », Ministério da Cultura, 2011.
- MOINE, Caroline, *Une histoire des festivals: XXe - XXIe siècle*, éd. Anaïs Fléchet, Pascale Goetschel, Patricia Hidioglou, Sophie Jacotot, Caroline Moine et Julie Verlaine, Paris, Publ. de la Sorbonne, 2013, (« Histoire contemporaine », 9).
- MOULIN, Raymonde, *Le marché de la peinture en France*. Paris, Éditions de Minuit, 1967, 612 p.
- MOREIRA KENSKI, Vani, « Novas tecnologias O redimensionamento do espaço e do tempo e os impactos no trabalho docente », Caxambu, 1997.
- MÜNSTERBERG, Hugo, *Le cinéma : une étude psychologique, et autres essais*, trad. Martin Richet, Genève, Héros-Limite, 2010.
- NIMMO, Claude, *Harrap's unabridged dictionary. [Dictionnaire Harrap's].*, vol. 1, Paris, Larousse, 2014.
- NIQUI, Cinto, *Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet : 1000 obras y webs*, Version Kindle, Barcelone, Oberta UOC Publishing, SL, 2014, (« 1e »).
- NOVA, Nicolas, *Youtube*, Montreuil, Pearson, 2012.
- ODIN, Roger, « La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion », in *Le cinéma en amateur*, éd. Odin, Roger, Paris, Seuil, 1999, p. 47-84.
- ODIN, Roger, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, vol. 18 / 99, 2000, p. 49-72.

- ODIN, Roger, « Quand le téléphone portable rencontre le cinéma », in *Téléphone mobile et création*, éd. Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin, Paris, Armand Colin, 2014, p. 37-53.
- ODIN, Roger. *De la fiction*. Arts et cinéma. Bruxelles : De Boeck, 2000.
- ODIN, Roger, *Les espaces de communication : introduction à la sémiopragmatique*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2011.
- PÉQUIGNOT, Bruno et SINGLY, François de, *Sociologie des arts*, Paris, A. Colin, 2013.
- PINEL, Vincent, *Dictionnaire technique du cinéma*, Paris, Armand Colin, 2008.
- PEREIRA DE C. LINS, Cristina « Informações e indicadores culturais: IBGE e MinC », in *Ministério da Cultura*, Brasília, 2011.
- PRECIADO, Beatriz, « Savoirs_Vampires@War », *Multitudes*, vol. 20 / 1, 2005, p. 147.
- PRECIADO, Beatriz, *Manifeste contra-sexuel*, Paris, Balland, 2000.
- RAINHO VIEGAS, Susana Isabel, « Film & Philosophy - 1. Maurice Merleau-Ponty », [En ligne : <http://filmphilosophy.squarespace.com/1-maurice-merleau-ponty>]. Consulté le 18 mars 2018.
- RAINHO VIEGAS, Susana Isabel, « Olhar e memória na percepção cinematográfica », *Princípios*, vol. 15 / 24, décembre 2008, p. 31-44.
- REVAULT D'ALLONNES, Olivier, *La création artistique et les promesses de la liberté*, Paris, Klincksieck, 2007.
- RIBOT, Théodule, *Essai sur l'imagination créatrice* (1900). Paris, L'Harmattan, 2007.
- RICHARD, Bégin, « Perdre le nord, l'image au corps. Une écriture de la mobilité », in Magali Uhl, (éd.). *Les récits visuels de soi : mises en récit artistiques et nouvelles scénographies de l'intime*, éd. Magali Uhl, Nanterre, 2015.
- ROBERT, Paul, REY-DEBOVE, Josette et REY, Alain, *Le Petit Robert: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris, Le Robert, 2011.
- SCHEID, François, CASTAGNÉ, Enora, DAIX, Mathieu [et al.], *Les fiches outils des réseaux sociaux*, Paris, Eyrolles, 2015.
- SCHLESER, Max, « A Decade of Mobile Moving-Image Practice », *The Routledge Companion to Mobile Media*, éd. Gerard Goggin et Larissa Hjorth, 2014.

- SCHUMPETER, Joseph Alois, *Le capitalisme peut-il survivre ?*, trad. Gaël Fain, Paris, Payot, 2011.
- SHIFMAN, Limor, « An Anatomy of a YouTube Meme », *New Media and Society*, 2011, p. 1-28.
- SORIANO DE ALENCAR, Eunice et SOUZA FLEITH, Denise DE, « Contribuições Teóricas Recentes ao Estudo da Criatividade », *Psicologia : Teoria e Pesquisa*, vol. 19, janvier 2003, p. 1-8.
- TEXTO ALTO. Le guide pratique iPhone & iOS5: iPhone 4S, iPhone 4, iPhone 3GS : toutes les nouvelles fonctions de votre iPhone expliquées pas à pas... Paris: Eyrolles, 2011.
- THORNE, Russ, *Petite encyclopédie des émoticônes*, Paris, Circonflexe, 2016.
- TISSERON, Serge, *L'intimité surexposée*, Paris, Hachette littératures, 2002.
- TOUSSAINT, Florence, « Approche des industries créatives: origine et définition de la notion », in Philippe Bouquillion, (éd.). *Creative economy, creative industries: Des notions à traduire*, éd. Philippe Bouquillion, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2012, p. 61-68.
- UNIVERSITÉ DE PARIS VIII, DÉPARTEMENT ARTS PLASTIQUES et BUCI-GLUCKSMANN, Christine, *L'art à l'époque du virtuel*, Paris; Budapest; Torino; Bagneux, L'Harmattan ; Numilog, 2004.
- URRY, John, *Sociologie des mobilités: une nouvelle frontière pour la sociologie?*, Paris, Armand Colin, 2005.
- VAN CAMPENHOUDT, Luc et QUIVY, Raymond, *Manuel de recherche en sciences sociales*, 4e éd. entièrement revue et augmentée, Paris, Dunod, 2011, 262 p.
- ZIMMERMANN, Patricia, « Cinéma amateur et démocratie », *Communications*, vol. 68 / 1, 1999, p. 281-292.
- ZIMMERMANN, Patricia, « Introduction. The Home Movie Movement: Excavations, Artifacts, Minings ». In *Mining the Home Movie: Excavations in Histories and Memories*, éd. Karen L. Ishizuka and Patricia R. Zimmermann, London: University of California Press, 2008, pp 1-28.

REFERENCES DISPONIBLES SUR LE WEB (SITES, BLOGS, ETC.)

A. Articles sur des sites de quotidiens français¹⁰³⁰

« “Bienvenue à Marly-Gomont” : après le buzz de la chanson, le film sur l’enfance de Kamini » [En ligne :

<https://culturebox.francetvinfo.fr/cinema/comedie/bienvenue-a-marly-gomont-apres-la-chanson-le-film-sur-l-enfance-de-kamini-240353>]. Consulté le 20 février 2018.

« Iran, la révolution Twitter ? » *Libération*, 15 juin 2009 [En ligne : https://www.liberation.fr/planete/2009/06/15/iran-la-revolution-twitter_564866]. Consulté le 10 octobre 2018.

« La mort de JFK dans le viseur de Zapruder - Libération » [En ligne : http://www.liberation.fr/ecrans/2007/08/21/la-mort-de-jfk-dans-le-viseur-de-zapruder_100204]. Consulté le 23 août 2018.

« Les 10 commandements de la télé de demain » [En ligne : <https://teleobs.nouvelobs.com/actualites/20170321.OBS6898/les-10-commandements-de-la-tele-de-demain.html>]. Consulté le 16 août 2018.

« VIDEOS. Mobile film Festival 2015 : le palmarès » [En ligne : <http://www.leparisien.fr/cinema/actualite-cinema/videos-mobile-film-festival-2015-le-palmares-10-02-2015-4522151.php>]. Consulté le 27 avril 2017.

EDUCATION, F. T. V., « Eric Scherer, à propos du « journalisme citoyen » », [En ligne : <http://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/premiere/video/eric-scherer-a-propos-du-journalisme-citoyen>]. Consulté le 23 août 2018.

EWALT, David M., « Aardman & Nokia Make “Dot,” The World’s Smallest Film », *Forbes*, 18 octobre 2018 [En ligne : <https://www.forbes.com/sites/davidewalt/2010/10/18/aardman-nokia-make-dot-the-worlds-smallest-film/>]. Consulté le 7 mars 2018.

FENOGLIO, Jérôme, directeur du Monde, « Loi sur les « fake news » : la confiance dans l’information ne se décrète pas », *Le Monde*, 7 juin 2018. [En ligne : https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/06/07/fake-news-une-loi-inutile_5311093_3232.html]. Consulté le 11 septembre 2018.

¹⁰³⁰ Il n’a pas été possible de localiser ces articles dans la version imprimée du journal.

GROBART, Sam, « D.I.Y. Space Program: Weather Balloon Takes a Trek to the Stratosphere », *The New York Times*, 12 octobre 2010, [En ligne : <http://www.nytimes.com/2010/10/12/science/space/12weather.html>].

JARDONNET, Emmanuelle, « La « perche à selfie » bannie du château de Versailles », *Le Monde*, 6 mars 2015. [En ligne : http://www.lemonde.fr/arts/article/2015/03/06/la-perche-a-selfie-bannie-du-chateau-de-versailles_4588619_1655012.html]. Consulté le 1er août 2017.

LANGARD, Valentin, KOPPE, Noémie et CIAMPA, Sarah, « Tout le monde journaliste ? », *Obsweb*, 2018, [En ligne : <https://obsweb.net/blog/2018/03/08/tout-le-monde-journaliste/>].

LECHENET, Alexandre, et SZADKOWSKI, Michaël, « 6 clés pour comprendre comment vivent les ados sur les réseaux sociaux », *Le Monde*, 10 mars 2014 [En ligne : http://www.lemonde.fr/technologies/article/2014/03/10/6-cles-pour-comprendre-comment-vivent-les-ados-sur-les-reseaux-sociaux_4380123_651865.html].

LOUIS, Jean-Philippe, « Qui sont les youtubeurs les mieux payés en 2017 », [En ligne : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/0301014821491-qui-sont-les-youtubeurs-les-mieux-payes-en-2017-2137831.php#Xtor=AD-6000>]. Consulté le 19 février 2018.

MANDELBAUM, Jacques, « Eau argentée, Syrie autoportrait » : mille et une images de Syrie, et un miracle. in *Le Monde* du 17 mai 2014, disponible en ligne : www.lemonde.fr/festival-de-cannes/article/2014/05/17/eau-argente-syrie-autoportrait-mille-et-une-images-de-syrie-et-un-miracle_4420526_766360.html.

MARTEAU, Stéphanie, « La course à l'image amateur, nouvel enjeu de l'information », *Le Monde.fr*, 1 avril 2016, [En ligne : https://www.lemonde.fr/m-actu/article/2016/04/01/la-course-a-l-image-amateur-nouvel-enjeu-de-l-information_4893695_4497186.html].

MONASTEROLO, Bernard, « Comment la réalité virtuelle joue avec votre cerveau (pour le meilleur ou pour le pire) », *Le Monde.fr*, , [En ligne : http://www.lemonde.fr/grands-formats/visuel/2017/04/17/comment-la-realite-virtuelle-joue-avec-votre-cerveau_5112541_4497053.html#accueil].

ROUDEN, Céline, « À Berlin, Soderbergh revient avec un film tourné à l'iPhone », *La Croix*, 23 février 2018 [En ligne : <https://www.la-croix.com/Culture/Cinema/A-Berlin-Soderbergh-revient-film-tourne-liPhone-2018-02-23-1200916070>]. Consulté le 2 mars 2018.

SIMÉONE, Christine, « Mobile Film Festival : Cinq regards à suivre », [En ligne : <https://www.franceinter.fr/cinema/mobile-film-festival-cinq-regards-a-suivre>]. Consulté le 27 avril 2017.

TUAL, Morgane, « « LOL » et « omg » menacés par les « emoji », selon Instagram », *Le Monde.fr*, 7 mai 2015, [En ligne : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/05/07/lol-et-omg-menaces-par-les-emoji-selon-instagram_4629489_4408996.html].

TUAL, Morgane, « Lyrebird, l'algorithmme qui parle comme toi ou moi », *Le Monde*, 6 août 2017 [En ligne : http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/08/06/lyrebird-l-algorithme-qui-parle-comme-toi-ou-moi_5169248_3232.html#YzTf24oCQ24CMsFa.99], consulté le 30 août 2018.

B. Articles

ALBERA, François, « Maurice Merleau-Ponty et le cinéma », in *1895 Revue d'histoire du cinéma*, n° 70, été 2013, p. 120-153. [En ligne : <http://journals.openedition.org/1895/4680>]. Consulté le 22 mars 2018.

ALLARD, Laurence, « Selfie, un genre en soi. Ou pourquoi il ne faut pas prendre les Selfies pour des profile pictures | Images en bref » [En ligne : <http://imagesenbref.com/selfie-un-genre-en-soi-ou-pourquoi-il-ne-faut-pas-prendre-les-selfies-pour-des-profile-pictures/>]. Consulté le 7 mai 2017

BAUDRY, Jean-Louis. « Le dispositif ». *Communications* 23, n° 1 (1975): 56–72. [En ligne : <https://doi.org/10.3406/comm.1975.1348>]. Consulté le 13 juillet 2018.

BAZOGÉ, Mickaël. « Des prix pour la campagne Photographié avec l'iPhone 6 », *igeneration*, 24 juin 2015 [En ligne : <https://www.igen.fr/iphone/2015/06/des-prix-pour-la-campagne-photographie-avec-liphone-6-91796>]. Consulté le 30 juin 2015

BOUILLAGUET, Émilie. « Roger Odin, Les espaces de communication - Introduction à la sémio-pragmatique ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2012. [En ligne : <http://rfsic.revues.org/199>]. Consulté le 14 août 2015.

CHAMPAGNE, Christine. « Apple Showcases iPhone Photography From Around The World In New Campaign For iPhone 6 », *FastCompany*, 2 mars 2015 [En ligne : www.fastcompany.com/3043031/apple-showcases-iphone-photography-from-around-the-world-in-new-campaign-for-iphone-6], consulté le 29 décembre 2017.

FLICHY, Patrice, « Les communications de l'intimité », *Les nouvelles frontières de la vie privée*, vol. 140, juillet 2003, [En ligne : https://www.scienceshumaines.com/articleprint2.php?lg=fr&id_article=3345].

FLUSSER, Vilém, « Da democratização da fotografia », *Iris*, vol. 351, 1983, [En ligne : <http://www.flusserbrasil.com/>].

FLUSSER, Vilém, « Profissão : Fotógrafo », [En ligne : <http://www.flusserbrasil.com/artigos.html>]. Consulté le 3 juin 2017.

FRAU-MEIGS, Divina et KIYINDOU, Alain, *Diversité culturelle à l'ère du numérique glossaire critique*, éd. Divina Frau-Meigs et Alain Kiyindou, Paris, Documentation française, 2014, [En ligne : http://res.banq.qc.ca/login?url=http://www.numilog.com/bibliotheque/bnquebec/fiche_livre.asp?idprod=578820].

GRUMBACH, Alain, « Apport de la réalité virtuelle à la création artistique », in Philippe Fuchs, (éd.). *Le traité de la réalité virtuelle*, vol. 4, éd. Philippe Fuchs, 2006, p. 237-248.

HEILMANN, Eric, « Surveiller (à distance) et prévenir », *Questions de communication*, vol. 11, 2007, [En ligne : <http://questionsdecommunication.revues.org/7361>].

LABOURDETTE, Benoît, « Catalogue Pocket Films 2005 », [En ligne : http://www.benoitlabourdettes.com/IMG/pdf/catalogue_pocket_films_2005.pdf

LABOURDETTE, Benoît, « Festival Pocket Films », article en ligne : <http://www.benoitlabourdettes.com/actions-culturelles/conception-d-evenements-culturels/festival-pocket-films/>. Consulté le 18 janvier 2018.

LABOURDETTE, Benoît, « Revue Esprit : article « Des vies en images » », [En ligne : <http://www.benoitlabourdettes.com/publications/articles/revue-esprit-article-des-vies-en-images>]. Consulté le 28 août 2017.

LE DANTEC, Sylvie, « Une histoire des festivals, XXe-XXIe siècle, - Entretien vidéo avec Pascale Goetschel et Julie Verlaine » [En ligne : <http://publications-chs.eclablog.com/une-histoire-des-festivals-xxe-xxie-siecle-entretien-video-avec-pascal-a100453721>]. Consulté le 27 décembre 2015.

LEMOS, André, « Cultura da Mobilidade », *Revista FAMECOS*, vol. 16 / 40, décembre 2009, p. 28. Disponible en ligne : <https://books.google.com.br/books?id=yZNb9EantGwC>. Consulté le 6 août 2017.

LEVY, Maurice et JOUYET, Jean-Pierre, « L'économie de l'immatériel : la croissance de demain », Rapport de la Commission sur l'économie de l'immatériel, La documentation française, 2006, p. 184. Disponible sur le lien : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/064000880.pdf>. Consulté le 8 janvier 2018.

LOISON, Faustine. « La campagne de l'iPhone 6 d'Apple récompensée pour sa créativité », *GraphiLine.com*, 26 juin 2015 [En ligne : <https://www.graphiline.com/article/21065/Cannes-Lions-La-campagne-de-l-iphone-6-d-apple-recompensee-pour-sa-creativite>]. Consulté le 29 décembre 2017.

METTON-GAYON, Céline, *Les adolescents, leur téléphone et Internet. Tu viens sur MSN ?*, vol. 24, Paris, L'Harmattan, 2009, [En ligne : https://www.persee.fr/doc/debaj_1275-2193_2009_mon_24_1].

ODIN, Roger, « Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin », article publié sur le site du *Festival Pocket Films*, mai 2009 [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1114>]. Consulté le 24 août 2015.

THEUREL, François, *Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatoriennes en milieu festivalier*, Université d'Avignon, 2011, [En ligne : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00942685/document>].

TOMA, Yann, « « PHOTOMOBILES » DE NORBERT HILLAIRE », *Art&Flux – Institut Acte / CNRS – Université Paris 1 Sorbonne*, 30 avril 2014 [En ligne : <http://www.institut-acte.cnrs.fr/art-flux/2014/04/30/photomobiles-de-norbert-hillaire/>]. Consulté le 6 avril 2018.

WILLIAMS, Linda, *Screening sex : Une histoire de la sexualité sur les écrans américains*, 2014, [En ligne : <http://sbiproxy.uqac.ca/login?url=http://international.scholarvox.com/book/88824748>].

THELWALL, Mike, « Social Network Sites : Users and Uses », in *Advances in Computers*, vol. 76, éd. Marvin Z. Zelkowitz, 2009, [En ligne : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S006524580901002X>].

C. Sites ou posts sur d'autres sites ou blogs ou pages de réseaux sociaux

« “L'Origine du Monde” : Facebook ne pourra pas échapper aux juges français » [En ligne : <https://www.nouvelobs.com/les-internets/20160212.OBS4584/l-origine-du-monde-facebook-ne-pourra-pas-echapper-aux-juges-francais.html>]. Consulté le 2 mars 2018.

« « Olive », un film entièrement tourné avec un téléphone portable | ICI.Radio-Canada.ca » [En ligne : http://www.radio-canada.ca/nouvelles/arts_et_spectacles/2011/12/09/003-olive-film-telephone.shtml]. Consulté le 8 septembre 2015.

« [Mini revue] Lynx SH-03C de Sharp, le 1er téléphone 3D de chez Docomo « Akihabara News » [En ligne : <http://fr.akihabaranews.com/85785/review/mini-revue-du-lynx-sh-03c-de-sharp-le-1er-telephone-3d-de-chez-docomo>]. Consulté le 3 juin 2015.

« 15 millions de mérites pour Black Mirror | Addict Culture » [En ligne : <https://addict-culture.com/black-mirror/>]. Consulté le 30 mai 2017.

- « 1878-1929 » [En ligne : http://www.caf.fr/codak.com/CA/fr/corp/aboutKodak/historyOfKodak/1878_fr-ca.jhtml?pq-path=2699]. Consulté le 26 octobre 2017.
- « A hunter shoots a bear - Tipp-Ex - agence BUZZMAN », La Réclame [En ligne : <https://lareclame.fr/buzzman/realisations/a-hunter-shoots-a-bear>]. Consulté le 26 janvier 2018.
- « About // Mobile Motion Smartphone Film Festival » [En ligne : <http://momofilmfest.com/about/>]. Consulté le 7 janvier 2016.
- « About Netflix » [En ligne : <https://media.netflix.com/fr/about-netflix>]. Consulté le 3 août 2017.
- « About us », *Festival do minuto*, [En ligne : http://www.festivaldominuto.com.br/en/about_us]. Consulté le 10 février 2018
- « About us », *The Smalls*, [En ligne : <https://www.thesmalls.com/about>]. Consulté le 4 mars 2018.
- « Accueil » [En ligne : <http://culturesexpressives.fr/doku.php>]. Consulté le 13 novembre 2016.
- « Apple - iOS 8 - Siri » [En ligne : <https://www.apple.com/fr/ios/siri/>]. Consulté le 10 juin 2015.
- « Apple - iPhone 6 - Appareil photo et caméra » [En ligne : <http://www.apple.com/fr/iphone-6/cameras/>]. Consulté le 27 juin 2015.
- « Apple iPhone 6 Plus : Test complet » [En ligne : <http://www.lesnumeriques.com/telephone-portable/apple-iphone-6-plus-p21659/test.html>]. Consulté le 13 décembre 2015.
- « Apple met le paquet pour “Photographié avec l’iPhone 6” » [En ligne : <https://www.igen.fr/iphone/2015/03/apple-met-le-paquet-pour-photographie-avec-iphone-6-90084>]. Consulté le 19 octobre 2017.
- « Apple’s “World Gallery” Campaign Wins Outdoor Lions Grand Prix At Cannes | Co.Create | creativity + culture + commerce » [En ligne : <http://www.fastcocreate.com/3047756/cannes/apples-world-gallery-campaign-wins-outdoor-lions-grand-prix-at-cannes>]. Consulté le 30 juin 2015.
- « Attention, machine ! Pratiques artistiques et recyclages médiatiques | Société d’Histoire du Théâtre » [En ligne : <http://sht.asso.fr/actualite/9583/>]. Consulté le 28 février 2018.
- « Benoît Labourdette - Le cinéma numérique, une écriture » [En ligne : <http://www.benoitlabourdette.com/?lang=fr>]. Consulté le 28 février 2018.

- « Bienvenue | ZEISS France » [En ligne : http://www.zeiss.fr/corporate/fr_fr/home.html]. Consulté le 17 juin 2015.
- « BNP Paribas présente la 13ème édition du Mobile Film Festival », 9 novembre 2017, en ligne : <https://group.bnpparibas/communique-de-presse/bnp-paribas-presente-13eme-edition-mobile-film-festival>. Consulté le 16 janvier 2018.
- « Carlos Gerbase » [En ligne : </quem-e-quem/diretor-roterista/carlos-gerbase>]. Consulté le 20 février 2017.
- « Charlie bit my finger - again! », 22 mai 2007, [En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=_OBlgSz8sSM]. Consulté le 25 janvier 2017.
- « Cinephone – El festival de cine con smartphones por excelencia », [En ligne : <http://cinephone.es/>].
- « Cinepocket - Home » [En ligne : <https://www.cinepocket.be>]. Consulté le 27 août 2017.
- « CNC - estimations de l'année 2017 » [En ligne : <http://www.cnc.fr/web/fr/estimations-de-l-annee-2017>]. Consulté le 3 mars 2018.
- « Colloque international » [En ligne : <http://www.mobilecreation.fr/>]. Consulté le 28 juillet 2017.
- « Comment photographier sur iPhone 7 - Photographie » [En ligne : <http://www.apple.com/fr/iphone/photography-how-to/>]. Consulté le 21 juillet 2017.
- « Comparatif photos : le LG G4 face aux Samsung Galaxy S6 et iPhone 6 - FrAndroid » [En ligne : http://www.frandroid.com/marques/samsung/287574_comparatif-photos-lg-g4-face-aux-samsung-galaxy-s6-iphone-6]. Consulté le 9 décembre 2015.
- « Contact », Lionel Nakache, [En ligne : <http://www.lionelnakache.fr/contact/>].
- « Creative Industries Mapping Documents 1998 - GOV.UK » [En ligne : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>]. Consulté le 9 octobre 2017.
- « Dailymotion - Sobre » [En ligne : <https://www.dailymotion.com/br/about>]. Consulté le 3 février 2018.
- « Des prix pour la campagne Photographié avec l'iPhone 6 » [En ligne : <http://www.igen.fr/iphone/2015/06/des-prix-pour-la-campagne-photographie-avec-iphone-6-91796>]. Consulté le 30 juin 2015.
- « Dot : le plus petit film en stop-motion », *Strange Stuff And Funky Things*, 17 octobre 2010 [En ligne :

<http://ssaft.com/Blog/dotclear/index.php?post/2010/10/17/Dot%3A-le-plus-petit-film-en-stop-motion>]. Consulté le 25 juillet 2015.

« Édition 2008 - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article104>]. Consulté le 4 février 2015.

« Efeitos da câmara » [En ligne : <https://www.facebook.com/fbcameraeffects/home/>]. Consulté le 14 août 2018.

« Facebook for Developers - Developer Circles - Accueil » [En ligne : <https://developers.facebook.com/developercircles/>]. Consulté le 14 août 2018.

« Facebook for Developers - Facebook Analytics: Introducing Automated Insights » [En ligne : <https://developers.facebook.com/videos/f8-2017/facebook-analytics-introducing-automated-insights/>]. Consulté le 14 août 2018.

« Facebook Messenger Day hits 70M daily users as the app reaches 1.3B monthlies », *TechCrunch*, [En ligne : <http://social.techcrunch.com/2017/09/14/facebook-messenger-1-3-billion/>].

« Facebook Spaces » [En ligne : <https://www.facebook.com/spaces/>]. Consulté le 14 août 2018.

« Festival do Minuto · Bem vindo! » [En ligne : <http://festivaldominuto.com.br>]. Consulté le 2 janvier 2016.

« Festival Pocket Films 2005 - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article26>]. Consulté le 4 février 2015.

« Festival Pocket Films 2006 - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article343>]. Consulté le 5 février 2015.

« FiLMiC Pro pour iPhone, iPod touch et iPad dans l'App Store sur iTunes » [En ligne : <https://itunes.apple.com/fr/app/filmic-pro/id436577167?mt=8>]. Consulté le 9 juin 2015.

« FilmKit - Film Innovation Festival » [En ligne : <http://www.film-kit.com/>]. Consulté le 1 janvier 2016.

« Formation Storytelling Transmédia / Formateurs Gaia Transmedia » [En ligne : <https://www.gaia-transmedia.com/les-intervenants-cot>]. Consulté le 20 février 2017.

« Frédéric Danos & Oscar Barda - GAME OVER » [En ligne : <https://www.franceculture.fr/emissions/ping-pong/frederic-danos-oscar-barda-game-over>]. Consulté le 16 mai 2017.

« Hong Kong Wireless Technology Industry Association (WTIA) » [En ligne : http://www.hkwtia.org/subpage.php?cid=33&c_sub_id=35]. Consulté le 26 janvier 2016.

« IMediaCinema | Festival de Pocket-films », *iMediaCinema*, [En ligne : <http://www.imediacinema.org/>].

« Informations sur la société | Facebook Newsroom France », , [En ligne : <https://fr.newsroom.fb.com/company-info/>].

« International Movie Trailer Festival » [En ligne : <http://www.internationalmovietrailerfestival.com/>]. Consulté le 24 mars 2015.

« iPhone 4 flim festival Overview | 5th olleh international Smartphone Filmfestival » [En ligne : http://www.ollehfilmfestival.com/5th/eng/history/iphone4_festival.php]. Consulté le 2 janvier 2016.

« iPhone Film Festival | iPhone Film Festival » [En ligne : <http://www.iphoneff.com/>]. Consulté le 9 mars 2015.

« iTunes - Définition de iTunes » [En ligne : <http://www.dicodunet.com/definitions/multimedia/itunes.htm>]. Consulté le 13 décembre 2015.

« Kênia Cardoso Vilaça de Freitas » [En ligne : <https://www.escavador.com/sobre/990690/kenia-cardoso-vilaca-de-freitas>]. Consulté le 20 février 2017.

« Kit MEDIA | Mobile Film Festival 13e édition » [En ligne : <http://www.mobilefilmfestival.fr/kit-media/>]. Consulté le 18 février 2018.

« *La bulle* » [En ligne : <https://labullecollectif.files.wordpress.com/2016/09/cv-armandr.pdf>]. Consulté le 16 octobre 2018.

« La production en 2016 » [En ligne : https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-production-cinematographique-en-2016_305551]. Consulté le 6 octobre 2018.

« La spontanéité - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article157>]. Consulté le 21 mai 2018.

« Langages informatiques - API » [En ligne : <http://www.commentcamarche.net/contents/613-langages-informatiques-api>]. Consulté le 9 décembre 2015.

« Le Classement des Réseaux Sociaux [Chiffres Mis à Jour] », *Webmarketing Conseil - Attirez votre Client Idéal*, 2018, [En ligne : <https://www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux/>].

« Le filmeur masqué - Interview d'Alain Fleischer - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article406>]. Consulté le 20 avril 2018.

« Les films qui ont franchi le million de spectateurs en 2017 », *cine-directors.net*, [En ligne : <http://www.cine-directors.net/Top/top17.htm>]. Consulté le 4 mars 2018.

« Le nombre d'abonnés au téléphone mobile dans le monde » [En ligne : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/internet-mobile/1009553-monde-le-nombre-d-abonnes-au-telephone-mobile/>]. Consulté le 12 mars 2017.

« Le renouvellement des pratiques journalistiques avec l'intégration du smartphone comme outil de travail », *L'école du journalisme*, 2016, [En ligne : <https://www.ecoledujournalisme.com/edj-lab/renouvellement-pratiques-journalistiques-lintegration-smartphone-outil-de-travail>].

« Les artistes révélés grâce au Web » [En ligne : <http://www.rfm.fr/news/Les-artistes-reveles-grace-au-Web-447>]. Consulté le 20 février 2018.

« Les Petits de Nelson Rodrigo on Vimeo » [En ligne : <https://player.vimeo.com/video/119809006>]. Consulté le 20 février 2017.

« Les Prix - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1373>]. Consulté le 28 janvier 2016.

« Loi et réglementation des réseaux sociaux | e-Enfance », *Association de protection de l'enfance sur Internet- e-Enfance*, [En ligne : <https://www.e-enfance.org/reglementation-reseaux-sociaux>].

« Médiamétrie - Communiqués de presse - Comportements médias - Screen 360 : Les usages vidéos des 6-14 ans : entre particularismes et similitudes » [En ligne : <https://www.mediametrie.fr/comportements/communiques/screen-360-les-usages-vidéos-des-6-14-ans-entre-particularismes-et-similitudes.php?id=1526>]. Consulté le 31 août 2018.

« MINA – We are mobile. », [En ligne : <http://mina.pro/>].

« Mobile Festival|Objetivos MOBILEFEST » [En ligne : <http://mobilefestorg.netguestdns.com.br/mobilefest/ofestival/objetivos.fss>]. Consulté le 17 janvier 2016.

« Mobile Film Festival : Act on Climate Change » sur le site *ARTCOP* de l'agenda culturel de la COP21 [En ligne : <http://www.artcop21.com/fr/events/mobile-film-festival-act-on-climate-change/>]. Consulté le 8 février 2018.

« Mobile Film Festival France » [En ligne : <http://fr.mobilefilmfestival.com/dix-ans>]. Consulté le 18 février 2015.

- « Mobile Phone : Sharp 703 : SHARP » [En ligne : http://www.sharp-phone.com/contents/australasia/sharp_703.html]. Consulté le 20 avril 2018.
- « Motorola ROKR - LesMobiles.com » [En ligne : <http://www.lesmobiles.com/telephones/motorola-rokr.html>]. Consulté le 14 mai 2015.
- « N8 Producers, concours de création vidéo, gagnez une expérience “zéro gravité” » [En ligne : <http://www.blog-n8.fr/actualites/n8-producers-concours-de-creation-video-gagnez-une-experience-zero-gravite-04298/>]. Consulté le 27 juin 2015.
- « Nadine Bénichou » [En ligne : <http://www.mobilecameraclub.fr/collections/nadine-benichou>]. Consulté le 20 février 2017.
- « Night Fishing (파란만장 Paranmanjang) », *iPhone Film Festival*, [En ligne : <http://iphoneff.com/video/9567/>].
- « Nikon | News | The Nikon Photo Contest, 2012-2013: Call for Entries » [En ligne : http://www.nikon.com/news/2012/1025_contest_01.htm]. Consulté le 22 février 2018.
- « Nokia ‘Dot’ on Vimeo » [En ligne : <https://vimeo.com/15055444>]. Consulté le 2 août 2017.
- « Objectif d’olloclip - Apple (FR) » [En ligne : <http://www.apple.com/fr/shop/product/HH582ZM/B/objectif-4-en-1-d%E2%80%99olloclip-pour-iphone-6-et-iphone-6-plus?fnode=96>]. Consulté le 8 décembre 2015.
- « Ossama Mohammed retrace le conflit syrien grâce aux vidéos des réseaux sociaux » [En ligne : <http://creative.arte.tv/fr/episode/ossama-mohammed-retrace-le-conflit-syrien-grace-aux-vidéos-des-reseaux-sociaux>]. Consulté le 18 août 2016.
- « Our story | Nokia » [En ligne : https://www.nokia.com/en_int/about-nokia/who-we-are/our-history]. Consulté le 13 octobre 2018.
- « Pakistan’s First Smart Phone Film Festival », [En ligne : <http://pocketcinemaff.com/#>].
- « Papo exclusivo com Eduardo Ricci | CineZen », [En ligne : <http://cinezenecultural.com.br/site/2009/04/11/entrevista-eduardo-ricci/>].
- « Pesquisadora e coordenadora da Pós em Cinema, Denize Araujo, é homenageada », Conexão UTP, [En ligne : http://www.utp.edu.br/conexao-utp/alfa_eventos/pesquisadora-e-coordenadora-da-pos-em-cinema-denize-araujo-e-homenageada/].

« Photographié avec l'iPhone 6, partout dans le monde | iGeneration » [En ligne : <http://www.igen.fr/iphone/2015/03/photographie-avec-liphone-6-partout-dans-le-monde-90035>]. Consulté le 19 octobre 2017.

« Places Graph - Documentation » [En ligne : <https://developers.facebook.com/docs/places/>]. Consulté le 14 août 2018.

« Porte de Choisy - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article648>]. Consulté le 20 février 2017.

« Portrait : Pierre Cattan, producteur au studio "Small Bang" », Le Blog documentaire, 2013, [En ligne : <http://leblogdocumentaire.fr/portrait-pierre-cattan-producteur-au-studio-small-bang/>].

« Prendre la parole avec son téléphone mobile » [En ligne : <https://www.franceculture.fr/emissions/matieres-penser-avec-serge-tisseron/lenfant-autiste-et-les-sortileges-numeriques>]. Consulté le 28 février 2018.

« Presse - YouTube » [En ligne : <https://www.youtube.com/intl/fr/yt/about/press/>]. Consulté le 31 juillet 2017.

« Producers | Blog du Nokia N8 et 808 PureView » [En ligne : <http://www.blog-n8.fr/?s=producers>]. Consulté le 27 juin 2015.

« RSLN | RSLN - Social Media Collective : les mèmes, symboles de la culture digitale ? » [En ligne : <http://www.rslnmag.fr/post/2011/11/18/RSLN-Social-Media-Collective-les-memes-symboles-de-la-culture-digitale-.aspx>]. Consulté le 10 décembre 2015.

« Samsung abandonne Windows Mobile pour son Omnia HD - FrAndroid » [En ligne : http://www.frandroid.com/rumeurs/1768_samsung-abandonne-windows-mobile-pour-son-omnia-hd]. Consulté le 26 mai 2015.

« SFR s'associe au Festival Pocket Films, films réalisés avec mobiles 3G sur ComparATEL » [En ligne : http://www.comparataux.com/news/dnews_id-5760_t-SFR,s,associe,au,Festival,Pocket,Films,films,realises,avec,mobiles,3G.htm]. Consulté le 19 avril 2018.

« Snap Inc. » [En ligne : <https://www.snap.com/pt-BR/>]. Consulté le 1 mai 2017.

« Sony Mobile Festival: i vincitori premiati a Venezia | Fashion Times » [En ligne : <http://www.fashiontimes.it/2012/09/sony-mobile-festival-i-vincitori-premiati-a-venezia/>]. Consulté le 13 mars 2015.

« Statistiques – YouTube » [En ligne : <https://www.youtube.com/yt/press/fr/statistics.html>]. Consulté le 2 mai 2015.

« Synthèses de la législation de l'UE » [En ligne : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=LEGISSUM%3A129020>]. Consulté le 8 janvier 2018.

« TAKI Jean-Claude - Festival Pocket Films » [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article59>]. Consulté le 4 février 2015.

« Tela Brasil – O portal de formação e informação sobre o universo audiovisual » Blog Archive » Confira dicas para produzir um filme de qualidade com celular » [En ligne : <http://www.telabr.com.br/noticias/2014/07/03/confira-dicas-para-produzir-um-filme-com-celular-e-de-qualidade/>]. Consulté le 4 juillet 2017.

« The 8th Hong Kong Mobile Film Festival » [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2014/eng/about-schedule.html>]. Consulté le 30 décembre 2015.

« The 9th Hong Kong Mobile Film Festival » [En ligne : <http://mobilefilm.hk/2015/en/index.php>]. Consulté le 30 décembre 2015.

« The Original iPhone Film Festival | iPhone FilmMaker » [En ligne : <http://iphonefilmmaker.com/>]. Consulté le 28 avril 2015.

« The Photographer's Mirror | MCNY Blog: New York Stories » [En ligne : <http://blog.mcny.org/2013/02/26/the-photographers-mirror-2/>]. Consulté le 9 décembre 2015.

« TRISTAN POPE » [En ligne : <http://tristanpope.com/>]. Consulté le 20 février 2017.

« Trois applications pour monter vos vidéos avec un smartphone - Quoi de neuf chez Amaranthe ? » [En ligne : <http://www.amaranthe.be/blog/storytelling/trois-applications-pour-monter-vos-vidéos-avec-un-smartphone>]. Consulté le 12 juin 2015.

« UMTS et le haut débit mobile » [En ligne : http://www-igm.univ-mlv.fr/~dr/XPOSE2006/eric_meurisse/umts.php]. Consulté le 13 mai 2015.

« Un bref aperçu sur l'histoire des téléphones mobiles | Des veilles briques aux smartphones d'aujourd'hui » [En ligne : <http://www.stelladoradus.fr/2013/07/07/lhistorique-des-telephones-mobiles/>]. Consulté le 14 mai 2015.

« Une galerie dédiée aux arts et à la photographie mobile » [En ligne : <https://www.mobilecameraclub.fr/pages/mcc>]. Consulté le 22 avril 2017.

« Venezia 69, Sony Mobile Festival: ecco i vincitori » [En ligne : <http://www.bestmovie.it/news/venezia-69-sony-mobile-festival-ecco-i-vincitori/178407/>]. Consulté le 9 janvier 2016.

« Vidéo : le mobile impose ses standards » [En ligne : <https://www.meta-media.fr/2017/02/04/video-%f0%9f%93%b1le-mobile-impose-ses-standards.html>]. Consulté le 20 août 2018.

« Vidéos sur “rui avelans coelho” sur Vimeo » [En ligne : <https://vimeo.com/tag:rui+avelans+coelho>]. Consulté le 20 février 2017.

« Vimeo - An IAC Brand » [En ligne : <http://iac.com/brand/vimeo>]. Consulté le 3 février 2018.

« Welcome to IGTV », *Instagram*, 2018, [En ligne : <https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/>].

« Welcome to Toronto Smartphone Film Festival || (TSFF) Toronto Smartphone Film Festival » [En ligne : <http://www.smartphonefilm.ca/>]. Consulté le 4 mars 2018.

« Winners :: Cannes Lions Archive » [En ligne : <http://www.canneslionsarchive.com/winners/entry/560181/world-gallery>]. Consulté le 1 juillet 2015.

« World’s Smallest Film Festival - Página inicial » [En ligne : https://www.facebook.com/pg/worldssmallestfilmfest/about/?ref=page_internal]. Consulté le 15 février 2018.

« YouTube » [En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=KfrxfhtDE_0]. Consulté le 18 février 2018.

« Youtubeurs millionnaires Français », *YouTuberLink*, [En ligne : <http://www.youtuberlink.com/youtubers-millionnaires-francais/>].

2017, Par Christophe Auffray | Lundi 12 Juin, « Chiffres clés : les OS pour smartphones », [En ligne : <http://www.zdnet.fr/actualites/chiffres-cles-les-os-pour-smartphones-39790245.htm>]. Consulté le 19 août 2017.

ADMINISTRATOR, « Cadrage et composition », [En ligne : <http://cours-photophiles.com/index.php/les-bases-techniques-photo/102-cadrage-et-composition>]. Consulté le 17 août 2017.

APPLE FRANCE, « Détour – Un film de Michel Gondry », 2017, [En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=j3qMZXMPBwg>].

ASSOULINE, Gary, « Snapchat a démocratisé la vidéo verticale et plus personne ne s’en plaint » [En ligne : http://www.huffingtonpost.fr/2016/09/09/snapchat-video-verticale-reseaux-sociaux_n_11931352.html]. Consulté le 22 août 2017.

AUFFRAY, Christophe, Jeudi 03 Août 2017, « Chiffres clés : les ventes de mobiles et de smartphones », [En ligne : <http://www.zdnet.fr/actualites/chiffres-cles-les-ventes-de-mobiles-et-de-smartphones-39789928.htm>]. Consulté le 21 août 2017.

BAZOGÉ, Mickaël, « Filmé avec l’iPhone 6 : quatre nouvelles vidéos » [En ligne : <https://www.igen.fr/iphone/2015/06/filme-avec-liphone-6-quatre-nouvelles-vidéos-91669>]. Consulté le 19 octobre 2017.

BIFA (*British Independent Film Awards*) : « 2003 Nokia announces collaboration with British Independent Film Awards and Raindance Film Festival », *BIFA* [En ligne : <https://www.bifa.film/news/press/2003-nokia-announces-collaboration-with-british-independent-film-awards-and-raindance-film-festival>]
<https://www.bifa.film/news/press/2003-nokia-announces-collaboration-with-british-independent-film-awards-and-raindance-film-festival>].

BOYE, Jérôme, « La Tipp-Expérience – retour sur un buzz de 4 ans », [En ligne : <https://www.webmarketing-com.com/2014/07/15/28958-tipp-experience-retour-buzz-4-ans>]. Consulté le 26 janvier 2018.

DARELLE, Camille, « Les smartphones et tablettes feront-ils les cinéastes de demain ? », *iQ*, 26 février 2015 [En ligne : <https://iq.intel.fr/les-smartphones-et-tablettes-ferront-ils-les-cineastes-de-demain/>]. Consulté le 5 mars 2018.

DEMONT, Anaïs, « Cinéma. En France, le budget moyen d’un film est de 4,4 millions », *Ouest-France*, 15 mai 2016 [En ligne : <https://www.ouest-france.fr/culture/cinema-en-france-le-budget-moyen-dun-film-est-de-44-millions-4235400>]. Consulté le 6 octobre 2018.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT, « Creative Industries Mapping Documents 1998 », *GOV.UK*, 9 avril 1998 [En ligne : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>]. Consulté le 9 octobre 2017.

DIMSON, Thomas, « *Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends* », sur le site *Instagram Engineering*, 30 avril 2015 [En ligne : <https://instagram-engineering.com/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji-trends-machine-learning-for-emoji-trends-7f5f9cb979ad>]. Consulté le 31 août 2018.

DUBESSET, Denis, *Les secrets du cadrage photo: paysage, portrait, reportage*, 2015, [En ligne : <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=941843>].

DUBOIS, Jean-Marc, « Journalisme sur mobile : simple outil ou techno de rupture ? », [En ligne : <https://www.meta-media.fr/2015/04/08/journalisme-sur-mobile-simple-outil-ou-techno-de-rupture.html>]. Consulté le 24 août 2018.

CADOT, Julien, « Apple, Samsung et les autres : évolution du marché des smartphones (Q4 2016) », [En ligne : <http://www.numerama.com/tech/174972-apple-samsung-et-les-autres-evolution-du-marche-des-smartphones.html>]. Consulté le 22 août 2017.

ERWAN, « Les plus belles photos prises avec un iPhone 6 » [En ligne : <http://www.buzzwebzine.fr/les-plus-belles-photos-prises-avec-un-iphone-6/>]. Consulté le 29 juin 2015.

FABRION, Maxence, « Face au Live de Periscope, Facebook joue la carte people et médias », *FrenchWeb.fr*, 2016, [En ligne : <https://www.frenchweb.fr/face-au-live-de-periscope-facebook-joue-la-carte-people-et-medias/248333>].

FABRION, Maxence, « Facebook prédit la fin de l'écrit au profit de la vidéo », *FrenchWeb.fr*, 2016, [En ligne : <https://www.frenchweb.fr/facebook-predit-la-fin-de-lecrit-au-profit-de-la-video/247207>].

FABRION, Maxence, « Conférence F8 : Facebook dévoile ses plans en matière de social VR », *FrenchWeb.fr*, 19 avril 2017 [En ligne : <https://www.frenchweb.fr/conference-f8-facebook-devoile-ses-plans-en-matiere-de-social-vr/289082>]. Consulté le 06 septembre 2018.

FESTIVAL POCKET FILMS, « Édition 200102010 », [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?rubrique282>]. Consulté le 21 février 2018.

FFCV « AnimlogoFFCV(1).mp4 » [En ligne : <https://content.jwplatform.com/previews/rbCK3sd3>]. Consulté le 7 février 2016.

FLORESCA, Eric, « Small films Celebrated on the Big Screen at Nokia's Mobifest », *Techvibes*, 18 Nov. 2009 [En ligne : <https://techvibes.com/2009/11/18/small-films-celebrated-on-the-big-screen-at-nokias-mobifest/>]. Consulté le 10 février 2018.

FLUXUS [En ligne : <http://www.fluxusfestival.com/2011/>]. Consulté le 26 février 2018.

FUTURA, « Réalité virtuelle », [En ligne : <http://www.futura-sciences.com/tech/definitions/technologie-realite-virtuelle-598/>]. Consulté le 24 mai 2017.

HENNETON, Thibault « Science et prescience de Black Mirror », in *Écrans et imaginaires*. « Manière de voir » #154, Le Monde Diplomatique, août - septembre 2017 (En ligne : <https://www.monde-diplomatique.fr/mav/154/HENNETON/57757>). Consulté le 9 juillet 2018.

HERSZBERG, Laurence et LABOURDETTE, Benoît, « Festival Pocket Films », 2009, [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?rubrique173>].

- HUTCHISON WHAMPOA LIMITED (HWL) [En ligne : <http://www.ckh.com.hk/en/global/home.php>]. Consulté le 16 mai 2015.
- IMFF - International Mobile Film Festival [En ligne : <https://internationalmobilefilmfestival.com/about/mobile-film-school>]. Consulté le 4 mars 2018.
- LOMAS, Natasha « Lyrebird is a voice mimic for the fake news era », *TechCrunch*, 25 avril 2017 [En ligne : <https://techcrunch.com/2017/04/25/lyrebird-is-a-voice-mimic-for-the-fake-news-era/>], consulté le 30 août 2018.
- LATINE, Maison de l'Amérique, « LA FÉMIS A 30 ANS - Agenda », [En ligne : <http://mal217.org/fr/agenda/la-femis-a-30-ans>]. Consulté le 20 février 2017.
- MOUSSIE, Stéphane, « Nouvelle campagne de pub « One Night on iPhone 7 » » [En ligne : <https://www.igen.fr/iphone/2017/01/nouvelle-campagne-de-pub-one-night-iphone-7-98623>]. Consulté le 21 juillet 2017.
- NEUMAN, Fabrice, *Le guide pratique iPhone et iOS 10*, 2016, [En ligne : <http://sbiproxy.uqac.ca/login?url=http://international.scholarvox.com/book/88836906>].
- NEWTON, Randall, « Putting attached hands inside virtual reality », *Graffiti Speaks*, 16 mai 2016 (En ligne : <https://gfxspeak.com/2016/05/16/putting-attached-virtual/>). Consulté le 11 juillet 2018.
- NOUIRA, Sofian, « Nokia N8 : Olive, le premier film réalisé entièrement avec un mobile » [En ligne : <http://www.lesmobiles.com/actualite/6707-nokia-n8-olive-le-premier-film-realise-entierement-avec-un-mobile.html>]. Consulté le 8 septembre 2015.
- NOVEMBRE 2015, Par Christophe Auffray | Lundi 30, « Infographie - Portrait de l'utilisateur de smartphone français », [En ligne : <https://www.zdnet.fr/actualites/infographie-portrait-de-l-utilisateur-de-smartphone-francais-39796286.htm>]. Consulté le 30 août 2018.
- PRADO, Laís, « Mobilefest », *Clube online/Clube de criação*, 10 sept. 2010 [En ligne : <http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/mobilefest-5/>]. Consulté le 10 février 2018.
- PROVOST, Lauren, « Ice Bucket Challenge: comment le défi s'est-il propagé à travers le monde entier » [En ligne : http://www.huffingtonpost.fr/2014/08/23/ice-bucket-challenge-origine-histoire_n_5698784.html]. Consulté le 22 août 2017.
- REVOLVY : [En ligne : <https://www.revolvy.com/main/index.php?s=Raindance%20Film%20Festival>]. Consultés le 28 février 2018.

SP.ORG.BR, MIS- [HTTP://WWW.MIS-](http://www.mis-sp.org.br/icox/icox.php?mdl=mis&op=programacao_interna&id_event=179), « Mis - museu da imagem e do som », [En ligne : http://www.mis-sp.org.br/icox/icox.php?mdl=mis&op=programacao_interna&id_event=179]. Consulté le 2 mars 2018.

SUMOSCIENCE : [En ligne : <http://cargocollective.com/sumoscience/INFO>]. Consulté le 25 janvier 2018.

WEB RANK INFO [En ligne : <https://www.webrankinfo.com/dossiers/youtube/chiffres-statistiques>]. Consulté le 25 janvier 2018.

MÉMOIRES ET THÈSES

CARDOSO VILAÇA DE FREITAS, Kênia, *Versos-livres: A estética do cotidiano no documentário feito com celular*, Mémoire de master en Multimedias do Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, 2010.

KOITI SATO, Silvio, *Mobilidade, comunicação e consumo: expressões da telefonia celular em Angola, Brasil e Portugal*, Universidade de São Paulo, 2015, [En ligne : <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-01062015-163806/pt-br.php>].

LAMBACH, Claudia, *Cinema de Bolso : Uma modalidade emergente na cultura visual contemporânea*, Mémoire de master en théorie de la culture visuelle, IADE/ESD - Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2009.

MARTIN, Corinne, *Représentations sociales du téléphone portable chez jeunes adolescents et leur famille. Quelles légitimations des usages?*, Université de Metz, 2004.

PETIT, Benjamin, *Téléprésence, immersion et interactions pour le reconstruction 3D temps-réel*, Université Grenoble Alpes, 2011.

ANNEXE

ANNEXE 1

ENTRETIENS – LISTE DES PERSONNES INTERVIEWEES

Nous avons réalisé vingt-six entretiens avec des personnes en lien avec la création mobile entre novembre 2016 et janvier 2018. Nous en donnons ci-dessous la liste, selon la date de l'entretien.

1. Laurence Allard

Maîtresse de conférences en Sciences de la Communication, chercheuse à l'Université Paris 3-IRCAV, enseigne à l'Université Lille 3¹⁰³¹.

Catégorie d'entretien : chercheuse

Entretien réalisé le 21 novembre 2016 à Paris.

Durée : 40 minutes.

Mots-clés : amateur ; professionnel ; privé ; usage ordinaire ; mimétique ; expérimentation ; outil social ; audiovisuel ; application créative ; Snapchat ; emojis ; image et son ; partager ; esthétique ; festival ; révolution mobile ; interactif ; Facebook ; horizontal et vertical ; *YouTube* ; culture mobile.

2. Lionel Nakache

Français

Acteur, réalisateur et réalisateur mobile. Son film « J'ai grandi » a reçu le prix du meilleur film au *Mobile Film Festival* 2015 et le prix du jury *OneFilmFest*, à New York en 2016. Il a été aussi sélectionné à l'*International Mobile Film Festival de San Diego 2016*, à l'*iPhone Film Festival de Beverly Hills 2016*, au

¹⁰³¹ « Accueil », [En ligne : <http://culturesexpressives.fr/doku.php>]. Consulté le 13 novembre 2016.

Corto Imola Festival en Italie en 2015 et au *60 Seconds or Less Video Festival*, Washington College, Maryland¹⁰³².

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 22 novembre 2016 à Paris.

Durée : 31 minutes.

Mots-clés : liberté ; nouveau ; maniable ; démocratique ; sociaux ; qualité d'image et son ; mouvement ; 4K ; Instagram ; spontanéité ; limite du son ; réglage ; montage industriel ; adolescents ; TV5 ; style et culture mobile ; populaire ; scénario ; très cher ; lourd ; réalité ; économique ; vite ; *YouTube* ; équipe.

3. Rui Avelans Coelho

Portugais

Producteur audiovisuel, réalisateur, réalisateur mobile et directeur de création. Son film « The champion » a reçu le prix *Pocket Film Festival* à Paris en 2008, le prix *Croatian One Minute Film Festival* en Croatie en 2009. Il a participé à l'exposition « videoooooh » au Slade Research Centre à Londres en 2012. Il a été sélectionné pour représenter le Portugal au *World One Minutes Exhibition* au Beijing Today Art Museum, à Pékin en Chine en 2008 et au festival de films portugais au cours de la 10^e édition du Festival de Cinéma de Rio de Janeiro au Brésil, en 2008¹⁰³³.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 26 novembre 2016 via Skype (Portugal).

Durée : 50 minutes.

Mots-clés : expérimentation ; court-métrage ; cinéma traditionnel ; pixel ; esthétique différente ; travail solitaire ; équipe réduite ; grande flexibilité ; spontanéité ; sans problèmes techniques ; créatif ; diffusion à partir des festivals ; chaîne de diffusion ; publicité grâce à *YouTube*.

¹⁰³² Voir l'onglet « CV. Parcours. Bande démo » sur le site de Lionel Nakache [en ligne : <http://www.lionelnakache.fr/work/cv-parcours/>]. Consulté le 16 octobre 2016.

¹⁰³³ Voir les vidéos sur la chaîne de Rui Avelans Coelho sur Vimeo [En ligne : <https://vimeo.com/user12602335>]. Consulté le 16 octobre 2018.

4. Tristan Pope

Américain

Réalisateur, photographe, vidéaste et post-producteur. Il a réalisé six films tournés avec un téléphone mobile qui ont reçu des prix dans différents festivals : *New Media Film Festival 2015*, *IPhone Film Festival 2015* (avec deux films), *International Movie Trailer 2015*, *Mobile Motion Film Festival 2015*, *International Mobil Film Festival 2015*¹⁰³⁴.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 30 novembre 2016 via Skype (New York).

Durée : 34 minutes.

Mots-clés : créativité ; argent ; pratique ; styles ; lumière ; postproduction ; équipe avec six personnes ; objectif ; école ; *YouTube* ; chaînes ; festivals ; sons ; médias sociaux ; populaire.

5. David Dufresne

Français

Écrivain et réalisateur de documentaires interactifs. Il est aussi coréalisateur du webdocumentaire « Prison Valley » (avec Philippe Brault, 2010, Upian/Arte), qui a reçu le prix *World Press Photo 2011* pour une œuvre non linéaire. David Dufresne travaille à l'Académie du journalisme et des médias de l'Université de Neuchâtel (Suisse), à l'INIS de Montréal. Il était professeur-invité à l'École des Médias de l'Université du Québec à Montréal en 2015-2016¹⁰³⁵.

Catégorie d'entretien : Réalisateur

Entretien réalisé le 2 décembre 2016 à Paris.

Durée : 18 minutes.

Mots-clés : magnifique ; esthétique ; 5D ; documentaire ; démocratique ; éduquer à l'image ; éduquer à l'écriture des images ; *YouTube* ; recycler ; compliqué ; liberté d'expression ; populaire ; mobilité ; outil ; film.

¹⁰³⁴ « TRISTAN POPE », [En ligne : <http://tristanpope.com/>]. Consulté le 20 février 2017.

¹⁰³⁵ « Formation Storytelling Transmédia / Formateurs Gaia Transmedia », [En ligne : <https://www.gaia-transmedia.com/les-intervenants-cot/>]. Consulté le 20 février 2017.

6. Denize Correa Araujo

Brésilienne

Chercheuse et responsable du doctorat en cinéma à l'Université Tuiuti du Paraná à Curitiba, au Brésil. Son domaine de recherche recouvre les études du cinéma et de l'audiovisuel. Elle coordonne le groupe de recherche « Communication, Image et Contemporanéité » du CNPq (*Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico*) – Brésil, depuis 2011¹⁰³⁶.

Catégorie d'entretien : Chercheuse

Entretien réalisé le 2 décembre 2016. Les réponses au questionnaire de l'entretien ont été envoyées par écrit.

Mots-clés : moblogs ; MP3 ; SMS ; flashmobs ; caméra ; écrans ; iPhone ; esthétique ; *Apple* ; mobile ; festivals ; ateliers ; logiciels ; technologie ; voir ; outils ; production ; montage ; réalisateurs ; innovation ; limite technique ; stabilité ; medias ; *YouTube* ; aviation ; activité ludique ; chaîne de diffusion ; audiovisuel ; chercheurs ; mobile et smartphone ; système ; 4G ; *Samsung*.

7. Laurent Antonczak

Français

Enseignant-chercheur au COLAB – AUT University en Nouvelle-Zélande, entrepreneur multiculturel spécialisé dans les stratégies numériques, l'éducation et les technologies mobiles. Il est aussi l'un des co-fondateurs de MINA (*Mobile Innovation Network Australasia*) et directeur du COLAB-MINA qui vise à explorer les possibilités d'interaction entre les personnes, les contenus et les outils mobiles.

Catégorie d'entretien : Chercheur

Entretien réalisé le 7 décembre 2016 via Skype (Paris).

Durée : 46 minutes.

Mots-clés : nouvelle vague ; nouvel angle ; iPhone 7 ; drone ; point de vue ; social ; technologique ; production ; audience ; *YouTube* ; collaboration ; financement ; créatif ; film de famille ; technique ; histoire ; amateur ;

¹⁰³⁶ Cf. « Pesquisadora e coordenadora da Pós em Cinema, Denize Araujo, é homenageada », *Conexão UTP* [En ligne : https://utp.br/conexao-utp/alfa_eventos/pesquisadora-e-coordenadora-da-pos-em-cinema-denize-araujo-e-homenageada/]. Consulté le 16 octobre 2018.

Hollywood ; téléphone de poche ; quantité et qualité ; commercialisation ; production ; journalisme ; en ligne ; *Vimeo* ; festival ; projection ; gratuit ; marketing industriel ; redistribution ; critique littéraire ; feedback ; compétition ; mission ; organisation ; technique ; DVD ; format ; crowdfunding ; collectivité ; public.

8. Armand Robin

Français

Scénariste, acteur, réalisateur et réalisateur mobile. Ses courts-métrages ont été primé lors d'éditions successives du *Mobile Film Festival* (France) : « Casting », prix de la meilleure actrice en 2011, « Tactile », prix de la meilleure mise en scène en 2012, et « Toi et/ou moi », prix du public en 2014¹⁰³⁷.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 15 janvier 2017 via Skype (Paris).

Durée : 60 minutes.

Mots-clés : tourner ; espace public ; tourisme ; fiction pour le web ; caméra ; limite technique ; application ; technologie ; *YouTube* ; compliqué ; génération ; esthétique ; réel ; amateur ; public ; nouvelle chose ; manque de contrôle ; stabilité ; déformé ; proximité ; intime ; impact ; facilement ; contrôler ; naïf ; artiste ; héberger ; contenu ; montage ; qualité ; publicité ; avantage économique ; rapide ; médias.

9. Nelson Rodrigo

Français

Réalisateur et réalisateur mobile. Prix des Blogueurs de la 10^{ème} édition du *Mobile Film Festival* (France) avec le film « Les Petits », 2015¹⁰³⁸.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 17 janvier 2017 via Skype (Paris).

¹⁰³⁷ Voir le CV d'Armand Robin sur le site du collectif de scénaristes *La bulle* [en ligne : <https://labullecollectif.files.wordpress.com/2016/09/cv-armandr.pdf>]. Consulté le 16 octobre 2018.

¹⁰³⁸ Voir le film *Les Petits* sur la chaîne de Nelson Rodrigo sur *Vimeo* [En ligne : <https://vimeo.com/119809006>]. Consulté le 20 février 2017.

Durée : 60 minutes.

Mots-clés : pratique ; technique ; zéro euro ; internet ; démocratique ; liberté ; ambitieux ; créativité ; sans argent ; limité ; postproduction ; iPhone5 ; festival ; comédien ; vidéo ; qualité ; web-série ; public ; social ; critique ; court-métrage ; amateur ; web ; vidéo mobile ; échange ; point de vue ; valeur ; qui filme ? ; un monde fermé ; paradoxe ; France.

10. Ana Flávia Lesnovski

Brésilienne

Chercheuse dans le domaine du cinéma, de la narration interactive et de l'art et de la technologie, elle fait partie du groupe de recherche sur l'art et la technologie de la Faculdade de Artes do Paraná (NAT.FAP) de l'Université de l'État du Paraná, à Curitiba, Brésil où elle est responsable du Laboratoire permanent d'étude et création en art et électronique. Artiste multimédia, elle travaille dans les domaines de la postproduction de vidéos, l'art électronique et l'interactivité.

Catégorie d'entretien : chercheuse

Entretien réalisé le 19 janvier 2017 à Curitiba, Brésil.

Durée : 1 heure 48 minutes.

Mots-clés : esthétiquement différent ; sémiotique ; création ; approche méthodologique ; collaboration ; industrie ; hiérarchie des fonctions ; machine ; rituel ; spontanéité ; contexte ; années 60 ; rupture ; production ; narration ; langage ; intime ; idée ; technologie ; socialement ; comportement ; social ; art vidéo ; minorité ; documentaires ; poétique ; numérique ; usagers de mobiles ; logiciel ; espace-temps ; université ; formation académique ; *YouTube* ; algorithme ; *Instagram* ; *Facebook* ; engagement ; conflit ; expérimentation ; réception ; décentralisation ; crowdfunding.

11. Nadine Bénichou

Française

Artiste numérique. Ses photos et créations numériques ont fait l'objet de plusieurs expositions personnelles et ont été projetées lors d'expositions

collectives à Paris, New York, Madrid et Shawinigan, au Canada. Elle est cofondatrice du *Mobile Camera Club*¹⁰³⁹.

Catégorie d'entretien : photographe

Entretien réalisé le 22 janvier 2017 via WhatsApp.

Durée : 35 minutes.

Mots-clés : photo-galerie ; réaliste ; facile ; proximité ; peinture ; renouveler ; vidéo-journalisme ; révolution ; tournage ; préparation ; expérimental ; technologique ; geste ; contrainte ; création ; simples ; social ; en ligne ; nostalgie ; superposition ; pratique ; applications ; formation ; guide ; spécificité ; grand format ; logique technique ; diffusion ; traditionnel ; valeur ; gratuit ; dommage ; publiciser ; artistiquement ; filmer ; intéressant.

12. Louise Courcier

Franco-brésilienne

Réalisatrice, réalisatrice mobile, chef-opératrice et photographe. Née à Rio de Janeiro, elle étudie à la faculté de design de Rio avant d'intégrer La Fémis dans le département image. À sa sortie de l'école en 2006, elle réalise plusieurs courts-métrages remarquables, dont *Mammah* (2006). Ce film a été tourné avec un téléphone mobile¹⁰⁴⁰.

Catégorie d'entretien : réalisatrice mobile

Entretien réalisé le 23 janvier 2017 via Skype.

Durée : 37 minutes.

Mots-clés : mobilité ; documentaire ; expérimental ; art ; manifestation ; adolescents et violence ; diffusion ; limitation ; créatif ; léger ; contrôler ; batterie ; son ; formation ; festival ; internet ; grand écran ; *YouTube* ; *Vimeo* ; Prix du public ; facile ; bon marché ; accessible ; crowdfunding.

13. Carlos Gerbase

¹⁰³⁹ « Nadine Bénichou », [En ligne : <http://www.mobilecameraclub.fr/collections/nadine-benichou>]. Consulté le 20 février 2017.

¹⁰⁴⁰ Maison de l'Amérique Latine, « LA FÉMIS A 30 ANS - Agenda », [En ligne : <http://mal217.org/fr/agenda/la-femis-a-30-ans>]. Consulté le 20 février 2017.

Brésilien

Professeur de cinéma à l'Université catholique du Rio Grande do Sul (PUCRS),
photographe de plateau, réalisateur, scénariste¹⁰⁴¹.

Catégorie d'entretien : chercheur

Entretien réalisé le 24 janvier 2017 via Skype.

Durée : 45 minutes.

Mots-clés : production ; mobile ; documentaire ; fiction ; bon marché ; social ;
caméras ; formation ; esthétique ; problèmes ; narration ; 35mm ; *YouTube* ;
sites ; futur ; positif ; Super8 ; démocratique ; équipe ; budget ; logiciel ;
festivals ; numérique.

14. Pierre Cattan

Français

Producteur et responsable du studio transmédia *SmallBang*¹⁰⁴².

Catégorie d'entretien : chercheur

Entretien réalisé le 26 janvier 2017 à Paris.

Durée : 30 minutes.

Mots-clés : miniaturiser ; démocratique ; geste ; banaliser ; filmer et écrire ;
banal ; capacité ; outil ; artistique ; indispensable ; mode d'emploi ; solidarité ;
forum ; ouvre ; algorithmes ; audience ; liberté ; *YouTube* ; *Facebook* ; *Netflix* ;
Google ; gratuit ; cinéma ; gents ; monopole ; laïc ; création ; mobile ; service.

15. Alexandre Perez

Français

Alexandre Perez est un réalisateur qui a reçu le prix de la Mise en Scène de la
9^{ème} édition du *Mobile Film Festival* (France) avec le film « Parking » (2014) et

¹⁰⁴¹ « Carlos Gerbase », [En ligne : /quem-e-quem/diretor-roteirista/carlos-gerbase]. Consulté le 20 février 2017.

¹⁰⁴² Nicolas Bole, « Portrait : Pierre Cattan, producteur au studio “Small Bang” », *Le Blog documentaire*, 22 juillet 2013 [en ligne : <http://leblogdocumentaire.fr/portrait-pierre-cattan-producteur-au-studio-small-bang/>]. Consulté le 16 octobre 2018.

le prix de la Mise en Scène de la 10^{ème} édition du *Mobile Film Festival* (France) avec le film « L'acte » (2015).

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 26 janvier 2017 à Paris.

Durée : 60 minutes.

Mots-clés : image ; réseau social ; vertical ; horizontal ; cinéaste ; technique ; esthétique ; image classique ; publicitaire ; *Instagram* ; *Facebook* ; *BFM TV* ; démocratique ; discret ; amateur ; application ; température de couleur ; son ; formation ; sensibilité ; impact ; *YouTube* ; *Vimeo* ; plateforme mobile ; gratuit ; communauté ; caméra ; équipes ; scénario ; diffuser ; écran.

16. **Kênia Cardoso Vilaça de Freitas**

Brésilienne

Chercheuse en Sciences de la Communication (actuellement en post-doctorat à l'Universidade Estadual Paulista « Júlio de Mesquita Filho », São Paulo, Brésil)¹⁰⁴³.

Catégorie d'entretien : chercheuse

Entretien réalisé le 27 janvier 2017 à Paris.

Durée : 40 minutes.

Mots-clés : chronologie ; 2000/2007 ; pixel ; langages ; élément esthétique ; après 2007 ; résolution ; figuratif ; expérimental ; journalisme ; démocratique ; politique ; professionnel/amateur ; portabilité ; mobilité ; espace urbain ; *YouTube* ; production ; 4G ; cadrage ; narrative ; voix ; corps ; image ; contexte ; connexion ; société ; audiovisuel ; tutoriel ; éducation formelle ; grammaire ; intégration ; long-métrage ; éphémère ; internet ; chaîne ; musique ; viral ; qualité ; cinéma bon marché ; production technique ; *Netflix* ; public.

¹⁰⁴³ « Kênia Cardoso Vilaça de Freitas », [En ligne : <https://www.escavador.com/sobre/990690/kenia-cardoso-vilaca-de-freitas>]. Consulté le 20 février 2017.

17. Fabienne Galula

Actrice, scénariste, voix off. Elle a reçu le prix du Meilleur Scénario de la 10^{ème} édition du *Mobile Film Festival* (France) avec le film « Carton d'invitation » (2015).

Catégorie d'entretien : réalisatrice mobile

Entretien réalisé le 30 janvier 2017 à Paris.

Durée : 48 minutes.

Mots-clés : accessibilité ; désinhibant ; ludique ; populaire ; léger ; intéressant ; forme ; qualité technique ; exigence ; son ; nuit ; populaire ; formation ; festival ; observer ; *YouTube* ; *Vimeo* ; démocratique ; valeur ; sans contrôle ; subjectif ; budget ; industrie ; diffusion ; rémunération ; gratuit ; TV ; adolescents ; internet.

18. Jean-Claude Taki

Français

Réalisateur, auteur de courts et de longs-métrages réalisés à l'aide de téléphones portables. Dès 2005, il réalise ses premiers courts-métrages, qui seront les premiers pas vers son cinéma de poche¹⁰⁴⁴.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 1^{er} février 2017 à Paris.

Durée : 1 heure 12 minutes.

Mots-clés : légitime ; journalisme ; discrète ; artistique ; explore ; documentaire ; statut d'image ; forme ; phénomène ; social ; long-métrage ; impressionnisme ; outil ; numérique ; intime ; geste ; désir d'image ; vite ; montage ; contemporain ; atelier ; réfléchir ; plans ; langage ; hypocrisie ; désinhiber ; « like » ; argent ; opérateur ; crowdfunding ; caméras chères ; psychologique ; CNC ; mythologie du matériel.

¹⁰⁴⁴ « TAKI Jean-Claude - Festival Pocket Films », [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article59>]. Consulté le 4 février 2015.

19. Antonin Verrier

Français

Photographe et réalisateur mobile, il a reçu le prix du Jury au *Festival Pocket Film* (France) en 2007 pour le film « Porte de Choisy »¹⁰⁴⁵.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 2 février 2017 à Paris.

Durée : 1 heure 38 minutes.

Mots-clés : qualité du son ; réalité de l'appareil ; *Porn Film Festival* ; intimité ; rapide ; sociologie ; policier ; festival ; correction de la couleur ; montage ; amateur ; exposition ; lumière ; esthétique ; réalité ; important ; critique ; création ; *Facebook* ; professionnel ; *YouTube* ; *Vimeo* ; *Dailymotion* ; Internet ; vidéo ; commentaires agressifs ; publicité ; 8 bits ; sujet ; 3G/4G ; crowdfunding ; journaliste.

20. Erik Bullo

Français

Chercheur et réalisateur.

Catégorie d'entretien : chercheur

Entretien réalisé le 5 février 2017 à Paris.

Durée : 32 minutes.

Mots-clés : exciter ; caméra ; lumière ; forme différente ; documentaire ; hybride ; usages sociaux ; contestation sociale ; dimension pédagogique ; mobilité ; immédiate ; image « pauvre » ; basse résolution ; Super8 ; son ; relation ; cadrage ; mise en scène ; projet ; objectif ; banal ; critique ; démocratique ; médiatique ; économique ; argent de poche ; mécénat ; solution ; contrainte.

¹⁰⁴⁵ « Porte de Choisy - Festival Pocket Films », [En ligne : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article648>]. Consulté le 20 février 2017.

21. Marcel Izidoro

Brésilien

Réalisateur et réalisateur mobile.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 6 février 2017 via Skype.

Durée : 1 heure 24 minutes.

Mots-clés : musique ; 4 K et 2 K ; 5 000 dollars ; magie et technologie ; démocratique ; audiovisuel ; narration de poche ; réel ; langage ; YouTubeurs ; esthétique ; application ; mystique ; sans règles ; technique ; argent ; jeux ; interactivité ; *Vimeo* ; intelligent ; rapide ; crowdfunding ; chaine ; téléphone ; *Sony* ; changement.

22. Felipe Negreli

Brésilien

Intervenant dans des ateliers sur les films tournés avec téléphone mobile.

Catégorie d'entretien : chercheur

Entretien réalisé le 7 février 2017. Les réponses au questionnaire de l'entretien ont été envoyées par écrit.

Mots-clés : nouvelle ; langage ; esthétique ; producteurs ; différences ; numérique ; lumière ; qualité ; préjugé ; technologie ; *Facebook* ; web ; entreprises de téléphonie mobile.

23. Frank Mora

Brésilien

Réalisateur.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 8 février 2017, via Skype.

Durée : 52 minutes.

Mots-clés : très cher ; médias ; *Facebook* ; mobilité ; facilité ; iPhone 5 et 6 ; correction de la couleur ; son ; économie ; YouTubeur ; connaissance ; festival ; expectative ; investisseur ; 4K.

24. Herbert Bianchi

Brésilien

Réalisateur, réalisateur mobile et comédien.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 11 mars 2017. Les réponses au questionnaire de l'entretien ont été envoyées par écrit.

Mots-clés : haut débit ; bon marché ; langage cinématographique ; scénario ; production ; expérimentation esthétique ; commercialisation ; réalisateur ; industrie cinématographique spécifique pour les films mobiles ; internet ; langage télévisée ; diffusion en ligne.

25. Benoît Labourdette

Français

Réalisateur et réalisateur mobile.

Catégorie d'entretien : réalisateur mobile

Entretien réalisé le 24 novembre 2017 à Paris.

Durée : 1 heure 22 minutes.

Mots-clés : économie ; cinéma expérimental ; cinéma traditionnel ; futur ; artistes ; crowdfunding ; émotion ; politique ; spectateur ; formation ; accessoires ; moins cher ; technologie ; création mobile ; cinéma contemporain ; art contemporain ; médias ; bonne qualité ; quantitatif ; outil social ; CNC ; *Netflix* ; Internet ; Cannes ; avenir ; écran ; développer ; stylo ; amateur ; *Snapchat* ; démarche créative ; communication ; visiophone ; transformer ; usage social ; création ; échange.

26. José Otávio Pompeu e Silva

Brésilien

Chercheur dans les domaines de la culture numérique, la technologie, les neurosciences, les arts, notamment.

Catégorie d'entretien : chercheur

Durée : 40 minutes.

Entretien réalisé le 1^{er} janvier 2018 à Paris.

Mots-clés : futur ; *Facebook* ; image ; communication entre les gens ; nouveau langage.

ANNEXE 2

A. QUESTIONNAIRE POUR LES ENTRETIENS – FRANÇAIS

L'univers du cinéma de poche : la technologie des téléphones mobiles entre les années 2005 à 2015, les festivals de poche à travers le monde et les mobiles-réalisateurs

Quelles sont pour vous, les caractéristiques principales des films tournés avec des téléphones mobiles ?

Les aspects technologiques ainsi que les aspects sociaux sont-ils des points importants dans le monde du cinéma de poche ?

Les utilisateurs de téléphones mobiles (qu'ils soient réalisateurs professionnels ou amateurs) forment-ils leurs propres concepts de l'esthétique numérique ? En quoi consistent ces concepts ?

Quels sont les problèmes essentiels qui se posent dans le domaine du cinéma de poche ? Quelles solutions seraient-elles idéales ?

La durée des films et les formats de la caméra mobile peuvent-ils être un problème technique ?

Considérez-vous importante la formation pédagogique technique et artistique pour la réalisation de films avec téléphone mobile ? Quel devrait être, à vos yeux, le contenu de cette formation ?

La diffusion des films sur internet

Selon vous, comment les films de poche doivent-ils être distribués ?

Quels sont les points positifs et négatifs de la diffusion des films de poche sur le site *YouTube* ?

La participation et le jugement du public sur *YouTube* peuvent-ils caractériser la qualité des films ?

Les avantages économiques de se tourner des films avec de téléphone mobile

Quels sont les points de comparaison (les plus importants, les plus intéressants, les plus difficiles, etc.) entre le cinéma de poche et le cinéma traditionnel ?

Sur le plan économique, quels avantages voyez-vous émerger au croisement du mobile et du *web* ?

Selon vous, quel est le modèle économique idéal pour le cinéma de poche ?

Filmer avec la caméra du téléphone mobile est-ce une bonne solution pour la réalisation de films à budget réduit ?

Observations finales :

Voulez-vous ajouter des informations complémentaires ?

Connaissez-vous quelqu'un qui pourrait apporter une contribution positive dans le cadre de notre thèse et que nous pourrions rencontrer de votre part ?

B. QUESTIONNAIRE POUR LES ENTRETIENS – PORTUGAIS

O universo do cinema de bolso : a tecnologia dos telefones celulares entre os anos 2005 – 2015, os festivais de bolso através do mundo e os « fonecineastas »

Quais as características principais dos filmes realizados com telefones celulares ?

Os aspectos tecnológicos assim como os aspectos sociais são pontos importantes no mundo do cinema de bolso?

Os utilizadores de telefones celulares (sejam eles realizadores profissionais ou amadores) formam seus próprios conceitos de estética digital? Em que consiste esses conceitos?

Quais são os problemas essenciais encontrados no campo do cinema de bolso? Quais soluções seriam ideais?

É importante a formação pedagógica técnica e artística para a realização de filmes com telefones celulares ? Como deveria ser esta formação?

A distribuição dos filmes na internet

Segundo a vossa experiência, como os filmes de bolso deveriam ser distribuídos?

Qual os pontos positivos e negativos da distribuição dos filmes de bolso no YouTube?

A participação e o julgamento do público no YouTube podem indicar a qualidade dos filmes?

As vantagens econômicas de se filmar com telefones celulares

Quais os pontos de comparação (os mais importantes, os mais interessantes, os mais difíceis, etc) entre o cinema de bolso e o cinema tradicional ?

Do ponto de vista econômico, quais vantagens surgem no cruzamento do telefones celulares e da web?

Conhece algum modelo econômico ideal que se encaixe ao cinema de bolso?

Filmar com a câmera do telefones celulares é uma boa solução para a realização de filmes com orçamento reduzido?

Observações finais :

Gostaria de acrescentar alguma informação complementar que não foi falada anteriormente?

Conhece alguém que poderia trazer alguma contribuição positiva para a nossa tese para nos indicar?

ANNEXE 3

ENTRETIENS – RÉPONSES ÉCRITES

A. HERBERT BIANCHI

1. A principal característica de um filme feito com celular é a possibilidade de captar imagens em alta definição sem a necessidade de uma câmera profissional de cinema. Em tese, isso poderia baratear o custo de um filme, mas esse é um raciocínio que precisa ser analisado com calma, pois a produção de um filme envolve outras questões para além da câmera usada. A linguagem cinematográfica é bastante complexa em suas várias etapas e depende de um caro e complexo aparato técnico. Para se fazer um bom filme é preciso ter, antes de qualquer coisa, um bom roteiro. Com um bom roteiro na mão, o diretor que tiver conhecimento aprofundado da linguagem e estrutura técnica sai na frente. Isto é, aumentam as chances de se fazer um bom filme. Mas mesmo que o filme seja feito com um aparelho móvel, os desafios de produção são praticamente os mesmos caso o diretor optasse por uma câmera profissional. A montagem de luz, a direção de arte, a captação de som, a decupagem, a edição, todos os departamentos, precisam ser estruturados com afinco para se produzir um bom filme. O aparelho celular transmite a falsa sensação de que agora é fácil realizar um filme, quando a dificuldade é praticamente a mesma. A utilização de um telefone celular em um filme, na minha opinião, só faz sentido se houver uma proposta experimental que lide com a linguagem cinematográfica de uma maneira diferente, incomum. Já que o aparelho celular permite realizar coisas que uma pesada câmera tradicional não permite.

2. Do ponto de vista tecnológico pode ser interessante utilizar um aparelho celular no lugar de uma câmera, mas isso depende da necessidade do roteiro ou da vontade do autor de fazer experimentos estéticos que dialoguem com sua história. Do ponto de vista social, permite que mais pessoas tenham acesso a essas experiências estéticas e produzam imagens com mais facilidade. Isso não quer dizer que o processo de finalização, comercialização e exibição do filme sejam diferentes. As dificuldades serão as mesmas.

3. Como disse, a estética deve surgir da necessidade da trama, da história, e nunca imposta por uma vontade do diretor. O celular permite experimentar outras possibilidades linguísticas, mas isso depende de que tipo de história se quer contar.

4. Para mim, o termo "cinema de bolso" só se aplicaria quando houvesse uma indústria e um mercado de filmes feitos com celular, mas isso ainda não aconteceu.

5. A formação pedagógica técnica e artística é importante para a realização de

quaisquer filmes. Cursar uma faculdade de cinema é o ponto de partida para quem deseja um dia se tornar cineasta. Quer ele faça um filme com celular ou com uma câmera 35mm.

6. Filmes feitos com celular podem ser exibidos no circuito tradicional mas, a meu ver, faz mais sentido exibi-los na internet, no YouTube, por conta das dificuldades de comercialização e exibição encontradas no mercado de cinema brasileiro, que privilegia projetos que são meras extensões da linguagem televisiva por terem maior apelo comercial.

7. Acho que é muito cedo para fazer uma análise da distribuição online, estamos no meio de uma mudança de paradigmas com a entrada de provedores de séries e filmes via streaming. Em breve, a maior parte das pessoas consumirá conteúdo pela internet e tudo caminha para essa se tornar a principal forma de distribuição.

8. O que indica a qualidade de um filme é o seu potencial de contar uma boa história através de um bom roteiro e de uma realização competente. O público reage a isso de formas imprevisíveis, mas pode sim, em alguns casos, servir de termômetro.

9. Não há, na prática, vantagem econômica em filmar com celular. Como já disse, a produção, a finalização e a distribuição do filme independem disso. Podemos dizer que o aparato necessário para fazer um filme com celular seja o mesmo que seria em um filme rodado com uma câmera tradicional. Depende do que o filme é e do que o diretor deseja.

10. Não sei.

11. Não.

12. Depende.

13. Não.

14. Não

B. DENIZE CORREA ARAUJO

1. O universo do cinema de bolso: a tecnologia dos telemóveis entre os anos 2005– 2015, os festivais de bolso através do mundo e os « fonecineastas »
 - Quais as características principais dos filmes realizados com telemóveis?
 - Os aspectos tecnológicos assim como os aspectos sociais são pontos importantes no mundo do cinema de bolso?
 - Os utilizadores de telemóvel (sejam eles realizadores profissionais ou amadores) formam seus próprios conceitos de estética digital? Em que consistem esses conceitos?
 - Quais são os problemas essenciais encontrados no campo do cinema de bolso? Quais soluções seriam ideais?
 - É importante a formação pedagógica técnica e artística para a realização de filmes com telemóveis? Como deveria ser esta formação?

Resposta DA: A pergunta menciona o período entre 2005-2015, que é realmente o início e desenvolvimento do cinema de bolso. André Lemos, em seu artigo “Cibercultura e Mobilidade: a era da conexão”, na revista Razón y Palabra de out-nov 2004 (um ano antes do período citado), define o celular:

O celular passa a ser um “teletudo”, um equipamento que é ao mesmo tempo telefone, máquina fotográfica, televisão, cinema, receptor de informações jornalísticas, difusor de e-mails e SMS⁷, WAP⁸, atualizador de sites (moblogs), localizador por GPS, tocador de música (MP3 e outros formatos), carteira eletrônica...Podemos agora falar, ver TV, pagar contas, interagir com outras pessoas por SMS, tirar fotos, ouvir música, pagar o estacionamento, comprar tickets para o cinema, entrar em uma festa e até organizar mobilizações políticas e/ou hedonistas (caso das smart e flash mobs). O celular expressa a radicalização da convergência digital, transformando-se em um “teletudo” para a gestão móvel e informacional do quotidiano. De media de contato inter-pessoal, o celular está se transformando em um media massivo.

O aspecto interessante de sua descrição é que, apesar das diversas funções enumeradas, não aparece a função da filmadora ou a possibilidade de ver filmes. De fato, foi só depois da publicação do artigo que essas funções se acentuaram. As câmeras digitais foram o início da revolução. O abandono do celulóide para a adoção do digital foi um grande passo na história do cinema. A possibilidade de passar da câmera digital para o smartphone foi uma alternativa explorada, inicialmente, como experimento, agora já consolidada pelos festivais de Pocket Films no Brasil e no exterior, e pelos resultados positivos de filmes premiados. O iPhone, por exemplo, foi utilizado em partes de documentários como o ganhador do Oscar, “Searching for Sugar Man”. E no novo filme do sul-coreano Park Chan-Wook “Paranmanjang”, que já dirigiu outros filmes como “Oldboy”. Filmar com boa qualidade com o iPhone já é uma realidade há algum tempo. Em dezembro de 2013, “Cats and Dogs”, um dos primeiros longas feito inteiramente com o Iphone

chegou aos cinemas, dirigido pelo sul-coreano Min Byung-woo.

<http://chocoladesign.com/filmar-com-smartphone>

“Hooked Up” (2013), do espanhol **Pablo Larcuén**, e “Charlotte SP”(2015), do brasileiro **Frank Mora**, também foram feitos em celular.

A estética de um filme sempre deve levar em consideração como será a filmagem, que tipo de definição o e-phone terá e que efeitos estão sendo planejados. Para nitidez da imagem, algumas empresas inventaram a tecnologia OLED, de alta definição com suas telas AMOLED, Super AMOLED e Super AMOLED Plus. O e-phone da Apple criou o display retina, com pixels 960x 940, para maior nitidez e cores vibrantes. Os filmes são normalmente mais híbridos, mas rizomáticos, com mais ênfase na imagem e nas possibilidades das lentes dos e-phones.

No site Tela Brasil, o fotógrafo **Fabrizio Cavalcanti**, que trabalha com captação de vídeo em celulares desde 2009 e ministrou a oficina Cinema de Bolso- Fotografia e Vídeo Experimental com Dispositivos Móveis, ao lado de **André Sheik**, dentro da programação do 72HORAS RIO Festival de Filmes 2014, explicou que o cinema de bolso é “mais imediatista, mais espontâneo, mais automático”. A complementação de Cavalcanti, porém, é a parte mais relevante: “Esteticamente, embora a gente use cada vez mais tecnologias, nós precisamos trabalhar com o olhar, com a percepção. A dica é não se entregar ao software. Ele propõe certa mecanização do olhar, das nossas possibilidades primárias... A câmera não percebe, ela só enxerga”.

<http://www.telabr.com.br/noticias/2014/07/03/confira-dicas-para-produzir-um-filme-com-celular-e-de-qualidade/>

Esta observação de Cavalcanti, que “a câmera não percebe, ela só enxerga” é fator relevante, pois mesmo com aparelhos possantes e tecnologias avançadas, é a percepção do diretor que consegue usar os dispositivos para que os filmes tenham relevância e proporcionem reflexão. Celulares podem ser práticos e fáceis de usar, podem oferecer ótimas possibilidades de pré-produção e edição, mas roteiristas e diretores devem ser os criadores de sentido, de inovação e de reflexão em qualquer tipo de filmagem e edição.

Além das limitações técnicas, um dos problemas da filmagem em smartphone é como segurar o aparelho. Cavalcanti cita que “para fazer imagens sem tremer, existem alternativas como suportes e tripés para celular”, mas continua: “pode ser melhor deixar a câmera parada e deixar que as coisas se movimentem; também dá para colocar uma pochete no pescoço [que funcionaria como uma espécie de steady cam], ou deixar os dois braços juntos, segurando o celular, o que dá mais estabilidade”.

Cavalcanti explica também, na mesma entrevista, que o longa Olive, do diretor independente norte-americano **Hooman Khalili**, estrelado pela atriz Gena Rowlands, primeiro longa inteiramente filmado com um smartphone, Nokia N8, contou com vários acessórios extras, adaptados para o aparelho. O diretor optou também pelo uso de lentes profissionais de 35 mm adaptadas ao equipamento. Dependendo de cada finalidade, o smartphone deve receber dispositivos extras para o realce de cores, a estabilidade do aparelho e a duração das cenas.

<http://www.telabr.com.br/noticias/2014/07/03/confira-dicas-para-produzir-um-filme-com-celular-e-de-qualidade/>

2. A distribuição dos filmes na internet

- Segundo a vossa experiência, como os filmes de bolso deveriam ser distribuídos
- Quais os pontos positivos e negativos da distribuição dos filmes de bolso no YouTube?
- A participação e o julgamento do público no YouTube podem indicar a qualidade dos filmes?

Resposta DA: Os filmes de bolso podem ser longas, curtas ou médias metragens. Se os longas são bem produzidos, a expectativa é que sejam exibidos nas salas de cinema. Os curtas normalmente, sejam eles feitos em celulares ou não, são em sua grande maioria exibidos em festivais de Cinema. Um exemplo para os curtas de celulares é o Festival Celucine de Micrometragens, com filmes de duração entre 30 segundos e 3 minutos, gravados inteiramente por tecnologia digital, em câmeras de celulares. O Gramado Cine Vídeo, na serra gaúcha, criou um prêmio especial para os melhores vídeos brasileiros totalmente feitos com celular, com duração máxima de 3 minutos. O evento incentiva a democratização do acesso à tecnologia. Os filmes podem ser vistos no YouTube.

Em minha opinião, os filmes de bolso poderiam ser exibidos em vôos de curta duração, desde que os temas e enfoques dos mesmos sejam adequados a todas as idades, ou dirigido a crianças. Seria uma maneira de entreter os passageiros com uma atividade lúdica e significativa. Eu mesma sugeri um projeto assim para as linhas aéreas brasileiras. Outra possibilidade é ter mostras escolares onde a curadoria poderia selecionar filmes apropriados às diversas fases do aprendizado. Ainda uma terceira possibilidade poderia ser a exibição dos curtas antes de longas, sejam eles nacionais ou estrangeiros. Seria uma boa forma de divulgar e de incentivar a produção, que é de baixo e de simples realização, em sua maioria. Não vejo nenhum ponto negativo na distribuição de filmes de bolso no Youtube. A possibilidade de divulgação é ótima, assim como a facilidade de recepção dos produtos executados em smartphones. Quanto à questão de direitos autorais, se o diretor dá a permissão colocando no Youtube, acredito que o produto está liberado para ser exibido em escolas e mostras. Há um link para dar direções em como ver curtas no celular, sem propaganda:

<https://www.youtube.com/watch?v=dYwHskqIL-U>

Os canais de divulgação são muitos, o que é positivo. Filmes são para serem vistos e comentados. Um dos objetivos fundamentais da exibição de filmes é fomentar comentários e análises sobre os mesmos, criando um tempo de reflexão que vai valorizar o enfoque usado pelo diretor e possibilitar outras abordagens e interpretações. O curta “Celulares” (“Cell Phones”), por exemplo, de 4 minutos, inteiramente produzido em celular, é um metafilme sobre o uso do celular em relacionamentos. Um projeto de André Traskoveski com Fernando Bittencourt e Ingra Marques Gamella, o curta provoca debate positivo:

<https://www.youtube.com/watch?v=TeW9zYYF3W4>

Contudo, apesar das possibilidades de debates e de participações abertas à comunidade, os critérios sobre a qualidade dos filmes devem ser de responsabilidade de pesquisadores, críticos de Cinema e especialistas na área de cinema e audiovisual. Comentários podem gerar debates, mas não devem ser considerados como parâmetros para a avaliação de filmes em mostras e festivais.

Atualmente, é muito comum encontrarmos na internet elogios e críticas negativas para o mesmo filme, raramente chegando a um consenso ou equilíbrio. Uma análise profunda e reflexiva deve levar em consideração aspectos positivos e negativos, e conceitos teóricos de pesquisadores conceituados, evitando preconceitos e julgamento de valor baseado no tema ou em algum aspecto restrito do filme sempre procurando direcionar os dados para uma opinião equilibrada. Comentários maniqueístas e unilaterais não podem ser levados em consideração se o propósito é a avaliação para um prêmio ou para inserção em festival.

3. As vantagens econômicas de se filmar com telemóvel

- Quais os pontos de comparação (os mais importantes, os mais interessantes, os mais difíceis, etc) entre o cinema de bolso e o cinema tradicional ?
- Do ponto de vista econômico, quais vantagens surgem no cruzamento do telemóvel e da web?
- Conhece algum modelo econômico ideal que se encaixe ao cinema de bolso?
- Filmar com a câmera do telemóvel é uma boa solução para a realização de filmes com orçamento reduzido?

Resposta DA: Atualmente já podemos contar com telemóveis tão eficazes quanto algumas câmeras fotográficas e com preços mais acessíveis que as mesmas. Além do volume e peso, a praticidade dos mesmos leva muitos a escolher filmar com algo prático.

Contudo, é importante rever as diferenças entre o que chamamos de celulares (telemóveis em Portugal) e de smartphones. Segundo **Ricardo Bergher**, Especialista em Tecnologia, um smartphone possui sistema operacional enquanto que um celular comum, não. Embora a maioria dos modelos com tela touchscreen realmente seja de smartphones, é possível você encontrar também celulares com esse tipo de tela, há outras diferenças. O celular é indicado para tarefas mais simples, como fazer ligações e enviar mensagens, tirar fotos de baixa resolução, gravar vídeos simples e até ouvir música, em alguns modelos, porém o armazenamento interno é limitado e as interfaces são simples, assim como as conexões. Por outro lado, os smartphones são indicados para mais tarefas com o aparelho, que conta com sistema operacional multitarefa e multimídia para acessar a internet, redes sociais, baixar aplicativos, jogar, entre outras conexões. O armazenamento interno é bem maior do que o presente nos celulares. A maior parte dos smartphones tem armazenamento de 4GB e alguns modelos permitem expandir a memória interna para guardar fotos, vídeos, músicas e mais.

<https://www.zoom.com.br/celular/deumzoom/qual-a-diferenca-entre-smartphone-e-celular>

Considerando que há diversos tipos e dispositivos que podem mudar a resolução das imagens, seria difícil afirmar a melhor escolha, especialmente porque, como foi dito antes, a criatividade do diretor ou do roteirista algumas vezes pode superar os obstáculos de aparelhos com menor capacidade ou com preços mais acessíveis. Seguem alguns exemplos, tomando a denominação de “celular” como geral e de “smartphone” ou “i-phone” como mais específico.

Um dos melhores celulares com câmera de qualidade é o i-Phone Apple 6 Plus, que possui uma resolução de 8 megapixels permitindo a resolução de 3264×2448 pixels

e grava vídeos em full HD e Slow Motion de 240 fps. Se a escolha do iPhone enfatizar a parte de filmagem, o menor valor é o do iPhone 5s. Segundo Gustavo Viegas, em seu artigo “Top 7 celulares com melhor câmera”, no site CelularAqui,] O celular Nokia Lumia 1020 é o único smartphone que possui uma câmera com sensor de 41 megapixels, com estabilização óptica de imagem e um zoom de alta resolução, tudo isso integrado a uma nova tecnologia que a Nokia chama de PureView, fornecendo fotos com zoom digital sem perda de qualidade. O flash da câmera é de Xenon. <http://celularaqui.com.br/top-7-celulares-com-melhor-camera/>

Ainda sem previsão no Brasil, o celular chinês **Gionee Elife E8** foi lançado em junho de 2015 como sendo o único celular do mundo que poderia tirar fotos de 100 megapixels. Apesar de ter só 40 megapixels, sua câmera vem com estabilizador óptico de imagem e Flash Dual LED (dual-tone) além de ter o foco muito rápido e outros recursos como o chamado “zoom sem perda” alcançando os 100 megapixels prometidos.

Algumas versões do Samsung Galaxy Grand Prime Duos contam com a opção de TV digital e a câmera traseira de 8MP e frontal de 5MP, ideal para muitas selfies e gravar vídeos em full HD. Conta também com tela touchscreen de 5 polegadas, processador quad-core, memória RAM de 1GB, memória interna expansível de 8GB, dual SIM, GPS e conectividade 3G e Wi-Fi, mas infelizmente não há tecnologia 4G disponível.

Ana Nemes, no site Tecmundo, sugere que “a maior parte do material que é gravado utilizando uma câmera de um telefone móvel ainda fica devendo — e muito! — em qualidade para um vídeo de uma DSLR ou mesmo de uma máquina digital compacta”.

Nemes questiona: “seria possível gravar filmes de qualidade utilizando apenas o celular como ferramenta de captura? A resposta é sim — e não. Não é possível simular a qualidade de um equipamento maior, porém com os truques certos é possível ter vídeos com a qualidade máxima possível da câmera embutida no seu telefone”. <https://www.tecmundo.com.br/gravacao-de-video/21027-dicas-para-fazer-um-filme-sensacional-com-a-camera-do-seu-celular-video-.htm>

Complementando, Ana Nemes diz que “filmagem em 720p (HD) ou 1080p (Full HD) não significa que o resultado vai ter tanta qualidade quanto os mesmos 720p ou 1080p de uma câmera DSLR, só vai fazer com que o tamanho do vídeo seja bem maior, podendo, por exemplo, ser visto em uma televisão FullHD sem ficar pixelado”.

Outro comentário importante da autora é que é o sensor quem mais determina o quão boa uma câmera é. Em uma regra geral, quanto maior ele for, mais luz ele é capaz de absorver sem precisar abrir mão da qualidade da imagem. Como é de se esperar, o sensor de uma câmera de celular é minúsculo e, por isso, o resultado tende a decepcionar, principalmente na captura das cores e no contraste.... Outro fator importante são as lentes: em um celular, elas não conseguem superar a qualidade de um conjunto óptico intercambiável presente nas DSLRs. Algumas fabricantes apostam em lentes externas, que realmente ajudam um pouco e podem ser uma aposta para tentar contornar este problema. Quanto ao sensor, não existe jeito eficiente de melhorá-lo, portanto é preciso saber lidar com as suas limitações.

<https://www.tecmundo.com.br/gravacao-de-video/21027-dicas-para-fazer-um-filme-sensacional-com-a-camera-do-seu-celular-video-.htm>

4. Observações finais :

- Gostaria de acrescentar alguma informação complementar que não foi falada anteriormente ?
- Conhece alguém que poderia trazer alguma contribuição positiva para a nossa tese para nos indicar ?

Resposta DA: Gostaria de acrescentar que a tecnologia está sempre avançando e criando novos espaços, suportes e dispositivos. Uma tese sobre cinema de bolso é também um avanço nos temas e pode abrir novos horizontes. Coloco-me à disposição para contribuir com essa pesquisa. Acredito que outros pesquisadores de cibercultura e novas tecnologias podem ser fontes de referência também, seja no Brasil ou no exterior.

Denize Araujo (+5541) 99983-6669

<http://www.economist.com/news/business/21600134-smartphones-reach-masses-host-vendors-are-eager-serve-them-rise-cheap>

<http://news.psu.edu/story/385212/2015/12/15/research/transparent-metal-films-smartphone-tablet-and-tv-displays>

<http://ied.edu.br/rio/curso/presto/cinema-de-bolso/>

<http://p3.publico.pt/cultura/filmes/8736/quotcaroselloquot-jorge-quintela-ganhou-um-premio-com-um-quotfilme-de-bolsoquot>

<http://movimentohotspot.com/projeto/cinema-de-bolso/>

Permissão para publicação de entrevista

A quem possa interessar

Eu, Denize Araujo, PhD e Pós-Doutora com pesquisa em Cinema e Audiovisual, expresso aqui minha permissão para que a entrevista concedida à pesquisadora Claudia Lambach, Doutoranda, seja publicada e divulgada em meio eletrônico ou impresso, em qualquer circunstância.

Coloco-me à disposição para quaisquer informações ou comentários.

Atenciosamente



Denize Araujo, (+5541) 99983-6669

denizearaujo@hotmail.com

PhD –University of California, Riverside; Pós-Doutora – UAlg, Portugal
Coordenadora da Pós em Cinema e Docente do Mestrado e Doutorado em
Comunicação e Linguagens – UTP – Universidade Tuiuti do Paraná – Brasil
Membro do Conselho Internacional da IAMCR, Líder do GP CIC (CNPq) e
do GT Imagem e Imaginários Midiáticos (Compós); Curadora do FICBIC –
Festival Internacional de Cinema da Bienal de Curitiba

CURITIBA, dezembro de 2016

C. FELIPE NEGRELI

1. O universo do cinema de bolso : a tecnologia dos telefones celulares entre os anos 2005 – 2015, os festivais de bolso através do mundo e os « fonecineastas »

• Quais as características principais dos filmes realizados com telefones celulares ?

As principais características percebidas por mim, enquanto pesquisador de cinema em tecnologias acessíveis é a da assimilação de uma nova linguagem cinematográfica, assumindo a textura estética diferente e limitações que possivelmente podem aparecer. Os produtores desse novo caminho do cinema precisam aceitar as diferenças que essa tecnologia acessível propõe, só desta maneira o trabalho pode ter o resultado de sucesso que tem tido com o passar dos anos. É de fundamental importância assumir essa nova linguagem e não se acometer do erro de sugerir uma substituição de tecnologias.

• Os aspectos tecnológicos assim como os aspectos sociais são pontos importantes no mundo do cinema de bolso?

Esse tipo de produção proporciona para o mundo do cinema uma diminuição de custos. A diferença de orçamento de uma produção convencional comparado ao cinema de bolso é assombrosa, isso estimula que mais pessoas interessadas em desenvolver conteúdos audiovisuais produzam. Socialmente é um ganho interessante, pois não adianta que apenas um nicho social pequeno possa se expressar através da arte. A arte é um patrimônio social milenar e essas tecnologias financeiramente acessíveis possibilitam a quebra dessa barreira.

• Os utilizadores de telefones celulares (sejam eles realizadores profissionais ou amadores) formam seus próprios conceitos de estética digital? Em que consiste esses conceitos?

É imprescindível criar um conceito próprio de estética digital, afinal existem diferenças entre câmeras de telefones celulares e câmeras de produção profissional. Se o realizador produzir numa proposta de criação nova e assumir as diferenças entre as tecnologias, certamente dará um passo positivo para o sucesso em seu trabalho, pois assim ele transmitirá para o público consumidor o conceito que deseja, que é o mais importante dentro do cinema.

• Quais são os problemas essenciais encontrados no campo do cinema de bolso? Quais soluções seriam ideais?

Acredito que as principais dificuldades encontradas estão relacionadas na qualidade da câmera e funções que ela pode desenvolver. Apesar de muitas desenvolvedoras estarem aprimorando seus aparelhos, a dificuldade em configurar a imagem de maneira mais profissional pode atrapalhar em momentos que você precise resolver problemas de luz, por exemplo. Obviamente isso tem sido trabalhado e soluções tem sido encontradas como a aquisição de telefones celulares que permitem o domínio quase que total das funções da câmera, além disso, aplicativos e lentes podem ser adaptados e importantes ferramentas para a produção.

Além disso, outro problema que esse tipo de produção enfrenta é o preconceito de críticos mais tradicionalistas em aceitar a modernidade entrando no cinema. Em

minha opinião isso não é algo coerente. Ora, o cinema passou por tantas transformações e quebrou tantas barreiras durante sua história, que não aceitar mais essa transformação é não aceitar a História do Cinema.

• É importante a formação pedagógica técnica e artística para a realização de filmes com telefones celulares ? Como deveria ser esta formação?

Sem dúvidas é importante a formação para a realização de filmes com essa tecnologia. A linguagem deve ser mais importante que a tecnologia utilizada, por isso o realizador deve saber o que fazer com a câmera na mão. Deve consumir o máximo de repertório possível, deve aprender em como aplicar técnicas, principalmente se utilizar um dispositivo acessível. Não é por explorar um novo caminho dentro do cinema que se deve esquecer a parte teórica de produção, pois isso facilitará a transição de algo convencional para o inovador.

2. A distribuição dos filmes na internet

• Segundo a vossa experiência, como os filmes de bolso deveriam ser distribuídos?

A facilidade em se compartilhar conteúdos pelos telefones celulares pode ser uma boa ferramenta de distribuição desses filmes. Em poucos segundos você poderia transferir esse conteúdo por *email* ou *nuvem* (como Dropbox, iCloud, etc). Além disso existe a possibilidade de compartilhamento direto com o Youtube ou até mesmo o Facebook. Acredito que o cinema pode sim acompanhar a modernidade dos novos meios de distribuição e dos novos meios de redes sociais, em nada vai diminuir a importância dele como arte.

• Qual os pontos positivos e negativos da distribuição dos filmes de bolso no YouTube?

Um ponto positivo de se distribuir pelo YouTube é a velocidade de compartilhamento e o alcance que o conteúdo pode chegar. Em poucos minutos os filmes podem chegar por todas as partes do mundo de maneira instantânea e simultânea. Um fator negativo pode ser o da dificuldade em se controlar o público atingido, além de ter um retorno financeiro menor com a exibição, como a que teria se fosse disponibilizado nas abusivas taxas de ingressos dos cinemas convencionais.

• A participação e o julgamento do público no YouTube podem indicar a qualidade dos filmes?

Não necessariamente. Assim como as críticas convencionais, a classificação de qualidade do YouTube tem caráter pessoal, ou seja, depende de preferência de determinado espectador. O que deve ser levado em consideração da resposta do público é se o seu conceito cinematográfico foi assimilado pelo consumidor, a definição pessoal de qualidade ou gosto do espectador não é tão importante quanto conseguir que as pessoas entendam e assimilem o que você propõe. Nem todo filme tem que agradar a todos.

3. As vantagens econômicas de se filmar com telefones celulares

• Quais os pontos de comparação (os mais importantes, os mais interessantes, os mais difíceis, etc) entre o cinema de bolso e o cinema tradicional ?

Podemos levar em consideração que as comparações entre os dois meios de fazer cinema estão principalmente implícitos em questões financeiras. Como já

tivemos exemplos em algumas produções em cinema de bolso, o abismo financeiro é incalculável, em que pese produções que custaram apenas U\$\$ 80.000. Isso é um ponto positivo e interessante no que se refere a abrir mais portas para mais realizadores, desde que esse assuma as diferenças entre as duas produções.

• Do ponto de vista econômico, quais vantagens surgem no cruzamento do telefones celulares e da web?

Facilita a distribuição de filmes, gerando um alcance grande de compartilhamento e também, para o consumidor, proporciona um consumo barateado do conteúdo disponível na web, seja com filmes ou com qualquer outro produto que os telefones celulares oferecem.

• Conhece algum modelo econômico ideal que se encaixe ao cinema de bolso?

Procurar apoio das desenvolvedoras de telefones celulares pode ser uma solução interessante para essa forma de produção. Além de suporte de equipamentos, a parceria seria saudável na questão de distribuição e divulgação desses filmes, além de auxiliar a legitimar e fortalecer essa nova linguagem.

• Filmar com a câmera do telefones celulares é uma boa solução para a realização de filmes com orçamento reduzido?

4. Observações finais :

• Gostaria de acrescentar alguma informação complementar que não foi falada anteriormente ?

• Conhece alguém que poderia trazer alguma contribuição positiva para a nossa tese para nos indicar ?

Professor Doutor Pedro Plaza Pinto, da Universidade Federal do Paraná.
Historiador especializado em Cinema.

ANNEXE 4

FESTIVALS DE CINEMA DE POCHE ET CONCOURS DE CREATION MOBILE

N°	Date début	Dernière date	Pays	Nom du festival	Caractéristiques	Site	Situation du site (janvier 2018)
1.	1970	2018	Finlande	<i>Tampere Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • promouvoir le court-métrage finlandais et européen. 	https://tamperefilmfestival.fi/in-english/	actif
2.	1971	2018	Canada	<i>FNC - Festival du Nouveau Cinéma</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival de nouvelles pratiques du cinéma et des nouvelles technologies. 	http://www.nouveaucinema.ca/fr	actif
3.	1988	2018	Pays-Bas	<i>IDFA - International Documentary Film Festival Amsterdam</i>	<ul style="list-style-type: none"> • en 2005, le festival a affirmé avoir reçu le premier documentaire tourné avec le téléphone mobile¹⁰⁴⁶. • a lancé en 2007 un nouveau programme, le IDFA DocLab, axé sur les réseaux sociaux et les téléphones mobiles. 	https://www.idfa.nl/en/	actif
4.	1991	2018	Brésil	<i>Festival do Minuto</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival qui existe depuis 1991, les premiers films tournés avec téléphones mobiles ont été acceptés en 2008. • appareils mobiles. • partenariat avec <i>YouTube</i>. 	http://www.festivaldominuto.com.br	actif

¹⁰⁴⁶ Gerard Goggin et Larissa Hjorth, *The Routledge Companion to Mobile Media*, Routledge, 2014, 954 p.

					<ul style="list-style-type: none"> • édition de 2018 interrompue en raison de la suspension des subventions. 		
5.	1993	2018	Croatie	<i>Croatian One Minute Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • prix spécial pour les nouveaux modes d'expression. 	http://www.crominute.hr/en/news.html	actif
6.	1999	2018	France	<i>Très Court International Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • un « très court » est un court-métrage dont la durée n'excède pas 4 minutes (tous genres : fiction, animation, micro-docu, clip, blog vidéo). 	http://trescourt.com/fr	actif
7.	1999	2018	Brésil	<i>Festival do Rio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • organise aussi des colloques et des workshops. 	http://www.festivaldoriorio.com.br	actif
8.	2000	2011	Brésil	<i>Fluxus – Festival Internacional de Cinema na Internet</i>	<ul style="list-style-type: none"> • compétition internationale de cinéma créée sur internet. • festival qui existe depuis 2000, les premiers films tournés avec téléphones mobiles ont été acceptés en 2005 (sélection « ciné-mobile » consacré e aux productions réalisées avec téléphone mobile). • après la dernière date du festival de cinéma en ligne sur internet en 2011, <i>Fluxus</i> a commencé à organiser des expositions de cinéma. 	http://www.fluxusfestival.com	actif
9.	2001	2018	États-Unis	<i>60 Seconds or Less Video Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival de courts-métrages. 	https://filmfreeway.com/60SecondsorLessVideoFestival	actif
10.	2003 (n.c.)*	2006	États-Unis	<i>The4thScreen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival consacré à l'innovation et à la recherche artistique avec le téléphone mobile. 	http://the4thscreen.net	actif
11.	2004	2015	Grèce	<i>NIFF - Naoussa International Short Film and Video Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • innovation technologique et numérique. 	http://www.niff.gr/el/index.htm	actif
12.	2004	2016	Brésil	<i>Cineme-se</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. • avec des activités (ateliers). • en 2016, le festival aussi connu sous le nom de <i>Bienal transmidia da</i> 	http://cineme-se.blogspot.com/	actif

					<i>experiência do cinema</i> offrait d'autres activités (réalité virtuelle, musique, etc.) ¹⁰⁴⁷ .		
13.	2005	2018	France	<i>Festival des Nouveaux Cinémas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • promeut et soutient les cinémas numériques sous toutes leurs formes. • festival itinérant pendant 10 jours, dans 10 lieux différents. 	http://www.nouveaucine.com	actif
14.	2005	2010	France	<i>Festival Pocket Films</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile. • forum de discussions et tables-rondes. 	http://www.festivalpocketfilms.fr	actif
15.	2005	2013	Allemagne	<i>Ohrenblick mal !</i>	<ul style="list-style-type: none"> • compétition de clips vidéo tournés avec des téléphones mobiles. • réservé aux jeunes réalisateurs mobiles de 10 à 20 ans. • festival organisé par l'<i>Institute for Media Education in Research and Practice – JFF</i>, en coopération avec <i>Young People Online</i>. • en 2013, ce festival est devenu le <i>Mobile Clip Festival</i>. 	http://www.ohrenblick.de	désactivé
16.	2005	2016	Allemagne	<i>Mobile Clip Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival de clips filmés avec des téléphones mobiles ou des tablettes. • c'est une version plus moderne du festival <i>Ohrenblick mal !</i>. 	http://mobileclipfestival.de	actif
17.	2006	2018	Allemagne	<i>Pornfilmfestival Berlin</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival de films indépendants axé sur la sexualité. • films tournés avec différents types de caméras y compris le téléphone mobile. 	http://pornfilmfestivalberlin.de/en/	actif

¹⁰⁴⁷ André Azenha, « Papo exclusivo com Eduardo Ricci », *CineZen*, 11 avril 2009 [En ligne: <http://cinezen cultural.com.br/site/2009/04/11/entrevista-eduardo-ricci/>]. Consulté le 9 février 2018.

18.	2005	2018	France	<i>Mobile Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films d'une durée de 1 minute • en 2011, l'audience du festival est passée de 30 000 à 234 000 spectateurs en un mois. • éditions également au Maroc, en Polynésie/Tahiti et en Allemagne. • en 2015, 11^e édition en partenariat avec les Nations Unies pour la <i>COP21</i>. 	https://www.mobilefilmfestival.com	actif
19.	2006	2017	Angleterre	<i>The Smalls Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival multiculturel pour le cinéma indépendant d'innovation. • courts-métrages. • associé à <i>The Smalls</i>, une plateforme de création de vidéos, connectée avec 17 000 sociétés de production et réalisateurs indépendants. 	https://www.thesmalls.com	actif
20.	2006	2012	Brésil	<i>Vivo arte.mov – Festival Internacional de Arte em Midias Móveis</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films d'une durée de 3 minutes. • appareils mobiles. • page active du festival sur la plateforme <i>Vimeo</i> : https://vimeo.com/artemov 	http://artemov.net	désactivé
21.	2006	2009	Australie	<i>Portable Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. 	http://www.portablefilmfestival.com	désactivé
22.	2006	2010	Brésil	<i>MOBILEFEST – Festival Internacional de Criatividade Móvel</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. • workshops, colloques et concours. 	http://www.mobilefest.com.br/MobileFest/Home.fss	actif
23.	2006	2009	Canada	<i>Nokia Mobifest Toronto</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival sponsorisé par Nokia. • le participant doit être âgé d'au moins 18 ans. • informations sur le festival : https://www.festivalfocus.org/festival/606/nokia-mobifest-toronto/ 	https://www.youtube.com/channel/UCS1F6CEGqbPIOUO0DNxE9bQ	chaîne YouTube active
24.	2007	2018	Belgique	<i>Cinepocket</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile. 	https://www.cinepocket.be	actif

					• workshops et concours.		
25.	2007	2015	Espagne	<i>Iberminuto Film Festival</i>	• films d'une durée de 1 minute.	https://iberminuto.com/bienvenidos-al-festival-de-cine-minuto.html	actif
26.	2007	2018	États-Unis	<i>DFF – The Disposable Film Festival</i>	• appareils mobiles. • films d'une durée jusque 10 minutes. • page active du festival sur <i>Vimeo</i> : https://vimeo.com/dff/about	http://disposablefilm.com	actif
27.	2007	2015	Chine	<i>HKMFF – Hong Kong Mobile Film Festival</i>	• appareils mobiles.	http://mobilefilm.hk/2015/en/index.php	actif
28.	2008	2010	Irlande	<i>Babelgum Online Film Festival</i>	• 4 catégories : documentaire, court-métrage, animation et <i>mini-masterpiece</i> .	http://www.babelgum.com/index.php?category=onlineFilmFestival	désactivé
29.	2008	2016	Brésil	<i>Cel.U.Cine Festival de Micrometragens</i>	• festival des nouveaux médias.	https://www.facebook.com/Festival.Celucine/	actif
30.	2008	2017	Inde	<i>IFCPC - International Festival of Cell Phone Cinema</i>	• festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile.	http://ifcpc.com	actif
31.	2008	2009	Mexique	<i>Crearte Móvil</i>	• appareils mobiles.	http://muestrainternacionalcreatearmovil.blogspot.fr	actif
32.	2008	2018	États-Unis	<i>FilmOneFest</i>	• films de deux minutes maximum. • nouvelles technologies.	https://filmonefest.org	actif
33.	2008	2008	Pays-Bas	<i>Viva La Focus – Dutch Mobile Film Festival</i>	• appareils mobiles.	http://www.vivalafocus.nl	désactivé
34.	2008	2009	Danemark	<i>Dogma Mobile International Film Festival</i>	• forum de discussions et séminaires sur le cinéma de poche.	http://www.dogmamobile.com	désactivé
35.	2008	2009	Japan	<i>Pocket Films Festival in Japan, Yokohama</i>	• festival du cinéma de poche	http://fm.geidai.ac.jp/pocketfilms/2009/en/news/index.html	actif
36.	2008	2016	France	<i>Be Green Film Festival</i>	• festival de « pocket films » « dédié au développement durable qui contribue à la sensibilisation de toute une génération à travers sa créativité et sa propre vision du monde ».	https://www.festivalbegreen.fr	actif

					<ul style="list-style-type: none"> • réservé aux réalisateurs de 15 à 30 ans. 		
37.	2009	2012	États-Unis	<i>Vimeo Festival + Awards</i>	<ul style="list-style-type: none"> • organisé par la plateforme <i>Vimeo</i>. • forum de discussions et tables-rondes. 	https://vimeo.com/vimeofestival	actif
38.	2009	2015	Italie	<i>Corto Imola Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival de courts-métrages. 	http://www.cortoimolafestival.it	actif
39.	2009	2015	Allemagne	<i>MobilStreifen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • réservé aux jeunes réalisateurs mobiles (jusqu'à 25 ans). • films d'une durée maximum de 2 minutes. 	http://mobilstreifen.de/index.php?id=2	actif
40.	2009	2017 (n. c.)*	États-Unis	<i>IFFF - IndieFone Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. 	http://indiefone.com	désactivé
41.	2009	2013	Canada	<i>ShortNonStop</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. 	http://www.shortsnonstop.com	désactivé
42.	2009	2013	Maroc	<i>Mobile Film Festival Maroc</i>	<ul style="list-style-type: none"> • éditions en France, Polynésie/Tahiti et Allemagne. 	http://mobilefilmfestivalmaroc.blogspot.fr	désactivé
43.	2009	2010	Espagne	<i>Green Mobile Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films d'une durée maximum de 3 minutes • initiative de l'<i>Iberminuto Film Festival</i> (voir dans ce tableau). • films sur l'environnement. 	https://greenmobilefilms.wordpress.com/	désactivé
44.	2009	2011	Australie	<i>Mobile Screenfest International Awards</i>	<ul style="list-style-type: none"> • accepte des photos et des films. • informations sur le festival : https://www.festivalfocus.org/festival/2005/mobile-screenfest-international/ 	http://www.mobilescreenfest.com	désactivé
45.	2009	2018	Inde	<i>MIFF - Mumbai International Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival qui existe depuis 1990, mais les premiers films tournés avec téléphones mobiles ont été acceptés en 2009. 	http://miff.in	actif
46.	2009	2010	États-Unis	<i>Brighthand Mobile Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films d'une durée maximum de 3 minutes. • comédies, drame, musique, films publicitaire et séries. • critères d'analyse : créativité, divertissement, monde réel et meilleur usage de la technologie mobile. 	http://www.brighthand.com/ctia/	désactivé

47.	2009	2018	États-Unis	<i>New Media Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • tous types de caméras numériques dont les appareils mobiles. • buts du festival : l'intersection de l'art, la diffusion, les nouveaux formats et les nouvelles technologies. 	http://newmediafilmfestival.com/index.php	actif
48.	2009	2015	Corée du Sud	<i>SESIFF - Seoul international extreme-short image & film festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • but du festival : l'innovation. • slogan du festival : « <i>Tout le monde peut tourner un film.</i> » 	http://www.sesiff.org/2015/html/main/sub.htm?SubNum=1&MenuNum=1&lang=_eng&ckattemp=2	actif
49.	2009/2010	2014	Grèce	<i>Shoot_it</i>	<ul style="list-style-type: none"> • accepte les photographies et les films tournés avec des téléphones mobiles. 	http://www.shootit.gr	désactivé
50.	2009	2018	France	<i>Festival Takavoir</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films d'une durée maximum de 3 minutes. • projections, ateliers et conférences. 	https://www.takavoir.fr	actif
51.	2010	2014	États-Unis	<i>IMTF -International Movie Trailer Festival (Cameraphone)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. • le festival peut aider les cinéastes aux diffusions des films. 	http://www.internationalmovietrailerfestival.com	actif
52.	2010	2017	États-Unis	<i>Hollywood MOBILE Film Festival (Hollywood Film Festival)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • le festival Hollywood Film Festival a commencé en 1996. En 2010/2017, il a accepté les films tournés avec un téléphone mobile, d'une durée maximum de 4 minutes, et la section réservée aux films mobile s'est temporairement appelée Hollywood Mobile Film Festival. 	http://www.hollywoodfilmfestival.com	actif
53.	2010	2018	États-Unis	<i>Cinequest Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. 	https://www.cinequest.org	actif
54.	2010	2018	États-Unis	<i>IFF – iPhone Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. • localisé à Beverly Hills. 	http://iphoneff.com	actif
55.	2010	2015	États-Unis	<i>Original iPhone Film Festival iPhone Film Maker</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festivals en ligne. 	http://iphonefilmmaker.com	actif
	2010	2017	Macédoine	<i>Mobile Film Festival</i>	consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile.	http://www.mobilefestival.net/?lang=en	désactivé

					workshops. les données du festival sont disponibles sur le site : http://www.mobilefestival.net/?lang=en		
56.	2010	2010	Corée du Sud	<i>iPhone 4 Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un iPhone 4s. • même site que l'OISFF - Olleh International Smartphone Film Festival 	http://www.ollehfilmfestival.com	désactivé
57.	2011	2015	Corée du Sud	<i>OISFF - Olleh International Smartphone Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile. • données du festival disponibles sur le site : https://filmfreeway.com/OISFF 	http://www.ollehfilmfestival.com	désactivé
58.	2011	2012	Italie	<i>Sony Mobile Festival (Sony Ericson Mobile Festival)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ce festival s'appelait d'abord <i>Sony Ericson Mobile Festival</i> • Ce festival a été dédié à la « Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia » 	http://www.mobilefestival.it	désactivé
59.	2011	2013	France	<i>Festival Caméras Mobiles</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ce festival a pris la succession du <i>Festival Pocket Films (2005-2010)</i> • informations disponibles sur : http://www.benoitlabourdette.com/actions-culturelles/conception-d-evenements-culturels/festival-cameras-mobiles/. 	http://www.lux-valence.com/	désactivé
60.	2011	2018	Nouvelle-Zélande	<i>MINA - Mobile Innovation Network Australasia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival consacré au cinéma mobile international. • courts métrages d'une durée maximum de 8 min. 	http://mina.pro	actif
61.	2012	2018	États-Unis	<i>IMFF – International Mobile Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • buts du festival sont : promotion artistique, technologie et éducation. 	https://internationalmobilefilmfestival.com//	actif

					<ul style="list-style-type: none"> • le festival-est associé à la <i>Mobile Film School</i>. • Ce festival est connu aussi comme International Mobil Film Festival. • à San Diego. 		
62.	2012	2015 (n.c.)*	Polynésie française - Tahiti	<i>Vini film festival on TNTV</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films réalisés sur un téléphone mobile ou une tablette, d'une durée maximum de 2 minutes. • sponsorisé par l'opérateur de télécommunications Vini • informations sur l'édition 2012 : https://www.youtube.com/watch?v=46xLVVpvqHM et sur l'édition 2015 : https://www.tntv.pf/Vini-film-festival-on-TNTV-le-compte-a-rebours-est-lance-_a8827.html 	http://www.vinifilmfestivaltntv.com	désactivé
63.	2012	2012	États-Unis	<i>Your Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival en ligne sur <i>YouTube</i>. • produit par <i>Scott Free Productions</i>, de Ridley Scott et Tony Scott. 	https://www.youtube.com/channel/UCGf2dEAV_S8Zz3HsvI4GLfA	chaîne sur YouTube active.
64.	2012	2012	Angleterre	<i>iPhone Popup Film Festival</i>	festival en partenariat avec <i>Vimeo</i> (https://vimeo.com/groups/iphonepopupfilmfestival).	http://www.iphonepopupfilmfestival.com	actif
65.	2012	2018	Canada	<i>TSFF - Toronto Smartphone Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appelé <i>Arirang Korea Smartphone Film Festival (AKSFF)</i> les deux premières années. • festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile. • données du festival disponibles sur le site : https://filmfreeway.com/TorontoSmartphoneFilmFestival 	http://www.smartphonefilm.ca	actif

66.	2012	2018	Espagne	<i>Cinephone</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival de courts-métrages tournés avec un téléphone mobile. 	http://cinephone.es	actif
67.	2013	2016	France	<i>iMédiaCinéma</i>	<ul style="list-style-type: none"> • festival qui vise à faire émerger, encourager et accompagner la créativité avec les outils mobiles numériques. • le film doit avoir un titre, un générique de fin, et être d'une durée comprise entre 10 secondes et 10 minutes. • le genre du film est libre (fiction, action, comédie, doc, etc.). 	http://www.imediacinema.org	actif
68.	2013	2017	Brésil	<i>Festival Primeiro Filme</i>	<ul style="list-style-type: none"> • projet social soutenu par la banque Santander. 	http://www.primeirofilme.com.br/site/o-festival/	actif
69.	2013	2015	Iran	<i>Mobile Film & Photo Festival in Tehran</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ce festival accepte les photos et les films mobiles. 	http://www.tfpf.mobi	désactivé
70.	2013	2015	Espagne	<i>Phonetastic Sitges Mobile Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Courts-métrages réalisés avec un appareil mobile. • festival créé par le Sitges – the International Fantasy Film Festival of Catalonia et Mobile World Capital. 	http://www.phonetasticfestival.com	désactivé
71.	2013	2016	Polynésie française	<i>The courts des îles Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Il y a des tables rondes et des conférences. • Ce festival n'est pas international. 	http://www.courtsdesiles.com/en/	désactivé
72.	2014	2016	Canada	<i>WSFF - World's Smallest Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. • il y a un festival portant le même nom qui a été fondé en 2003 aux États-Unis. • C'est un festival de l'évènement organisé par le <i>Niagara Integrated Film Festival</i>¹⁰⁴⁸. 	http://niagarafilmfest.com	actif

¹⁰⁴⁸ « World's Smallest Film Festival - Página inicial », [En ligne : https://www.facebook.com/pg/worldssmallestfilmfest/about/?ref=page_internal]. Consulté le 15 février 2018.

73.	2014	2015/ 2016	Syrie	<i>Syria Mobile Phone Films Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> clips tournés avec des téléphones mobiles et des tablettes. 	http://syriamobilefilms.com/en/	actif
74.	2014	2018	Portugal	<i>Super 9 Mobile Film Fest</i>	<ul style="list-style-type: none"> appareils mobiles et tablettes. 	http://super9mobile.com	actif
75.	2014	2016	Angleterre	<i>FilmKit - Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> films d'une durée entre 5 et 30 minutes. trois catégories : innovations, nouveaux formats cinématographiques et nouvelles technologies. données du festival disponibles sur le site : https://filmfreeway.com/FilmKit 	http://film-kit.com	désactivé
76.	2015	2017	Canada	<i>SPFF - Smartphone Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> festival consacré exclusivement aux films réalisés avec un téléphone mobile. 	http://spff.ca	actif
77.	2015	2017	Australie	<i>SF3 - SmartFone Flick Fest</i>	<ul style="list-style-type: none"> appareils mobiles. 	http://www.sf3.com.au	actif
78.	2015	2018	Suisse	<i>MoMo – Mobile Motion Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> appareils mobiles (téléphones mobiles, tablettes et Go Pro). 	https://momofilmfest.com	actif
79.	2015	2015	Pakistan	<i>Pocket Cinema Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> appareils mobiles. données du festival disponibles sur le site : https://filmfreeway.com/PocketCinemaFilmFestival 	http://pocketcinemaff.com	actif
80.	2015	2017	États-Unis	<i>40 NORTH Dance Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> festival consacré aux danseurs, aux réalisateurs et aux innovations. 	http://www.40northfest.com	actif
81.	2015	2018	France	<i>Festival Cinéma Taverny</i>	<ul style="list-style-type: none"> participation gratuite 3 catégories : moins de 14 ans, ados et jeunes adultes amateurs, adultes professionnels 	http://www.ville-taverny.fr/culture/festival-de-cinema	actif
82.	2015	2018	Irlande	<i>MojoFest</i>	<ul style="list-style-type: none"> festival international du journalisme mobile (ce n'est pas spécifiquement un festival de cinéma). images mobiles dans le journalisme. 	https://mojofest.eu	

83.	2016	2016	Berlin	<i>MGFF - Mobile Globe Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films à budgets réduits tournés par des femmes et des réalisateurs LGBTIQ+. • données du festival disponibles sur le site : https://filmfreeway.com/MobileGlobeFilmFestival 	http://www.mobile-globe-film-festival.com	désactivé
84.	2017	2018	Ireland	<i>Dublin Smartphone Film Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appareils mobiles. • données du festival disponibles sur le site : https://filmfreeway.com/DublinSmartphoneFilmfestival 	https://www.dublinsmartphonefilmfestival.com	actif
85.	2018	2018	Kenya	<i>SFS - Smartphone Film Series Festival</i>	<ul style="list-style-type: none"> • films tournés avec des smartphones, tablettes et drones. • inclut une catégorie journalisme mobile. • conférence globale sur les films mobiles et l'innovation industrielle. 	https://filmfreeway.com/SmartphoneFilmSeriesFestival2018	actif

* (n. c.) = date non confirmée.

Concours

Date début	Dernière date	Pays	Nom du festival	Caractéristiques	Site	Situation du site (janvier 2018)
1969	2016 - 2017	Japan	<i>Nikon Photo Contest</i>	<ul style="list-style-type: none"> • organisé par <i>Nikon Corporation</i> • concours biennal de photos et vidéos acceptant tout type de dispositif numérique, y compris les smartphones. • à partir de l'édition 2012-2013, le concours a changé ses objectifs en incluant de nouvelles catégories, comme le « Motion Snapshot ».¹⁰⁴⁹ 	http://www.nikon-photocontest.com/en/	actif
2008	2017	États-Unis	<i>MEA - Mobile Excellence Awards</i>	<ul style="list-style-type: none"> • concours en création mobile • critères d'analyse : projet stratégique, créativité, impact de la technologie mobile. • la participation des films n'est pas gratuite. 	http://mediaxawards.com	actif
2009	2018	France	<i>VIH Pocket Film</i>	<ul style="list-style-type: none"> • grand concours de vidéos ouvert aux 15-25 ans, sur le thème de la lutte contre le sida. 	https://rec.sidaction.org	actif

¹⁰⁴⁹ Voir sur le site de Nikon ; « Nikon | News | The Nikon Photo Contest, 2012-2013: Call for Entries », [En ligne : http://www.nikon.com/news/2012/1025_contest_01.htm] et « Nikon Photo Contest 2016-2017: Call for Entries » [En ligne : https://www.nikon.com/news/2016/0824_npc_01.htm]. Consulté le 22 février 2018.

ANNEXE 5 FILMOGRAPHIE

A. FILMS DE POCHE SUR LA PLATEFORME *YOUTUBE* (2005-2015)

En 2015, nous avons analysé 123 films et une série de 8 épisodes (n° 58) postés sur la plateforme *YouTube* dont nous donnons l liste ci-dessous.

Nationalité	Couleur / N&B	Durée	Genre	Catégorie YouTube	Date mise en ligne	Date consultation	Nombre de vues			Prix (o/n)
<p>1. #N8 « Macro World »</p> <p><i>Réalisateur</i> : Fakhre Alam</p> <p><i>Outil</i> : Nokia N8</p> <p><i>Synopsis</i> : Le monde des insectes.</p> <p><i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=7xHIMg9EFms</p>										
Indien	Couleur	2min59	Doc	Science et technologie	27/01/2011	02/03/2015	5 181	31	1	n

-
2. **156 Turns**
- Réalisateurs et producteurs* : Seth Schaeffer et Greg Tracy
Producteur exécutif : Chris Nazareus
Casting : Greg Tracy, Alexander Smith, Erin Tracy, Rhys Millen, Pat & Terry Tracy, Gary Tracy, Clint Magoon, Terry Holbert
Outil : iPhone 4S
Synopsis : Documentaire sur la course de motos « Pikes Peak International Hill Climb ».
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=o5JQdgvzuL0>

Américain	Couleur	3min23	Doc	Auto/Moto	29/06/2010	24/02/2015	439 918	502	22	n
-----------	---------	--------	-----	-----------	------------	------------	---------	-----	----	---

3. **A Cat's Tale**
- Réalisateur et compositeur* : Mihaela Gjorceva
Outil : Samsung Galaxy II
Synopsis : Film sur un chat triste, Mac, qui a perdu sa mère quand il était petit.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=VtTJGrJMmnU>

Macédonien	Couleur	3min12	Drame / Comédie	Films et animations	10/05/2013	22/03/2015	31	0	0	n
------------	---------	--------	--------------------	------------------------	------------	------------	----	---	---	---

4. **A Júlia Devia Gostar Disto**
- Réalisateur et producteur* : Pedro Sousa
Casting : Jaime Sousa
Outil : iPhone 4S
Synopsis : C'est l'un des moments merveilleux que j'ai passé avec mon fils. Les films ne transmettent jamais exactement le vrai plaisir que nous ressentons, mais les faire peut devenir une partie de plaisir...
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=fATXGoP-EeI>
-

Portugais	Couleur	2min37	Drame / Expérimental	Films et animations	05/05/2014	22/03/2015	47	0	0	n
-----------	---------	--------	-------------------------	------------------------	------------	------------	----	---	---	---

5. **A Little More Drama**
Réalisateur et scénariste : Johan Dijkstra
Casting : Nienke de Haar, Stephanie Tump
Outil : iPhone 5
Synopsis : Le contenu important d'une valise.
Prix : Meilleur film dans l'*iPhone Festival San Francisco* (États-Unis) – 2013
Source : https://www.youtube.com/watch?v=b_hVuOtsybI&list=WL&index=23

Hollandais	Couleur	3min24	Suspense	Divertissement	08/01/2013	19/03/2015	17 544	36	2	o
------------	---------	--------	----------	----------------	------------	------------	--------	----	---	---

6. **A Little Ride**
Réalisateur, scénariste, producteur et monteur : Allen Bradley
Outil : iPhone 4
Synopsis : Un homme séquestre une vieille dame.
Prix : *IFF – iPhone film Festival* (États-Unis) - 2010
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=25uetXtCbKU&list=WL&index=14>

Américain	Couleur	7min48	Romance	Films et animations	14/03/2011	12/03/2015	25 133	109	8	o
-----------	---------	--------	---------	------------------------	------------	------------	--------	-----	---	---

7. **A short Journey – « Budapest »**
Réalisateur : The Film Artist
Outil : iPhone 5S
Synopsis : Très belles images.
Source : https://www.youtube.com/watch?v=-t_U9cpssRA

non identifié	Couleur	3min57	Clip musical	People et blogs	06/04/2014	26/03/2015	194	4	0	n
---------------	---------	--------	--------------	-----------------	------------	------------	-----	---	---	---

8. **A Summer Day**
Réalisateur : topolino70 (Tommi Vainionpää)
Outil : Nokia Lumia 1020
Synopsis : Belles images d'un jour d'été.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=oSU1QfeiBCo>

Finlandais	Couleur	3min20	Voyage / nature	Voyages et événements	17/08/2013	12/03/2015	117 434	843	12	n
------------	---------	--------	-----------------	-----------------------	------------	------------	---------	-----	----	---

9. **All up to you !**
Réalisateur et scénariste : Anna Elisabeth James et Michael Koerbel
Monteur : Anna Elisabeth James
Directeur de la photographie : Michael Koerbel
Compositeur : Gareth Coker
Casting : David Landry, Jacquelyn Zook, Veronica Powers
Outil : iPhone 5
Synopsis : Qu'est-ce qu'un gars peut faire au milieu du désert quand il se retrouve en panne de gaz?
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=s2L68dwaSeU&index=22&list=WL>

Américain	Couleur	1min35	Musical	Film et animations	27/09/2012	17/03/2015	87 700	298	47	n
-----------	---------	--------	---------	--------------------	------------	------------	--------	-----	----	---

10. **Animal**
Réalisateur : Pierre Zandrowicz
Producteur : Antoine Cayrol et FatCat Films
Compositeur : Gabriel Guérin
Casting : Samir Boitard, Patrice Guillain, Alex Disdier
Outil : Nokia N8
Synopsis : Deux hommes poursuivis dans une voiture, une fin déconcertante...
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=t0jwQxHCYfU&index=6&list=WL>

Français	Couleur	2min59	Action	Film et animations	11/03/2013	11/03/2015	3 373	24	0	n
----------	---------	--------	--------	--------------------	------------	------------	-------	----	---	---

11. **Apple of my eye**
Réalisateur : Michael Koerbel
Producteur : Eric Edmonds et Rebekah Koerbel
Scénariste : Anna James et Michael Koerbel
Monteur : Anna James
Compositeur : Corey Wallace
Chef décorateur : Leigh Koerbel
Casting : Starring Greta Charness, Tim Guest
Outil : iPhone 4
Synopsis : Un grand père et sa petite fille s'arrêtent devant un magasin de jouets...
Prix : Premier prix à l'IMFF – International Mobile Film Festival (États-Unis) – 2012.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=6amrKRmI1bI>

Américain	Couleur	1min27	Aventure / drame	Film et animations	27/06/2010	25/02/2015	266 192	638	29	o
-----------	---------	--------	---------------------	-----------------------	------------	------------	---------	-----	----	---

12. **Art of foot juggling**

Réalisateur : Yu Yoneya

Outil : Nokia N8

Synopsis : L'art du jonglage avec les pieds et un Nokia N8.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=nPvjfO-bkOA>

Slovène*	Couleur	2min21	Docum.	Divertissement	06/02/2011	26/02/2015	6 664	124	2	n
----------	---------	--------	--------	----------------	------------	------------	-------	-----	---	---

13. **Aventures Urbaines**

Réalisateurs, scénaristes, monteurs, monteurs son et mixeurs : Jocelyne Rivière et Serge Rustin

Cinéaste : Jocelyne Rivière

Compositeur, animateur et effets spéciaux : Serge Rustin

Outil : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié

Synopsis : Une plongée dans le métro parisien, microcosme guilleret avec ses codes et ses usages, rythmé par le fracas des arrêts.

Prix : Prix du public *Festival Pocket Films de Paris* (France)- 2008

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=iNxqmXiSVws>

Français	Couleur	3min	Docum.	Vie pratique et style	26/06/2009	30/03/2015	1 293	1	0	o
----------	---------	------	--------	--------------------------	------------	------------	-------	---	---	---

<p><i>Réalisateur</i> : JezzikaChung <i>Compositeur</i> : Beyoncé</p>										
14.	Beyoncé – 7/11 Remake	<p><i>Outil</i> : iPhone 6 <i>Synopsis</i> : Une danseuse et la musique de Beyoncé. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=4qxPC0dRfQk&list=WL&index=34</p>								
Américain	Couleur	2min25	Musical	Divertissement	30/12/2014	23/03/2015	9 790	196	9	n
<p><i>Réalisateur, scénariste, actrice, monteur et producteur</i> : Dominique Robertson</p>										
15.	Broken foot coffee	<p><i>Outil</i> : iPhone 5 et iPhone 5S <i>Synopsis</i> : Coincée à la maison le deuxième jour après s’être cassé le pied, une femme se débat désespérément pour la seule chose qui la fera aller tellement mieux. Son café. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=X8wJEfD516I#t=49</p>								
Canadien	Couleur	4min50	Comédie	Films et animations	16/03/2015	27/03/2015	82	0	0	n
<p><i>Réalisateur</i> : Kerim Bersaner</p>										
16.	Brother	<p><i>Outil</i> : Le modèle de téléphone portable n’a pas été spécifié <i>Synopsis</i> : Les vers d’un homme déchiré par la perte tragique de son jeune frère, assassiné pendant le génocide tchétochène. <i>Prix</i> : 3^e Prix du jury <i>Festival Pocket Films de Paris</i> (France) – 2007 et 1^{er} prix <i>One Take Student Competition IFFR</i> (Pays-Bas) – 2007 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=SaXTsoAi_rs</p>								

Néerlandais	Couleur	1min49	Fiction	Films et animations	05/05/2008	30/03/2015	936	13	0	o
-------------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	-----	----	---	---

Réalisateur et producteur : Andras Horvath

Monteur : Viktor Krokavec

17. **Budapest meets iPhone 6**

Outil : iPhone 6 et iPhone 6 Plus

Synopsis : Les images des points touristiques de Budapest.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=o24AIzb4S7c>

Hongrois	Couleur	4min08	Docum.	Voyages et événements	30/10/2014	11/03/2015	32 104	363	14	n
----------	---------	--------	--------	-----------------------	------------	------------	--------	-----	----	---

Réalisateur : David Muñoz

Outil : iPhone 4 et Sony Ericsson Xperia

18. **Captain Justice**

Synopsis : Le Capitaine Justice est triste.

Prix : 1^{er} Prix International Mobil Film Festival IMFF (États-Unis) – 2014

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=9J1uAkJelkk>

Espagnol	Couleur	3min05	Comédie	Films et animations	03/05/2014	20/03/2015	356	4	0	o
----------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

19. **Carton d'invitation** *Réalisateur* : Fabienne Galula
Casting : Fabrice Feltzinger, Fabienne Galula, Danielle Carton
Outil : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié
Synopsis : Une femme retrouve dans la rue son ancien patron et ne s'attendait pas à faire une telle découverte.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=kVafhfMbbPs>

Français	Couleur	1min	Fiction	Films et animations	14/01/2015	20/06/2015	14 192	80	4	n
----------	---------	------	---------	---------------------	------------	------------	--------	----	---	---

20. **Catrina's Afternoon** *Réalisateur* : Bruno Peláez
Outil : Nokia N8
Synopsis : Catrina se promène l'après-midi au centre-ville de Barcelone.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=gQ6ZJzxmmEA>

Espagnol	Couleur	2min41	Expérimental	Films et animations	07/02/2011	26/02/2015	386	22	3	n
----------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	-----	----	---	---

21. **Clear Water** *Réalisateur* : Peter Valdocz
Outil : Nokia N8
Synopsis : Vous pouvez rendre l'eau propre avec un simple effet dans le monde virtuel, mais pas dans la vie réelle.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=GTN11PmBtss>

Hongrois	Couleur	1min07	Expérimental	Films et animations	05/05/2014	22/03/2015	33	0	0	n
----------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

<p><i>Réalisateur : Zachary Friedman</i></p> <p>22. Closed Circuit <i>Outil : iPhone 5 et iPhone 5S</i></p> <p><i>Synopsis : Zack est coincé dans un circuit en boucle et cherche désespérément à s'échapper.</i></p> <p><i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=z8VHOx0ePZY#t=13</i></p>										
Américain / Canadien	Couleur	7min23	Fiction	Films et animations	11/01/2015	29/03/2015	128	3	0	n
<p><i>Réalisateur et compositeur : Andrew B. White</i></p> <p>23. Cloud Time Lapse <i>Outil : iPhone 4S</i></p> <p><i>Synopsis : Images de nuages.</i></p> <p><i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=oCclSuK34vI</i></p>										
Néo-Zélandais	Couleur	4min48	Expérimental	Films et animations	10/01/2013	22/03/2015	346	3	1	n
<p><i>Réalisateur : Yu Yoneya</i></p> <p>24. Contact Juggling <i>Casting : Okotanpe</i></p> <p><i>Outil : Nokia N8</i></p> <p><i>Synopsis : Une balle de jonglage et un Nokia N8.</i></p> <p><i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=SQkTJwbcnAI&feature=player_embedded</i></p>										
Slovène	Couleur	6min29	Docum.	Divertissement	03/02/2011	26/02/2015	4 413	43	2	n

25.	Crazy Snow	<i>Réalisateur</i> : Ninja Moped* <i>Casting</i> : Ninja Moped <i>Outil</i> : Nokia N8 <i>Synopsis</i> : Ninja Moped saute dans la neige. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=NTtuvrTHPmY								
Américain*	Couleur	2min36	Musical	Musique	17/12/2010	25/02/2015	8 195	140	0	n
26.	Cursed	<i>Réalisateur et producteur</i> : Panji Hadinugraha <i>Compositeur</i> : VideoCopilot, Konami, Capcom <i>Casting</i> : Astri , Elmo, Gary Kong, Aurel, Tyo <i>Outil</i> : iPhone 4S <i>Synopsis</i> : Quand une mauvaise journée tourne au pire... <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=SG6jI83qibo								
Indonésien	Couleur	12min31	Thriller	Films et animations	27/01/2012	13/03/2015	21 935	55	17	n
27.	DaNang Trip	<i>Réalisateur</i> : Ali Phuoc Doàn <i>Outil</i> : iPhone 6 <i>Synopsis</i> : Film sur une ville vietnamienne, DaNang. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=7YFJ8C_C6kE								

Vietnamien	Couleur	2min09	Docum. / Touristique	People et blogs	06/02/2015	24/03/2015	556	77	0	n
------------	---------	--------	-------------------------	-----------------	------------	------------	-----	----	---	---

28. **Daniel**
Réalisateur et monteur : Aurora Feamley
Producteur : Loran Dunn
Scénariste : Susan E. Clarke
Compositeur : Simon James Cookson
Casting : Will Rastall, Andrew Squires, James Rastall
Outil : Nokia N8
Synopsis : Daniel suit l'histoire d'un garçon ayant un don de clairvoyance en 1940.
Prix : Prix au 65th Edinburgh International Film Festival (Écosse) – 2011
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=qLLpGbPtXlo&index=8&list=WL>

Britannique	Couleur	08min12	Guerre	Divertissement	12/05/2012	11/03/2015	2 305	9	0	o
-------------	---------	---------	--------	----------------	------------	------------	-------	---	---	---

29. **Den de un Puma**
Réalisateur, producteur et scénariste : Gerren Hall
Directeur de la photographie : Janna Reznik
Casting : Gerren Hall, Robin Sartori, Eddie Lain
Outil : Android HTC one et LG-VS870
Synopsis : Une femme découvre qu'elle est enceinte.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=FsLs04pcwqc>

Américain	Couleur	4min59	Drame / Comédie	Films et animations	05/05/2014	02/03/2015	56	0	0	n
-----------	---------	--------	--------------------	------------------------	------------	------------	----	---	---	---

30. **Dot**

Réalisateur : Sumo Science (Ed Patterson et Will Studd)
Producteur : Heather Wright
Compagnie de production : Aardman Animations, Wieden & Kennedy, Nokia
Compositeur : Ilan Eshkeri

Outil : Nokia N8 (caméra de 12 mégapixels) muni d'un objectif Carl Zeiss et un appareil *Cellscope*

Technique : Image par image (stop-motion).

Synopsis : L'héroïne principale est une petite fille de 9mm qui s'appelle Dot et qui se bat dans un monde microscopique.

Prix : médaille d'or de la meilleure animation au *British Arrows Craft Awards* (Angleterre) et prix *Young Director Award* à Cannes (France) en 2011.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=CD7eagLl5c4>

Américain	Couleur	1min37	Animation	Science et technologie	31/08/2010	23/02/2015	3 401 937	18 323	284	o
-----------	---------	--------	-----------	------------------------	------------	------------	-----------	--------	-----	---

31. **Emotion**

Réalisateur : Kerzlaky Kersiake
Compositeur : Tony Anderson

Outil : iPhone 6

Synopsis : Chepstow est une très belle forêt.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=rx8Y9UmR5-g&list=WL&index=36>

Britannique	Couleur	1min11	Expérimental	People et blogs	07/12/2014	24/03/2015	3 277	26	1	n
-------------	---------	--------	--------------	-----------------	------------	------------	-------	----	---	---

<p><i>Réalisateur</i> : Dukagjin Borova <i>Compositeur</i> : Faton Pollozhani</p>										
32.	Everything is Money	<p><i>Outil</i> : iPhone 4 <i>Synopsis</i> : Animation sur les meilleurs jeux classiques des années 80 et 90 comme Pinball, Tetris, Snake et Mario. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=UOkYrcDFNyM</p>								
Macédonien	Couleur	1min55	Animation	Films et animations	02/05/2012	23/03/2015	1 722	6	0	n

<p><i>Réalisateur et monteur</i> : Terry « UniGeezer » Peterson et Over 50, & not « 2 » tired <i>Casting</i> : Terry « UniGeezer » Peterson</p>										
33.	Extreme Unicycling	<p><i>Outil</i> : Nokia N8 <i>Synopsis</i> : Cette vidéo montre les capacités des pratiquants de monocycle et de VTT. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=C1i_W2EgJ74</p>								
Américain	Couleur	2min50	Docum.	Sport	07/12/2010	25/05/2015	5 230	27	0	n

<p><i>Réalisateur, scénariste et producteur</i> : Yaya Jata Fanusie</p>										
34.	Eyes Starting	<p><i>Outil</i> : iPhone 4 <i>Synopsis</i> : Des gens chantent dans un parc. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=7GevF606h70</p>								
Américain	Couleur	2min57	Musical	Films et animations	02/05/2012	23/03/2015	150	1	0	n

-
35. **Fear Thy Not**
Réalisateur, scénariste, photo, son et monteur : Sophie Sherman
Casting : Sophie Sherman
Outil : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié
Synopsis : Au son d'une comptine angoissante, une jeune fille s'approche d'un étrange tunnel.
Prix : 1^{er} Prix du jury au *Festival Pocket Film* (France) – 2009
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=baS3IKmcZkc>

Français	Couleur	2min10	Expérimental	Films et animations	11/05/2010	30/03/2015	1 609	2	1	o
----------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	-------	---	---	---

36. **Fécamp, Normandie**
Réalisateur et compositeur : Julien Magnan
Outil : iPhone 4
Synopsis : La rencontre d'une petite fille avec le passé.
Prix : 3^e Prix Mobile Film Festival (France) – 2012
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=19yCM5PabdY>

Libanais	Couleur	3min	Fantastique	Films et animations	02/05/2012	23/03/2015	375	3	0	o
----------	---------	------	-------------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

37. **Fireballs en Champagne**
Réalisateur : Léo Ginailhac
Compositeur : La Fanfare Médecine de Reims « Les Boules de Feu »
Outil : iPhone 6 Plus
Synopsis : L'esprit de la fanfare dans les caves du vignoble champenois.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=o3Iuq90s9u0&index=19&list=WL>
-

Français	Couleur	4min42	Clip musical	Musique	28/10/2014	17/03/2015	231 239	1 511	52	n
----------	---------	--------	--------------	---------	------------	------------	---------	-------	----	---

38. **Flakjakt « Cascades »**

Réalisateur, directeur de la photographie et monteur : Marty Martin
Musician : Flakjakt (Steve Failows)
Danseur : Robin Campbell
Producteur : Sam Toloui et Kelli Taylor
Musique : Cascades
Outil : iPhone 4

Synopsis : Non seulement le clip a été monté en seulement trois jours, mais il montre vraiment de quoi l'iPhone 4 est capable en matière de vidéo.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=HymoNGR3G5w>

Américain	Couleur	3min07	Clip musical	Divertissement	30/06/2010	02/03/2015	405 246	1 336	74	n
-----------	---------	--------	--------------	----------------	------------	------------	---------	-------	----	---

39. **Flip Champagne**

Réalisateur : Léo Ginailhac
Compositeur : Vance Joy
Casting : Rider : Tom Barrer
Outil : iPhone 5S

Synopsis : C'est un court qui navigue dans le centre de Reims ainsi que dans les vignes aux alentours de la ville avec le rider.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=faK2xh8CkbQ>

Français	Couleur	1min48	Docum. / Sport	Sport	26/09/2013	17/03/2015	76 625	605	9	n
----------	---------	--------	----------------	-------	------------	------------	--------	-----	---	---

<p><i>Réalisateur et monteur : Luis E. Juarez</i> <i>Producteur : Mark Mohr</i></p>										
40.	Fly Away	<p><i>Outil : iPhone 5S</i> <i>Synopsis : Tourné à Hawaï, été 2014.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=5rZrdnfcrg&list=WL&index=24</i></p>								
Guatémaltèque	Couleur	5min07	Musical	Musique	25/08/2014	19/03/2015	75 844	730	5	n
<p><i>Réalisateur et scénariste : Sparkhouse Strategic Brand Films</i></p>										
41.	Fly Jet Sport	<p><i>Outil : iPhone 5</i> <i>Synopsis : Mmatériel publicitaire sur le Fly Jet Sport.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=yR2N8e8OeSo&feature=youtu be</i></p>								
Américain	Couleur	0min45	Publicitaire	Divertissement	07/10/2012	17/03/2015	193 522	91	4	n
<p><i>Réalisateur, caméraman et monteur : Jeff Turboff</i></p>										
42.	Fools Parade	<p><i>Outil : iPhone 4S</i> <i>Synopsis : Vidéo officielle de la musique « Fools Parade » par Trumpeter Swan.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=J_ztRihCmuQ</i></p>								
Américain	Couleur	3min29	Musical	Musique	08/05/2012	22/03/2015	16 451	48	4	n

43. **Framed**

Réalisateur : Maël Sevestre
Photographie : Thomas Buthod
Compositeur : Jonathan Helme
Casting : Franck Descombes

Outil : iPhone 4S

Synopsis : Un photographe se promène dans les bois pour prendre quelques photos, quand quelque chose d'inattendu arrive.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=ni1RL5vTJPM>

Français	Couleur	3min18	Romance	Films et animations	03/11/2011	10/03/2015	57 649	656	5	n
----------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	--------	-----	---	---

44. **Frank the Crank**

Réalisateur : Treb Monteras II
Casting : Frank da Crank
Monteur : Thenielle Monteras

Outil : Nokia N8

Synopsis : Une belle vidéo de danse urbaine.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=i9cOSMK9w0s>

Philippin	Couleur	1min32	Clip musical	Divertissement	18/10/2010	02/03/2015	2 952	13	2	n
-----------	---------	--------	--------------	----------------	------------	------------	-------	----	---	---

45. **Freedom Through Movement**

Réalisateur et monteur : Adam Brashaw

Caméra : Sam Parham

Compositeur : Greg Haines

Casting : Adam Brashaw

Outil : iPhone 5S

Synopsis : Images de free running.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=9Mr8oYKJpNc>

Britannique	Couleur	3min08	Sport	Divertissement	01/10/2013	12/03/2015	60 281	1 000	44	n
-------------	---------	--------	-------	----------------	------------	------------	--------	-------	----	---

46. **Golden harvest**

Réalisateur : The Film artist

Outil : iPhone 4 et caméra Panasonic GH1

Synopsis : Le travail des tracteurs lors de la récolte.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=VySou5r3vFw>

non identifié	Couleur	6min04	Docum.	Films et animations	18/11/2010	21/02//2015	111 310	337	0	n
---------------	---------	--------	--------	---------------------	------------	-------------	---------	-----	---	---

47. **Goldilocks**
 [Épisode 1 « Meet Locks », épisode 2 « Hide & Seek », épisode 3 « A Little Trip », épisode 4 « A Secret Message », épisode 5 « The Supermom Diaries », épisode 6 « Back to work », épisode 7 « Strike A Deal », épisode 8 « An Old Friend »]
- Réalisateurs, scénaristes et producteur exécutifs* : Anna Elisabeth James et Michael Koerbel
Producteur : Christopher Sachs, Joe Della Rosa
Monteur : Allan Holzman
Directeur de la photographie : Michael Koerbel
Casting : Emiliano Cipriani , Travis Goodman, Cameron Jappe, Johnny Lechner , Jolene Kay, David Landry , Theodore M Martinez, Chris Ridino, Christopher Sachs
Outil : iPhone 4 et iPod Touch
Synopsis : Jasmine est une agente secrète de haut niveau qui est obligée de revenir dans l'action. Maintenant, elle doit faire un dernier choix.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=Bx3xJar-EoA>

Américain	Couleur	1. 3min04	Thriller / action	Films et animations	14/10/2010	17/03/2015	17 427	59	3
		2. 3min16			13/03/2011		1 454	4	0
		3. 3min29			13/03/2011		1 065	6	0
		4. 3min16			13/03/2011		1 173	3	0
		5. 2min47			13/03/2011		924	3	0
		6. 2min48			14/03/2011		1 384	8	0
		7. 2min26			14/03/2011		810	2	0
		8. 3min31			15/03/2011		1 117	3	0

48. **Gorgeous**
- Réalisateur* : Gal Muggia
Monteur : Amir Winkler
Producteur : Roni Tal
Compositeur : Terry Poison
Outil : iPhone 4, iPhone 4S et iPhone 5 (32 iPhones and 11 PC Caméras ont été utilisés)
Synopsis : La vidéo suit la nuit dans la vie de la bande Terry Poison, des moments de gloire sur scène à la réalité de la vie réelle
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=i2uvnBOnrR0>

Israélien	Couleur	3min10	Clip musical	Musique	14/06/2013	24/03/2015	110 374	949	6	n
-----------	---------	--------	--------------	---------	------------	------------	---------	-----	---	---

49. **Gulp**
- Réalisateurs* : Sumo Science (Ed Patterson et Will Studd)
Compagnie de production : Aardman Animations, Wieden & Kennedy et Nokia
Compositeur : Dominic Lewis
- Outil* : Nokia N8 (caméra 12 mégapixels) muni d'un objectif Carl Zeiss
Technique : Image par image (stop-motion)
Synopsis : Un pêcheur vaque à ses occupations quotidiennes.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=ieN2vhsITTU>

Américain	Couleur	1min45	Animation	Films et animations	02/08/2011	24/02/2015	2 344 818	13 657	172	n
-----------	---------	--------	-----------	---------------------	------------	------------	-----------	--------	-----	---

50. **Hidden Charms (Tatler)-**
- Réalisateurs* : Guillaume Delorme et Chantelle Dossier
Outil : iPhone 4 et iPhone 4S
Synopsis : Très belles images.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=jFWy5-dqvQU>

Britannique	Couleur	2min21	Clip musical	Films et animations	10/10/2014	29/03/2015	87	0	0	n
-------------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

51. **Himalayan Tsunami**

Réalisateur : Shiva Prasad
Monteur : Mani M
Compositeur : Christopher Bezold
Outil : Samsung Galaxy Note 2 GT-N7100
Synopsis : C'est un film réaliste sur le tsunami dans l'Himalaya.
Prix : 2^e Prix jury à l'*International Mobil Film Festival – IMFF* (États-Unis) 2014
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=8GhUuIktzwE>

Indien	Couleur	5min	Expérimental / docum.	Films et animations	03/05/2014	20/03/2015	238	1	0	o
--------	---------	------	-----------------------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

52. **I can show you**

Réalisateur : Matjaz Klemencic
Voix off : Janez Zega
Tournage : Regina
Musique : Danijel
Producteur : Ales and friends
Casting : Primoz, Marko
Outil : Nokia N8
Synopsis : Le monde du deltaplane.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=KOe7WDT6sfc>

Slovène	Couleur	2min39	Docum.	Sport	26/01/2011	26/02/2015	41 804	241	4	o
---------	---------	--------	--------	-------	------------	------------	--------	-----	---	---

53. **I Remembered**
Réalisateur : Erez Sitzer
Compositeur : Max Richter et Tom Day
Outil : iPhone 5 et iPhone 5S
Synopsis : Je me suis souvenu... oublier l'amour, et avoir l'univers comme guide pour vous y faire revenir.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=mY8wNvgxqwo>

Japonais	Couleur	16min18	Romance	Films et animations	19/01/2015	29/03/2015	69	1	0	n
----------	---------	---------	---------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

54. **In May everybody has popcorn for dinner in my city**
Réalisateur : WebTV Bragança
Compositeur : Velhote, Quique Brown et Sérgio
Monteur : André Castilho
Casting : Musiciens : Velhote, Quique Brown et Sérgio, Amanda Baratella, Vitória Ramalho Rinckel, Mariana Carvalho, Gabriel Ivo, Gabriel Spatin, Sofia Camargo Rocha, Alice Camargo Rocha, João Antonio de Freitas Duarte
Outil : Nokia N8
Synopsis : C'est un clip musical.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=d3MTRCewJTw>

Brésilien	Couleur	1min26	Musical / comique	Musique	03/02/2011	02/03/2015	411	2	0	n
-----------	---------	--------	-------------------	---------	------------	------------	-----	---	---	---

<p>55. Incident</p> <p><i>Réalisateur</i> : Michael Szpakowski</p> <p><i>Outil</i> : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié</p> <p><i>Synopsis</i> : Un travelling nous fait partager l'apparition de la violence dans un quartier résidentiel paisible. L'étrangeté d'un instant suspendu, saisi avec finesse.</p> <p><i>Prix</i> : 1^{er} Prix du jury au <i>Festival Pocket Film</i> (France) – 2009</p> <p><i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=XaWePhoJZcs</p>										
Britannique	N&B	1min39	Docum.	Science et technologie	14/05/2010	30/03/2015	112	2	0	o
<p>56. Kansas City Snow Storm</p> <p><i>Réalisateur</i> : Hey Cameraman</p> <p><i>Outil</i> : iPhone 5S</p> <p><i>Synopsis</i> : La première grosse tempête de neige de l'année 2014 au Kansas.</p> <p><i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=_Kh-W1NcYnQ&list=WL&index=28</p>										
Américain	Couleur	1min42	Docum.	People et blogs	04/02/2014	20/03/2015	19 853	463	3	n
<p>57. Labyrinth</p> <p><i>Réalisateur et monteur</i> : @BrianTru</p> <p><i>Scénariste et performance</i> : @KissiBBaby</p> <p><i>Producteur</i> : Evil Needle</p> <p><i>Outil</i> : iPhone 6 et Galaxy Note 3</p> <p><i>Synopsis</i> : Clip musical officiel de la musique Labyrinth.</p> <p><i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=GceWXwwiNak&list=WL&index=38</p>										

Américain	Couleur	3min58	Clip musical	Musique	01/10/2014	24/03/2015	235	16	0	n
58.	Lascaux Proxy « Diameter »	<i>Réalisateur, monteur et caméraman</i> : Andrew B. White <i>Chorégraphe</i> : Lascaux Proxy <i>Casting</i> : Lascaux Proxy <i>Outil</i> : iPhone 4S <i>Synopsis</i> : C'est un projet de collaboration entre l'artiste de la performance canadienne Lascaux Proxy et moi-même <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=hxxonLYDLFw								
Canadien	Couleur	2min41	Musique / Expérimental	Films et animations	05/05/2014	22/03/2015	58	0	01	n
59.	Les ongles	<i>Réalisateur, monteur et scénariste</i> : Clément Deneux <i>Casting</i> : Julien Joerger, Antoine Schoumsky <i>Outil</i> : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié <i>Synopsis</i> : Quand les amis d'Antoine l'empêchent de se ronger les ongles, ils n'imaginent pas que la fête tournera au cauchemar. <i>Prix</i> : 3 ^e Prix du jury au <i>Festival Pocket Film</i> (France) – 2009 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=ehclaVhMiEc								
Français	Couleur	7min50	Fiction	Films et animations	11/06/2009	30/03/2015	173	0	0	o

60.	Life Made With Pixels	<i>Réalisateur</i> : Amila C. Kumarasinghe <i>Outil</i> : iPhone 6 Plus <i>Synopsis</i> : Découvrir les capacités de ralenti sur le dispositif 'iPhone dans la vie réelle <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=2_7fiWNGp9k								
Sri-Lankaise	Couleur	4min47	Docum.	Divertissement	02/11/2014	27/03/2015	7 124	40	0	n
61.	Limbo	<i>Réalisateur</i> : Vinod Bharathan <i>Casting</i> : Kat Herlo <i>Outil</i> : iPhone 4 <i>Synopsis</i> : Une femme a un cauchemar. <i>Prix</i> : Prix du jury à l' <i>iPhone Film Festival</i> (États-Unis) – 2011 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=L5v4Gu5xtNs								
Danois / Indien	Couleur	5min35	Thriller	Films et animations	15/12/2014	13/03/2015	8 305	40	9	o
62.	Lisbon Live	<i>Réalisateur</i> : Maxim Mussel <i>Outil</i> : iPhone 4S <i>Synopsis</i> : Un jour Un voyage. Film inspiré par le film « Lisbon Story » de Wim Wenders. <i>Prix</i> : 3 ^e Prix dans l' <i>International Mobil Film Festival MFF</i> (États-Unis) – 2014 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=-WuJXo9FgPQ								

Russe	Couleur	5min	Docum.	Films et animations	03/05/2014	20/03/2015	119	0	0	o
-------	---------	------	--------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

63. **London**
Réalisateur : Daniel Hatton
Compositeur : Benoit Pioulard
Outil : iPhone 6
Synopsis : De très jolies images de Londres.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=mwkMv-wSB9A&index=35&list=WL>

Britannique	Couleur	1min44	Docum.	People et blogs	17/10/2014	23/03/2015	4 940	26	2	n
-------------	---------	--------	--------	-----------------	------------	------------	-------	----	---	---

64. **London School of Capoeira**
Réalisateur et Compositeur : London School of Capoeira Herança
Casting : Maître Marcos, Maîtrise Silvia
Outil : Nokia N8
Synopsis : Le monde de la capoeira.
Source : https://www.youtube.com/watch?v=q_XjgSC6ST4

Britannique / Brésilien	Couleur	2min01	Docum. / Publicitaire	Sport	26/01/2011	26/02/2015	2 898	5	0	n
-------------------------	---------	--------	-----------------------	-------	------------	------------	-------	---	---	---

-
65. **Magic Bullet**
- Réalisateur, scénariste, producteur et monteur* : Errol Schwartz
Coproducteur : Humphrey Bande
Directeur de la photographie : Tim Christokat
Compositeur : Celeste Monteith
Casting : Errol Schwartz, Odelle de Wet, Sean Cameron Michael, Sandra Jorge, Mehboob Bawa, Jaime Whitesman, Wendy Gumede, Hilary de Villiers, Alex An-Los
- Outil* : iPhone 5
- Synopsis* : Prêts à tout pour joindre les deux bouts, et regagner sa fiancée séropositive, un homme est engagé à détruire un remède qui pourrait sauver sa relation.
- Prix* : Prix du meilleur film à l'*iPhone Film Festival* (États-Unis) – 2014
- Source* : <https://www.youtube.com/watch?v=yQswdzbMP14&feature=youtu.be>

Sud-africain	Couleur	14min34	Fiction	Films et animations	10/01/2014	24/03/2015	5 598	29	0	o
--------------	---------	---------	---------	---------------------	------------	------------	-------	----	---	---

66. **Marvin Jackson Show**
- Réalisateur* : Stefan Saldivia
- Outil* : iPhone 4
- Synopsis* : C'est un documentaire sur un artiste de rue.
- Prix* : Prix du meilleur film à l'*iPhone Filme Festival* (États-Unis)– 2010
- Source* : <https://www.youtube.com/watch?v=TkbBH3DNF08>

Franco-chilien	Couleur	7min01	Docum.	Films et animations	02/05/2011	13/03/2015	8 989	44	1	o
----------------	---------	--------	--------	---------------------	------------	------------	-------	----	---	---

67. **Memory 22**
Réalisateur : Bill Newsinger
Outil : iPhone 4S
Synopsis : Différents images avec Stop Motion
Prix : 3^e Prix à l'International Mobil Film Festival IMFF (États-Unis) – 2013
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=zalb6ca2MuY>

Britannique	Couleur	2min50	Expérimental	Films et animations	10/05/2013	22/03/2015	55	0	0	o
-------------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

68. **Mon quart d'heure**
Réalisateur : Yohann Delozier
Casting : Driss Errmili
Outil : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié
Synopsis : Amour, gloire, beauté et mort. Un destin hors du commun.
Prix : Prix coup de cœur du jury. Concours SFR Jeunes Talents dans le Festival Pocket Films (France) – 2009
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=19P5JViqfNc>

Français	Couleur	1min	Fiction	Films et animations	04/06/2009	30/03/2015	306	0	0	o
----------	---------	------	---------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

69. **Money Bag**
Réalisateur, producteur, scénariste et monteur : Sun ung Kim
Casting : Jin ung Bea, Na Han
Outil : iPhone 4
Synopsis : La dame avec un sac noir est assise sur le banc de prendre un bus dans le terminal vide
Prix : 3^e Prix à l'International Mobil Film Festival IMFF (États-Unis)
Source : https://www.youtube.com/watch?v=_AOLs2tePZg

Sud-Coréen	Couleur	11min55	Thriller / Comédie	Films et animations	16/07/2013	26/03/2015	73	0	0	o
------------	---------	---------	-----------------------	------------------------	------------	------------	----	---	---	---

70. **My Nokia Experience**
Réalisateur : Bastien Roger
Casting : Nicolas Rouye
Compositeur : Timothée Zephir & Olivier Topart
Outil : Nokia N8
Synopsis : Une belle vidéo urbaine acrobatique.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=cYy-0tJznpI>

Français	Couleur	1min35	Musical	Films et animations	18/01/2013	02/03/2015	227	1	0	n
----------	---------	--------	---------	------------------------	------------	------------	-----	---	---	---

71. **Myriad**

Réalisateur et scénariste : Alvaro Collar
Voice-off : Qinqin Wu
Outil : Nokia N 95
Synopsis : Tout est parti d'un cycle. Les lumières sont un masque pour le vide. Tout est mirage.
Prix : Prix du meilleur court-métrage au *Mobilfest Tenerife* (Espagne), 2011, et Prix du meilleur film au *XI Premios Urban TV* (Espagne) – 2013.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=hiXuQiRvWIk>

Américain / Chinois	Couleur	4min09	Docum.	Films et animations	05/05/2014	20/03/2015	65	0	0	o
---------------------	---------	--------	--------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

72. **N8Producers BMX**

Réalisateur et monteur : Lénaïc Maréchal
Casting : Gold, Jordan Berthet, Flo Saint Simon, Basile Duterte, Morgann Lahaie, Florian Haffner
Outil : Nokia N8 (720p à 25 images) et objectif Carl Zeiss
Compositeur : Garage Band
Synopsis : Cette vidéo montre les capacités des pratiquants du sport BMX (en anglais : Bicycle Motocross).
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=kUGFIWxwACM>

Français	Couleur	2min39	Docum.	Films et animations	22/12/2010	21/02/2015	41 425	52	0	n
----------	---------	--------	--------	---------------------	------------	------------	--------	----	---	---

<p><i>Réalisateur</i> : doitdiff</p> <p><i>Outil</i> : Nokia N8</p> <p><i>Synopsis</i> : Un voyage en Floride</p> <p><i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=7eVw7agnCrg</p>										
Slovène*	Couleur	7min20	Docum.	Voyages et événements	02/03/2011	26/02/2015	250	3	0	n

<p><i>Réalisateur, scénariste, monteur et producteur</i> : Chan-wook Park et Chan-kyong Park</p> <p><i>Casting</i> : Kwang-rok Oh, Jung-hyun Lee</p> <p><i>Compositeur</i> : Young-kyoo Jang</p> <p><i>Outil</i> : iPhone 4</p> <p><i>Synopsis</i> : Au fin fond de la forêt, à travers un épais brouillard, un homme marche, un panier de pêcheur à la main. Il arrive au bord d'une rivière. L'homme prépare tranquillement son matériel de pêche et lance ses hameçons. Quelques heures plus tard, la nuit tombe peu à peu sur les berges tranquilles. L'homme n'a pas attrapé grand-chose mais reste assis à attendre. C'est alors qu'une de ses cannes à pêche plie sous le poids d'une prise qui semble très lourde...</p> <p><i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=2tRlqPQ7dAw</p>										
Sud-Coréen	Couleur	33min18	Fantastique, drame, romance	Musique	27/06/2012	02/03/2015	41 594	568	8	n

<p><i>Réalisateur</i> : Theo Cecil DeCelles <i>Outil</i> : iPhone 6</p> <p>75. October Tears (Dies Irae) <i>Synopsis</i> : Le médiéval des années 1920 et l'expressionnisme allemand des années 1980 rencontrent la musique New Wave et la technologie du 21^e siècle. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=zTqurH65BZQ</p>										
Américain	Couleur	4min42	Clip musical	Musique	28/01/2015	29/03/2015	6	0	0	n

<p><i>Réalisateur</i> : Daniscool99 <i>Casting</i> : Danny Fong <i>Outil</i> : Nokia N8</p> <p>76. One man a cappella <i>Synopsis</i> : Daniscool99 nous donne sa propre version du classique de 1938 « I'll be seeing you ». <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=Wjgp90GPeUY</p>										
Américain*	Couleur	2min37	Musical	Musique	28/12/2010	26/02/2015	16 512	264	14	n

<p><i>Réalisateur</i> : Ryan Connelly <i>Outil</i> : iPhone 4S</p> <p>77. Operation <i>Synopsis</i> : Un jeu entre deux hommes et un revolver. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=Ptz_ybNRavg&list=WL&index=39</p>										
Américain	Couleur	2min26	Action	Films et animations	04/04/2012	24/03/2015	245 617	3 302	66	n

<p>78. Paris</p> <p><i>Réalisateur : Andras Horvath</i> <i>Outil : iPhone 4</i> <i>Synopsis : Des images des sites touristiques de la ville de Paris.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=NqUMb-fl_kk&list=WL&index=2</i></p>										
Hongrois	Couleur	4min01	Docum.	Voyages et événements	27/06/2010	11/03/2015	116 957	300	9	n
<p>79. Parle-lui</p> <p><i>Réalisateur, monteur et scénariste : Jan Rouiller</i> <i>Casting : Mickaël Sabah</i> <i>Outil : iPhone 4</i> <i>Synopsis : Il voit tout et il entend tout, mais ne dit rien.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=EgIDEon6Zpo</i></p>										
Français	Couleur	1min12	Drame / Comédie	Films et animations	05/05/2014	22/03/2015	45	0	0	n
<p>80. Perpetoom</p> <p><i>Réalisateur, producteur et monteur : Jose Marquez</i> <i>Scénariste : Jose Marquez, Josymar Arteaga, Luis Pineda, Melissa Urdeneta</i> <i>Outil : Smartphone Samsung Galaxy S</i> <i>Synopsis : Un jouet est malade et fatigué de sa routine. Lorsque les lumières s'éteignent, il s'anime et tente d'échapper à son mouvement perpétuel.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=MzIDRGS60Pc</i></p>										

Vénézuélien	Couleur	5min	Animation	Films et animations	03/05/2014	20/03/2015	76	1	0	n
-------------	---------	------	-----------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

81. **Rain**
Réalisateur : Jason Ruscio
Compositeur : Harold Budd
Outil : iPhone 4S
Synopsis : Belles images de la ville de Los Angeles.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=ekJvMEBAVQw>

Américain	Couleur	2min45	Expérimental	Films et animations	14/03/2013	13/03/2015	3 228	26	0	n
-----------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	-------	----	---	---

82. **Rainy Girl**
Réalisateur et scénariste : Jérôme Genevray
Casting : Cybelle Villemagne, Franck Victor
Outil : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié
Synopsis : Se réveiller de bonne humeur et, pourtant, recevoir la pluie sur la tête. Une fable acidulée.
Prix : Lauréat SFR Jeunes Talents dans le *Festival Pocket Films* (France) – 2009.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=6nQtj0zNicA>

Français	Couleur	2min26	Fiction	Films et animations	07/07/2008	30/03/2015	78 711	281	125	o
----------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	--------	-----	-----	---

83. **Romance in NYC**¹⁰⁵⁰
(Trailer 2014)

Réalisateur : Tristan Pope
Casting : Rachael Mcowen

Outil : iPhone 6

Synopsis : Un regard intime et franc sur l'amour quotidien, avec New York comme décor.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=T9utEs6Ki4Q&index=29&list=WL>

Américain	Couleur	2min20	Bande- annonce	Divertissement	30/12/2014	20/03/2015	12 288	74	2	n
-----------	---------	--------	-------------------	----------------	------------	------------	--------	----	---	---

84. **Sandboard Lancelin
Wet and Dry**

Réalisateur : Paul Green

Cadreur : Allan Schintu

Casting : Paul Green, Mami Sekine, Troy Templeman, Luke Sheehan, Rob Towell, John Fogarty

Monteur : Christopher J. Green

Outil : Nokia N8

Synopsis : Le monde du sandboard.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=G7RS61R3HnA>

Australien	Couleur	3min	Docum.	Divertissement	05/02/2011	26/02/2015	2 814	7	0	n
------------	---------	------	--------	----------------	------------	------------	-------	---	---	---

¹⁰⁵⁰ On peut maintenant voir le film *Romance in NYC* (17min44, 2014) sur la plate-forme *YouTube* [en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=4cgQuj8AEAE&feature=youtu.be>]. Consulté le 18 février 2018.

85.	Shadows	<i>Réalisateur</i> : Amila C. Kumarasinghe <i>Outil</i> : iPhone 5 <i>Synopsis</i> : Belles images de la nature. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=KsBsPpGYRLc&list=WL&index=13								
Sri-Lankais	Couleur	1min20	Nature	Divertissement	20/01/2013	12/03/2015	36 104	236	11	n
86.	Sn (YO-YO) w Day	<i>Réalisateur</i> : YoyoSkills et Chris Allen <i>Casting</i> : Chris Allen <i>Outil</i> : Nokia N8 <i>Synopsis</i> : Un film sur le monde des experts en Yo-Yo. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=RiK0cVZLxJY								
Américain*	Couleur	2min05	Docum.	Vie pratique et style	15/12/2010	25/02/2015	4 640	15	0	n
87.	Snowday	<i>Réalisateur et monteur</i> : Tristan Pope <i>Compositeur</i> : Lana Del Rey <i>Casting</i> : Brittney Cavaco <i>Outil</i> : iPhone 6 <i>Synopsis</i> : Les mouvements de la danseuse, la force, le glamour et la neige mêlés. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=8rckJVG_iQw								

Américain	Couleur	2min54	Musical	Divertissement	02/03/2015	20/03/2015	75	7	0	n
-----------	---------	--------	---------	----------------	------------	------------	----	---	---	---

88. **Space Balloon**
Réalisateur : Luke Geissbuhler
Outil : GoPro et iPhone 4
Synopsis : Un père et son fils lancent un téléphone portable attaché à un ballon dans l'espace.
Prix : *Disposable Film Fest* (États-Unis) – 2011
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=y6ZMscMp8UM>

Américain	Couleur	6min58	Docum.	Science et technologie	03/10/2010	25/02/2015	485 492	4 062	28	o
-----------	---------	--------	--------	------------------------	------------	------------	---------	-------	----	---

89. **Splitscreen : A love Story**
Réalisateur : James W. Griffiths
Casting : Lola McDonnell, Scott Ellis
Producteur : Kurban Kassam
Directeur de la photographie : Christopher Moon
Monteur : Marianne Kuopanportti
Designer du son : Mauricio d'Orey
Compositeur : Lennert Busch
Outil : Nokia N8
Synopsis : Afin de mettre en scène la vie de deux personnes qui vivent dans des pays différents (Paris, New York et Londres) et finissent par se rencontrer
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=X-9tyIe-iEo>

Français / Américain / Britannique	Couleur	2min25	Expérimental	Films et animations	02/07/2011	26/02/2015	182 247	3 145	24	n
------------------------------------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	---------	-------	----	---

90.	Summer Wine / The Mazarines	<i>Réalisateur</i> : Renee Faia <i>Castings</i> : The Mazarines (Gregg Stewart et Renee Faia) <i>Outil</i> : iPhone 5 <i>Synopsis</i> : Très belles images. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=R1ZQ9wTxAII								
		Américain	N&B	3min33	Clip musical	Musique	22/08/2013	26/03/2015	4 016	18

91.	SYNC	<i>Réalisateur</i> : Alberto Corral <i>Castings</i> : Carolina Lorén, Marcos González, Monica Quintanilla, Pablo F. Eyre <i>Compositeur</i> : Penguin Cafe Orchestra <i>Outil</i> : iPhone 4 <i>Synopsis</i> : Même dans un monde à l'envers, l'amour trouve une voie. <i>Prix</i> : Meilleur film à l' <i>iPhone Film Festival</i> (États-Unis), meilleur directeur dans <i>Olleh International Smartphone Film Festival</i> (Corée du Sud), 2 ^e prix à l' <i>Oxford i-Festival</i> (Angleterre). <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=RqleIfkGiCA								
		Espagnol	Couleur	3min21	Romance	Films et animations	02/02/2012	10/03/2015	48 447	351

92.	Take a Chance	<p><i>Réalisateur</i> : Paul Crookston <i>Casting</i> : Lindsey Van Doren, Justin Dwyer <i>Outil</i> : iPhone 5 et iPhone 5S <i>Synopsis</i> : À quoi ça ressemble pour deux personnes de revenir sur leurs premières impressions, quand rien ne se passait comme prévu ? <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=-myXbW85Z90</p>								
Britannique	Couleur	4min50	Comédie	Humour	15/02/2015	27/03/2015	258	3	0	n
93.	Tarp Surfing	<p><i>Réalisateur</i> : Tarp Surf Team <i>Compositeur</i> : Kidkowski et Electrical Studio <i>Outil</i> : Nokia N8 <i>Synopsis</i> : Le monde du surf « urbain » le Tarp Surf. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=i1_35sHj3lY#t=11</p>								
Allemand	Couleur	3min	Docum.	Sport	04/02/2011	26/02/2015	1 894	7	1	n
94.	The Asking Room	<p><i>Réalisateur, scénariste, producteur et monteur</i> : Conrad Mess <i>Casting</i> : Mike Dawson Kovalsky, Paula Fierro, Ignacio Mora <i>Outil</i> : iPhone 4S <i>Synopsis</i> : Un homme est interrogé sur un double homicide. <i>Prix</i> : Prix à l'Indiefone™ Film Festival (États-Unis) – 2013 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=cfBZD0fjuG8</p>								

Espagnol	Couleur	5min08	Publicitaire	Films et animations	01/04/2013	09/03/2015	6 278	61	4	o
95.	The Burberry	<i>Réalisateur</i> : Burberry <i>Outil</i> : iPhone 5S <i>Synopsis</i> : Collection de <i>The Burberry</i> printemps/été 2014 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=akS3iFt9VvA&list=WL&index=25								
Britannique	Couleur	15min11	Docum.	Vie pratique et style	17/09/2013	19/03/2015	430 081	1 502	147	n
96.	The Burberry - Teaser	<i>Réalisateur</i> : Burberry <i>Outil</i> : iPhone 5S <i>Synopsis</i> : Teaser avec la collection de <i>The Burberry</i> printemps/été 2014 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=4iL5ceRxp4A&index=27&list=WL								
Britannique	Couleur	1min39	Publicitaire / Teaser	Vie pratique et style	12/09/2013	20/03/2015	473 404	1 094	308	n
97.	The Champion	<i>Réalisateur</i> : Rui Avelans Coelho <i>Casting</i> : Dário Manso <i>Outil</i> : Le modèle de téléphone portable n'a pas été spécifié. <i>Synopsis</i> : Être projeté dans les airs par un lanceur de marteau, une expérience pour le moins sensationnelle ! <i>Prix</i> : 1 ^{er} Prix du jury dans le <i>Festival Pocket Film</i> (France) – 2008 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=7FiZZzBGUHI								

Portugais	Couleur	1min	Docum.	Films et animations	30/06/2008	30/03/2015	1 687	3	1	o
-----------	---------	------	--------	---------------------	------------	------------	-------	---	---	---

98. **The Commuter**
Réalisateur et scénariste : McHenry Brothers (Edward McHenry et Rory McHenry)
Compositeur : Guy Michelmore
Producteur et producteur exécutif : Grant Cummings
Directeur de la photographie : Marcus Domleo
Monteur : Christopher Blunden A C E , Peter Hollywood
Casting : Pamela Anderson, Ed Westwick, Dev Patel, Charles Dance, Chase Armitage, Anya Lahiri, Tom So, Ria Carrol, Jeremy Broad, Dan Godward, Michael Wilson, Sam Parnham, Kayleigh Norton, Jonathan Wallis
Outil : HD mobile sur le Nokia N8
Synopsis : Un banlieusard et son chemin le premier jour de travail.
Source : https://www.youtube.com/watch?v=o9ME5_ZzeKI

Britannique	Couleur	7min30	Comédie	Divertissement	26/10/2010	24/02/2015	886 999	1 687	112	n
-------------	---------	--------	---------	----------------	------------	------------	---------	-------	-----	---

99. **The Dhal Burglar**
Réalisateur et scénariste : Eran Thomson
Producteur : Tikirahanadige Chamara Randika
Casting : Ulvishawage Nipuni Pavithra, Hewamanage Dayasena , Wickramaarage Prdeepika Sudarsani , Galapathi Chaminda, Arjuna
Compositeur : Maxi Jayaweera
Outil : iPhone 4S
Synopsis : Une jeune fille se fait prendre en train de voler des bols de dhal pour nourrir un éléphant du coin.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=1JKMPOUtcT0>

Sri Lankais / Australien	Couleur	3min	Comédie / Aventure	Films et animations	05/05/2014	22/03/2015	51	0	0	n
--------------------------	---------	------	--------------------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

100. **The Editor**
Réalisateur et scénariste : Chris Nong
Casting : Vitaliy Tumchenok, Ksenya Markevich, Mikhail Lisovsky, Alexandr Lisovsky, Alex muslik, Viacheslau Zhadan, Vadim Kheifets, Maxim Gerasimenko, Evgenii Nazevskiy, Nikita Kochnev
Outil : iPhone 4
Synopsis : C'est l'histoire d'un monteur de films.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=6B5yUT-oO4M>

Biélorusse	Couleur	8min21	Fiction / aventure	Films et animations	09/03/2011	09/03/2015	411	10	1	n
------------	---------	--------	-----------------------	------------------------	------------	------------	-----	----	---	---

101. **The Game**
Réalisateur : Venkantram Harish Belvadi
Compositeur : Chris Zabriskie
Casting : Manu S., Nadeem Ulla
Outil : iPhone 6 Plus
Synopsis : Deux mecs et un jeu, le basket-ball.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=pnhVY45TH6Y>

Indien	Couleur	2min25	Aventure	Films et animations	30/12/2014	23/03/2015	8 564	-	-	n
--------	---------	--------	----------	------------------------	------------	------------	-------	---	---	---

102.	The Girl with the Red Balloon	<i>Réalisateur</i> : Timothee Corteggiani et Nathalie Giraud <i>Outil</i> : iPhone 4S <i>Synopsis</i> : L'existence d'un individu se poursuit dans le souvenir des autres. Il est le dernier rempart contre le néant absolu, c'est pourquoi il faut le cultiver. <i>Prix</i> : 1 ^{er} prix à l' <i>International Mobil Film Festival IMFF</i> (États-Unis) 2013 <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3WHx6FF8u4A								
Français	Couleur	1min	Drame	Films et animations	10/05/2013	22/03/2015	99	2	0	o
103.	The Haunting at Danford Cabin	<i>Réalisateur, camera, monteur et scénariste</i> : Craig Anthony Perkins <i>Producteur</i> : Craig Anthony Perkins et Debora Jo Myers <i>Outil</i> : iPhone 4S <i>Synopsis</i> : Un bûcheron entend les cris et chuchotements de sa femme morte récemment. La recherche de la source l'amène à une confrontation inattendue et violente <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=bM0Nii0nXH8								
Américain	Couleur	3min21	Animation	Films et animations	04/03/2012	24/03/2015	741	15	0	n
104.	The Maker	<i>Réalisateur</i> : Gary Kennedy <i>Casting</i> : Isaiah Hickman <i>Compositeur</i> : Oskar Schuster <i>Outil</i> : Samsung Galaxy S3 <i>Synopsis</i> : Les déchets d'une personne sont le trésor au Le Créateur. <i>Source</i> : https://www.youtube.com/watch?v=E7epE7etrA								

Américain	N&B	1min24	Fiction	Films et animations	28/01/2013	22/03/2015	15 365	128	3	n
-----------	-----	--------	---------	---------------------	------------	------------	--------	-----	---	---

105. **The Other Side**
Réalisateur et producteur : Conrad Mess
Scénariste : Marina Gomez
Casting : Cristina Castaño, Pedro Pablo Isla, Jana de la Fuente, Yaiza Grajales, Le loup : Plata
Outil : iPhone 5
Synopsis : C'est un film fantastique de deux filles qui sont attaquées par leur mère vampire.
Prix : Grand prix à l'*iPhone Film Festival Los Angeles* (États-Unis) – 2014
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=t55WL56IKP4#t=15>

Espagnol	Couleur	17min15	Fiction / fantastique	Films et animations	31/12/2013	09/03/2015	33 465	254	13	o
----------	---------	---------	-----------------------	---------------------	------------	------------	--------	-----	----	---

106. **The Rider**
Réalisateur et scénariste : Josh Brooks
Producteur : Emily Brooks
Compositeur : Matt Chapek
Monteur : Emily Brooks et Josh Brooks
Casting : Amber Goulding, Issac Johnston, Jesse Johnston, Lyn Trip, Ryan Wickland
Outil : Nokia N8
Synopsis : Montana 1900, un cavalier solitaire arrive et entre dans une grange abandonnée. Rongé par la culpabilité, il prévoit de mettre fin à ses jours, mais a lieu une rencontre qui apporte l'espoir de la rédemption.
Prix : prix à l'*Edinburgh International Film Festival* (Écosse) 2011
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=2ivJNe-d0k8>

Britannique	Couleur	7min12	Action / western	Films et animations	16/10/2011	11/03/2015	2 957	254	17	o
-------------	---------	--------	------------------	---------------------	------------	------------	-------	-----	----	---

107. **The Rule**
Réalisateur et scénariste : Jessica Gorman
Casting : Caitlin Zimmer, Chey Jezreel, Sarah Vincent
Outil : iPhone 4
Synopsis : L'amitié peut nous aider à traverser n'importe quoi.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=s5F7wjDjWcg>

Américain	Couleur	3min	Comédie	Films et animations	02/05/2012	23/03/2015	251	1	0	n
-----------	---------	------	---------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

108. **The Russian Roulette**
Réalisateur, scénariste et monteur : Conrad Mess
Producteur : Adi Spektor
Producteur exécutive : Conrad Mess et Adi Spektor
Casting : Adi Spektor, Amato D'Apolito, James LaGrappe, Ashley Martin, Austin Scott
Outil : iPhone 4S
Synopsis : Si vous étiez sur le point de mourir... voudriez-vous jouer à cette folle roulette russe ?
Prix : 3^e prix à l'*iPhone Short Film*
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=W1S6MkqcOZk>

Espagnol	Couleur	22min18	Action	Films et animations	01/08/2012	09/03/2015	11 284	60	13	o
----------	---------	---------	--------	---------------------	------------	------------	--------	----	----	---

109. **The Time Fixer**

Réalisateur, scénariste et producteur : Conrad Mess
Casting : Paul May, Mike Dawson, Martin Rice, Destroyer Queen
Outil : iPhone 4
Synopsis : Film avec divers effets spéciaux.
Prix : 2^e prix à l' *International Mobil Film Festival IMFF* (États-Unis) 2012
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=w4FRujDeqFw>

Espagnol	Couleur	7min15	Fiction / aventure	Films et animations	10/08/2011	09/03/2015	83 387	771	41	o
----------	---------	--------	-----------------------	------------------------	------------	------------	--------	-----	----	---

110. **Time**

Réalisateur : Kerzlaky Kersiake
Outil : iPhone 6
Synopsis : Images de la vie urbaine et de la nature.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=qOvZx-IoHCY>

Britannique	Couleur	1min57	Expérimental	People et blogs	24/10/2014	24/03/2015	901	20	0	n
--------------------	----------------	---------------	---------------------	------------------------	-------------------	-------------------	------------	-----------	----------	----------

111. **Tiny Garden Life**

Réalisateur : topolino70 (Tommi Vainionpää)
Compositeur : Vivaldi
Outil : Nokia N8
Synopsis : Belles images de la nature
Source : https://www.youtube.com/watch?v=NnzTC_oQb68&index=11&list=WL

Finlandais	Couleur	3min10	Nature	Animaux	09/06/2011	12/03/2015	22 949	207	0	n
------------	---------	--------	--------	---------	------------	------------	--------	-----	---	---

112. **Trapped**
- Réalisateur et monteur* : Gregory W. Armstrong et Alise Anderson
Directeur de la photographie : Gregory W. Armstrong
Casting : Alise, Creatures
Outil : iPhone 4S
Synopsis : Alise vit en harmonie avec ses créatures faites à la main jusqu'au jour où elles décident de lui tendre un piège dans le placard.
Prix : 2^e prix à l' *International Mobil Film Festival IMFF* (États-Unis) 2013
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=eDCdySa0dCo>

Américain	Couleur	2min14	Comédie	Films et animations	10/05/2013	22/03/2015	15	0	0	o
-----------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

113. **Turbo 2088**
- Réalisateur* : Guillaume Ballandras et Aurélien Durand
Producteur : Dédale Paris & Pied la Biche
Casting : Julien Perrin
Outil : Le modelé de téléphone portable n'a pas été spécifié
Synopsis : Le chemin d'un homme pendant son sommeil.
Prix : 1^{er} prix du jury au *Festival Pocket Film* (France) – 2009
Source : https://www.youtube.com/watch?v=uE_pNuozBNw

Français	Couleur	2min48	Fiction	Films et animations	07/05/2010	30/03/2015	36	0	0	o
----------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

114. **Uneasy Lies the Mind** *Réalisateur* : Ricky Fosheim
Casting : Jonas Fisch, Dillon Tucker, J'aime Spezzano, Michelle Nunes
Outil : iPhone 5 et iPhone 5S
Synopsis : À propos d'un homme dont la santé mentale se détériore lentement lors de la retraite d'un couple dans son manoir isolé.
Source : https://www.youtube.com/watch?v=A_hApRM9WNc

Américain	Couleur	1min38	Band annonce	Films et animations	13/11/2013	26/03/2015	16 852	39	6	n
-----------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	--------	----	---	---

115. **Vengeance** *Réalisateur, scénariste, producteur et monteur* : Conrad Mess
Casting : Ignacio Mora, Paula Fierro, Mike Dawson Kovalsky, Dario Fuertes, Pablo Franco
Outil : iPhone 4S
Synopsis : La revanche va vous tuer.
Prix : meilleur film de fiction à l'*Original iPhone Film Festival* (New York, États-Unis) - 2015
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=roJGKDo9Tck>

Espagnol	Couleur	1min30	Publicitaire	Films et animations	20/01/2013	09/03/2015	9 501	57	2	o
----------	---------	--------	--------------	---------------------	------------	------------	-------	----	---	---

116. **Voyage Amoureux** *Réalisateur* : Julien Manaud
Outil : iPhone 4
Synopsis : un clip interstellaire , qui résume parfaitement un disco ayant la saveur du dream-pop français.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=Q9lwgn5mlIE>

Canadien	Couleur	3min25	Clip musical	Musique	15/10/2013	26/03/2015	16 239	121	0	n
117.	What happens when you strap a Nokia N8 to a rocket?			<i>Réalisateur : Matt Miller</i> <i>Outil : Nokia N8</i> <i>Synopsis : Le lancement d'une roquette dans l'espace avec un téléphone portable N8.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=_OxTuecXRvM</i>						
Britannique / Brésilien*	Couleur	2min58	Docum.	Science et technologie	16/01/2011	26/02/2015	3 656	22	3	n
118.	White film			<i>Réalisateur : Timo Ryhänen</i> <i>Outil : iPhone 4 et iPhone 4S</i> <i>Synopsis : Un homme décrit son voyage spirituel dans l'illumination.</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=HfMIQX0Sr9Y</i>						
Finlandais	Couleur	13min58	Horreur	Films et animations	06/11/2014	29/03/2015	41	1	0	n
119.	Why Should I Have to Choose			<i>Réalisateur, directeur de la photographie et monteur : Joi Moss</i> <i>Scénariste : Joi Moss et Bree T</i> <i>Casting : Bree T</i> <i>Outil : iPhone 4</i> <i>Synopsis : Un film montrant 'une fille se débattant entre l'utilisation d'un parler « noir » et d'un parler « blanc ».</i> <i>Source : https://www.youtube.com/watch?v=E5OjhHHbl7A</i>						

Américain	N&B	1min09	Expérimental	Films et animations	02/05/2012	23/03/2015	66	0	0	n
-----------	-----	--------	--------------	---------------------	------------	------------	----	---	---	---

120. **Wow Mom**
Réalisateur et directeur de la photographie : RoseAnn Patricia Sky (RoseAnne « Roro » Sky)
Monteur et compositeur : Charley Miller
Casting : Katia Sky, Quintin Sky, Laura Vaughn, RoseAnne « Roro » Sky
Outil : iPhone 4
Synopsis : Le quotidien d'une mère.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=FivC6KgzVGc>

Américain	Couleur	2min43	Comédie	Films et animations	02/05/2012	23/03/2015	212	1	0	n
-----------	---------	--------	---------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

121. **Yearlapse'10**
Réalisateur : Zsolt Haraszti
Outil : iPhone 4
Synopsis : Condenser un an en 365 secondes et vous obtenez Yearlapse.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=hTPq9pcTCOs>

Américain	Couleur	6min37	Expérimental	Voyages et événements	23/12/2010	24/03/2015	489	5	0	n
-----------	---------	--------	--------------	-----------------------	------------	------------	-----	---	---	---

122. **Yearlapse'11 – NYC to London**
Réalisateur : Zsolt Haraszti
Compositeur : DJ Vadim et Audio Trip
Monteur : Jesse Berger et Zsolt Haraszti
Synopsis : Une autre année en 365 secondes, cette fois en faisant le voyage de New York à Londres.
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=ISdIWLvWUIE>

Américain	Couleur	6min26	Expérimental	Voyages et événements	19/02/2012	24/03/2015	215	1	0	n
-----------	---------	--------	--------------	-----------------------	------------	------------	-----	---	---	---

123. **Your Picture With Me**
Réalisateurs : Jocelyne Rivière et Serge Rustin
Casting : Camille Couteau
Compositeur : Camille Couteau
Outil : Le modelé de téléphone portable n'a pas été spécifié
Synopsis : Un jeune homme, affublé d'un masque de Quasimodo, gagne sa vie en posant devant l'objectif des touristes, sur le parvis de Notre-Dame. Un portrait saisissant.
Prix : prix public au *Festival Pocket Film* (France) – 2009
Source : <https://www.youtube.com/watch?v=KDVAXRCInHM>

Français	Couleur	5min50	Docum.	Films et animations	15/02/2009	30/03/2015	307	1	0	o
----------	---------	--------	--------	---------------------	------------	------------	-----	---	---	---

124. **Zero G flight with #N8producers**
Réalisateur : Matjaz Klemencic
Outil : Nokia N8
Synopsis : Une expérience avec un grand groupe de personnes du projet N8Producers.
Source : https://www.youtube.com/watch?v=mDhwJzgfWzE&feature=player_embedded

Slovène	Couleur	6min29	Docum.	Divertissement	01/03/2011	26/02/2015	10 333	21	1	n
---------	---------	--------	--------	----------------	------------	------------	--------	----	---	---

* : information à confirmer.

**B. CLASSEMENT DES FILMS DE POCHE SUR LA
PLATEFORME YOUTUBE (2005-2015) (NOMBRE DE
VUES)**

N°	Vues YouTube	Titre	Outil	Mise en ligne
1.	3 401 937	Dot	Nokia N8	2010
2.	2 344 818	Gulp	Nokia N8	2011
3.	886 999	The Commuter	Nokia N8	2010
4.	485 492	Space Balloon	IPhone 4	2010
5.	473 404	The Burberry - Teaser	IPhone 5S	2013
6.	439 918	156 Turns	IPhone 4S	2010
7.	430 081	The Burberry	IPhone 5S	2013
8.	405 246	Flakjakt « Cascades »	IPhone 4	2010
9.	266 192	Apple of my eye	IPhone 4	2010
10.	245 617	Operation	IPhone 4S	2012
11.	231 239	Fireballs en Champagne	IPhone 6 Plus	2014
12.	193 522	Fly Jet Sport	IPhone 5	2012
13.	182 247	Splitscreen : A love Story	Nokia N8	2011
14.	117 434	A Summer Day	Nokia Lumia 1020	2013
15.	116 957	Paris	IPhone 4	2010
16.	111 310	Golden harvest	IPhone 4	2010
17.	110 374	Gorgeous	IPhone 4, IPhone 4S et IPhone 5	2013
18.	87 700	All up to you !	IPhone 5	2012
19.	83 387	The Time Fixer	IPhone 4	2011
20.	78 711	Rainy Girl	Téléphone mobile	2008
21.	76 625	Flip Champagne	IPhone 5S	2013
22.	75 844	Fly Away	IPhone 5S	2014
23.	60 281	Freedom Through Movement	IPhone 5S	2013
24.	57 649	Framed	IPhone 4S	2011
25.	48 447	SYNC	IPhone4	2012
26.	41 804	I can show you	Nokia N8	2011

N°	Vues YouTube	Titre	Outil	Mise en ligne
27.	41 594	Night fishing (Paranmanjang)	IPhone 4	2012
28.	41 425	N8Producers BMX	Nokia N8	2010
29.	36 104	Shadows	IPhone 5	2013
30.	33 465	The Other Side	IPhone 5	2013
31.	32 104	Budapest meets IPhone 6	IPhone 6 et IPhone 6 Plus	2014
32.	25 133	A Little Ride	IPhone 4	2011
33.	22 949	Tiny Garden Life	Nokia N8	2011
34.	21 935	Cursed	IPhone 4S	2012
35.	19 853	Kansas City Snow Storm	IPhone 5S	2014
36.	17 544	A Little More Drama	IPhone 5	2013
37.	16 852	Uneasy Lies the Mind	IPhone 5 et IPhone 5S	2013
38.	16 512	One man a cappella	Nokia N8	2010
39.	16 451	Fools Parade	IPhone 4S	2012
40.	16 239	Voyage Amoureux	IPhone 4	2013
41.	15 365	The Maker	Samsung Galaxy S3	2013
42.	14 192	Carton d'invitation	Téléphone mobile	2015
43.	12 288	Romance in NYC Trailer 2014 - Shot Entirely on the iPhone 6	IPhone 6	2014
44.	11 284	The Russian Roulette	IPhone 4S	2012
45.	10 333	Zero G flight with #N8producers	Nokia N8	2011
46.	9 790	Beyoncé – 7/11 Remake	IPhone 6	2014
47.	9 501	Vengeance	IPhone 4S	2013
48.	8 989	Marvin Jackson Show	IPhone 4	2011
49.	8 564	The Game	IPhone 6 Plus	2014
50.	8 305	Limbo	IPhone 4	2011
51.	8 195	Crazy Snow	Nokia N8	2010
52.	7 124	Life Made With Pixels	IPhone 6 Plus	2014
53.	6 664	Art of foot juggling	Nokia N8	2011
54.	6 278	The Asking Room	IPhone 4S	2013
55.	5 598	Magic Bullet	IPhone 5	2014
56.	5 230	Extreme Unicycling	Nokia N8	2010
57.	5 181	#N8 « Macro World »	Nokia N8	2011
58.	4 940	London	IPhone 6	2014

N°	Vues YouTube	Titre	Outil	Mise en ligne
59.	4 640	Sn (YO-YO)w Day	Nokia N8	2010
60.	4 413	Contact Juggling	Nokia N8	2011
61.	4 016	Summer Wine / The Mazarines	IPhone 5	2013
62.	3 656	What happens when you strap a Nokia N8 to a rocket?	Nokia N8	2011
63.	3 373	Animal	Nokia N8	2013
64.	3 277	Emotion	IPhone 6	2014
65.	3 228	Rain	IPhone 4S	2013
66.	2 957	The Rider	Nokia N8	2011
67.	2 952	Frank the Crank	Nokia N8	2010
68.	2 898	London School of Capoeira	Nokia N8	2011
69.	2 814	Sandboard Lancelin Wet and Dry	Nokia N8	2011
70.	2 305	Daniel	Nokia N8	2012
71.	1 894	Tarp Surfing	Nokia N8	2011
72.	1 722	Everything is Money	IPhone 4	2012
73.	1 687	The Champion	Téléphone mobile	2008
74.	1 609	Fear Thy Not	Téléphone mobile	2010
75.	1 293	Aventures Urbaines	Téléphone mobile	2009
76.	936	Brother	Téléphone mobile	2008
77.	901	Time	IPhone 6	2014
78.	741	The Haunting at Danford Cabin	IPhone 4S	2012
79.	556	DaNang Trip	IPhone 6	2015
80.	489	Yearlapse'10	IPhone 4	2010
81.	411	The Editor	IPhone 4	2011
82.	411	In May everybody has popcorn for dinner in my city	Nokia N8	2011
83.	386	Catrina's Afternoon	Nokia N8	2011
84.	375	Fécamp, Normandie	IPhone 4	2012
85.	356	Captain Justice	IPhone 4 et Sony Ericsson Xperia	2014
86.	346	Cloud Time Lapse	IPhone 4S	2013
87.	307	Your Picture With Me	Téléphone mobile	2009

N°	Vues YouTube	Titre	Outil	Mise en ligne
88.	306	Mon quart d'heure	Téléphone mobile	2009
89.	258	Take a Chance	IPhone 5 et IPhone 5S	2015
90.	251	The Rule	IPhone 4	2012
91.	250	n8producers trip	Nokia N8	2011
92.	238	Himalayan Tsunami	Samsung Galaxy Note 2 GT-N7100	2014
93.	235	Labyrinth	IPhone 6 et Galaxy Note 3	2014
94.	227	My Nokia Experience	Nokia N8	2013
95.	215	Yearlapse '11 - NYC	IPhone 4S	2012
96.	212	Wow Mom	IPhone 4	2012
97.	194	A short Journey – ‘Budapest’	IPhone 5S	2014
98.	173	Les ongles	Téléphone mobile	2009
99.	150	Eyes Starting	IPhone 4	2012
100.	128	Closed Circuit	IPhone 5 et IPhone 5S	2015
101.	119	Lisbon Live	IPhone 4S	2014
102.	112	Incident	Téléphone mobile	2010
103.	99	The Girl with the Red Balloon	IPhone 4S	2013
104.	87	Hidden Charms	IPhone 4 et IPhone 4S	2014
105.	82	Broken foot coffee	IPhone 5 et IPhone 5S	2015
106.	76	Perpetoom	Smartphone Samsung Galaxy S	2014
107.	75	Snowday	IPhone 6	2015
108.	73	Money Bag	IPhone 4	2013
109.	69	I Remembered	IPhone 5 et IPhone 5S	2015
110.	66	Why Should I Have to Choose	IPhone 4	2012
111.	65	Myriad	Nokia N 95	2014
112.	58	Lascaux Proxy « Diameter »	IPhone 4S	2014

N°	Vues YouTube	Titre	Outil	Mise en ligne
113.	56	Den de un Puma	Android HTC one et LG-VS870	2014
114.	55	Memory 22	IPhone 4S	2013
115.	51	The Dhal Burglar	IPhone 4S	2014
116.	47	A Júlia Devia Gostar Disto	IPhone 4S	2014
117.	45	Parle lui	IPhone 4	2014
118.	41	White film	IPhone 4 et IPhone 4S	2014
119.	36	Turbo 2088	Téléphone mobile	2010
120.	33	Clear Water	Nokia N8	2014
121.	31	A Cat's Tale	Samsung Galaxy II	2013
122.	15	Trapped	IPhone 4S	2013
123.	6	October Tears (Dies Irae)	IPhone 6	2015

Série « Goldilocks »

N°	Vues YouTube	Titre	Outil	Mise en ligne
1	17 427	Goldilocks [Épisode 1 « Meet Locks »]	IPhone 4 et iPod Touch	2010 / 2011
2	1 454	Goldilocks [Épisode 2 « Hide & Seek »]		
3	1 384	Goldilocks [Épisode 6 « Back to work »]		
4	1 173	Goldilocks [Épisode 4 « A Secret Message »]		
5	1 117	Goldilocks [Épisode 8 « An Old Friend »]		
6	1 065	Goldilocks [Épisode 3 « A Little Trip »]		
7	924	Goldilocks [Épisode 5 « The Supermom Diaries »]		
8	810	Goldilocks [Épisode 7 « Strike A Deal »]		

C. LONGS-METRAGES DE POCHE

Nous avons identifié sept longs-métrages de poche (jusqu'en juillet 2018) que nous reportons ci-dessous.

Nationalité	Date de sortie	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outil	Budget
<p>1. Olive</p> <p><i>Réalisateur</i> : Hooman Khalili et Pat Gilles <i>Casting</i> : Gena Rowlands, Christopher Maher, John Scurti, Ruby Alexander <i>Synopsis</i> : C'est l'histoire de la rencontre entre une fillette de 10 ans, une vieille femme, un homme obèse et un étranger non intégré aux États-Unis.</p>						
États-Unis	2012	1h 29min	Couleur	Divers	Smartphone Nokia N8	< 500 000 dollars
<p>2. The Affair</p> <p><i>Réalisateur</i> : Craig Ross Jr. <i>Casting</i> : V.J. Foster, Caryn Ward, Ray Stoney <i>Synopsis</i> : Un homme et une femme changent de vie après une rencontre fortuite et tumultueuse.</p>						
États-Unis	2014	1h 30min	Couleur	Divers	iPhone 5	17 170 dollars

<p><i>Réalisateurs</i> : Ossama Mohammed et Wiam Simav Bedirxan</p> <p><i>Casting</i> : acteurs inconnus</p> <p>3. Eau Argentée</p> <p><i>Synopsis</i>: En Syrie, les Youtubeurs filment et meurent tous les jours. Tandis que d'autres tuent et filment. A Paris, je ne peux que filmer le ciel et monter ces images YouTube, guidé par cet amour indéfectible de la Syrie. De cette tension entre ma distance, mon pays et la révolution est née une rencontre. Une jeune cinéaste Kurde de Homs m'a « Tchaté » : « Si ta caméra était ici à Homs que filmerais-tu ? » Le film est l'histoire de ce partage.</p>						
France, Syrie	17/12/2014	1h 43min	Couleur	Docum. Guerre	Différents appareils mobiles	10 dollars
<p><i>Réalisateur</i> : Sean Baker</p> <p>4. Tangerine</p> <p><i>Casting</i> : Kitana Kiki Rodriguez, Mya Taylor, Mickey O'Hagan, etc.</p> <p><i>Synopsis</i> : 24 heures dans la vie d'une drôle de Cendrillon qui traverse la cité des anges à la recherche de sa rivale.</p>						
États-Unis	30/12/2015	1h 28min	Couleur	Comédie, Drame	iPhone 5S	100 000 dollars
<p><i>Réalisateur</i> : Frank Mora</p> <p>5. Charlotte SP</p> <p><i>Casting</i> : Fernanda Coutinho, Guilherme Leal, Fernão Lacerda , etc.</p> <p><i>Synopsis</i> : Charlotte est un mannequin international qui cherche un endroit pour vivre. Après plusieurs années à Londres, elle rentre à São Paulo et part à la recherche de son passé. Elle rencontre le cinéaste Marcelo qui l'aide à redécouvrir la ville.</p>						
Brésil	22/09/2016	1h 58min	Couleur	Drame	iPhone 4 et iPhone 5	25 000 dollars

6.	Amaré	<p><i>Réalisateur</i> : Marcel Izidoro</p> <p><i>Castings</i> : Tassia Cabanas, Vinicius Calderoni, Jéferson de Souza, etc.</p> <p><i>Synopsis</i> : Au bout du monde, un auteur-compositeur-interprète décide de tenir la promesse de montrer la mer à l'amour de sa vie. En chemin, ils revivent toute leur relation et comment ils se sont retrouvés là où ils sont maintenant.</p>
----	--------------	--

Brésil	19/04/2018	1h 10min	Couleur	Comédie, Musique	iPhone 6 Plus	5 000 dollars
--------	------------	----------	---------	---------------------	---------------	---------------

7.	Unsane (Paranoïa)	<p><i>Réalisateur</i> : Steven Soderbergh</p> <p><i>Castings</i> : Claire Foy, Joshua Leonard, Amy Irving, etc.</p> <p><i>Synopsis</i> : Une jeune femme, convaincue d'être harcelée, est enfermée contre son gré dans une institution psychiatrique. Alors même qu'elle tente de convaincre tout le monde qu'elle est en danger, elle commence à se demander si sa peur est fondée ou le fruit de son imagination...</p>
----	--------------------------	---

États-Unis	11/07/2018	1h 38min	Couleur	Thriller	iPhone 7 Plus	1 500 000 dollars
------------	------------	----------	---------	----------	---------------	-------------------

D-COURT-MÉTRAGE DE POCHE

Nationalité	Date de sortie	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outil	Budget
<p><i>Réalisateur</i> : Michel Gondry <i>Casting</i> : Delphine Depardieu, Alain Azerot, Guillaume Bouchède, etc <i>Technique</i>: FILMIC PRO</p>						
1.	Détour	<p><i>Synopsis</i> : Le tricycle d'une petite fille est perdu sur la route des vacances. Par la magie d'évènements imprévus, le petit vélo va partir à la poursuite de la fillette et de sa famille. En chemin, nos héros vont croiser la route de personnages fantasques et attachants, typiques de l'univers de Michel Gondry.</p>				
France	30/06/2017	11min	Couleur	Aventure	iPhone	-

E- FILMS PRIMES AU FESTIVAL POCKET FILM (FRANCE, 2005-2010)

ÉDITION 2005

Jury : présidé par Olivier Ducastel, composé de Jacques Martineau, Isild Le Besco, Marjane Satrapi et Patrice Blanc-Francart

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
1.	Décroche	1^{er} Prix du Jury <i>Réalisateur</i> : Galienni (Stéphane Augé) <i>Synopsis</i> : La confession humoristique d'un jeune homme atteint d'une forte addiction. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article122 et http://www.galienni.com/spip.php?article323			
Français	2005	33sec	Couleur	Fiction	Téléphone portable - Nokia 6630

2.	L'homme qui aimait les fleurs	Prix du Public <i>Réalisateur</i> : Jean-Claude Taki <i>Synopsis</i> : Un voyage dans l'univers psychotique d'un homme ordinaire qui vient de commettre un meurtre. « L'homme qui aimait les fleurs » a reçu le Prix du public du Festival +Olhares (Lisbonne) en 2006. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article126 et http://www.jctaki.com/crbst_1.html			
----	--------------------------------------	--	--	--	--

Français	2005	7min14	Couleur	Expérimental	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	--------------	--------------------

Prix du Public de Lille

3. **Mes voyages**

Réalisateurs : Takako Yabuki

Synopsis : Une jeune femme tente de parer à sa solitude en envoyant des messages vidéo à sa famille.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article127>

Français	2005	7min10	Couleur	Documentaire	Téléphone portable
----------	-------------	--------	---------	--------------	--------------------

ÉDITION 2006

Jury : Présidé par CharElie Couture, le jury du festival a réuni Tonie Marshall, Natacha Régnier, Jean-Marc Lalanne et Etienne Blanchot.

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
1^{er} Prix du Jury					
4.	Le Cahier froid	<i>Réalisateur, producteur, scénariste, directeur de la photo, ingénieur du son, monteur, monteur son et mixeur</i> : Jean-Claude Taki <i>Synopsis</i> : Les derniers jours d'un physicien français qui par amour se donne la mort. Retrouvé dans la neige de Russie, son cahier formule les bribes d'une espérance : la « non-séparatibilité » des corps. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article376 et http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article286			
Français	2006	24min	Couleur	Fiction (Amour, Science)	Téléphone portable <i>Format de projection</i> : Béta sp – Mini dv <i>Format son</i> : Stéréo
2^e Prix du Jury					
5.	Perle	<i>Réalisatrice</i> : Marguerite Lantz <i>Synopsis</i> : Une jeune fille se prépare. Demeurant toujours dans la même pose, elle se regarde. À mesure qu'elle enfle vêtements et foulards, nous comprenons que nous la connaissons... <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article374 et http://www.margueritelantz.com/			
Français	2006	4min47	Couleur	Expérimental	Téléphone portable

3^e Prix du Jury					
6.	X Point	<i>Réalisateur</i> : Francisco Joya-Roldan <i>Synopsis</i> : Chronique mélancolique et désenchantée d'un adolescent anglais. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article374 et http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article791			
Britannique	2006	8min07	Couleur	Documentaire	Téléphone portable

Prix du Public					
7.	Occupé	<i>Réalisateur</i> : Léonard Bourgois-Beaulieu <i>Casting</i> : Léonard Bourgois-Beaulieu, Luz Pittaluga, Nathalie de Quatrebarbes, Etienne Bourgois, Jean Bourgois, Roger Melano, Valérie Gérard, Krishna's addicts <i>Voix off</i> : Camille Langlet Macarez, Matthieu Lissowski, Isabelle Giami, Cédric Ido, Alexandre Cornillon, Alexandre Devals, Lucie Alfandari, Francesco, Miki, Flore, Leonardo Arena <i>Synopsis</i> : Parce qu'il a rendez-vous avec sa petite amie, Jean cherche une baby-sitter pour garder sa petite sœur : plongée dans la chaîne d'un « téléphone arabe » qui nous fait voyager des personnes appelées à leurs lieux insolites. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article547 et http://www.dailymotion.com/video/xjr94_occupe-realise-avec-un-portable_creation			
Français	2006	8min	Couleur	Fiction	Téléphone portable

ÉDITION 2007

Jury : Claude Miller (président), Dominique Blanc, Tom Novembre, Alain Riou, Philippe Germain

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
<p>1^{er} Prix du Jury</p> <p><i>Réalisateur :</i> Réalisateur, scénariste, monteur, cinéaste et voice : Antonin Verrier <i>Casting :</i> Cloé Bernard-Guelle</p> <p><i>Synopsis :</i> Au cours d'une conversation triviale, en plein jeu de séduction, un portrait de la muse aimée par son peintre aimant.</p> <p><i>Source :</i> http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article648 et http://www.clermont-filmfest.com/index.php?m=136&c=3&id_film=100067588&o=</p>					
8.	Porte de Choisy				
Français	2007	8min	Couleur	Documentaire	Téléphone portable
<p>2^e Prix du Jury</p> <p><i>Réalisateur, producteur, scénariste et monteur :</i> Henry Reichhold <i>Casting :</i> Bam from Urban freeflow</p> <p><i>Synopsis :</i> Un surfeur virtuose glisse sur Londres, évitant embouteillages et défiant les circulations.</p> <p><i>Source :</i> http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article649 et http://www.shortsnonstop.com/videos/watch/freerun/</p>					
9.	Free Run				
Britannique	2005	1min	Couleur	Animation	Téléphone portable (Nokia N90)

3^e Prix du Jury (ex-aequo)					
10.	Brother *	<i>Réalisateurs</i> : Kerim Bersaner <i>Synopsis</i> : Les vers d'un homme déchiré par la perte tragique de son jeune frère, assassiné pendant le génocide tchéchène. Réalisé dans le cadre de One Take, IFF Rotterdam. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article651			
Néerlandais	2007	2min	Couleur	Fiction	Téléphone portable
3^e Prix du Jury (ex-aequo)					
11.	Sunday or the Circus	<i>Réalisatrice, scénariste, directrice et monteuse</i> : Hermione Merry <i>Casting</i> : Heloise Jackson, Henriette Kassay-Schuster, Shane Merry, Henriette Kassay-Schuster <i>Compositeur (son et musique)</i> : Andrew Bennett <i>Synopsis</i> : Un terrible souvenir d'enfance mis en scène avec noirceur et fantaisie. Découpages enfantins et noir et blanc macabre. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article652			
Australien	2005	1min30	Couleur	Fiction	Téléphone portable
Prix du Public					
12.	Reverse Love	<i>Réalisateur</i> : Morgan Földi-Möhand <i>Casting</i> : DJ P : Hanna B <i>Compositeur (musique originale)</i> : Iggy Stoned <i>Synopsis</i> : Un rendez-vous amoureux à mi-chemin pour chacun et une bulle d'amour qui avance dans un monde à reculons. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article653			

Français	2007	3min	Couleur	Expérimental	Téléphone portable
----------	------	------	---------	--------------	--------------------

ÉDITION 2008

Jury : Enki Bilal (président), Marina de Van, Daniel Larrieu, Florent Aziosmanoff et Rebecca Manzoni.

FILMS POUR GRAND ÉCRAN

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
-------------	------	-------	---------------	-------	--------

1er Prix du Jury - Films pour Grand écran

13.

The Champion *

Réalisateur : Rui Avelans Coelho

Casting : Dário Manso

Synopsis : Être projeté dans les airs par un lanceur de marteau... une expérience pour le moins sensationnelle !

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article812> et http://outrocine.blogspot.fr/2008_08_01_archive.html

Portugais	2007	1min	Couleur	Documentaire	Téléphone portable
-----------	------	------	---------	--------------	--------------------

2^e Prix du Jury - Films pour Grand écran

14. **Self portrait**

Réalisateur : Johan Renck

Synopsis : Un homme solitaire traîne son ennui entre ses quatre murs. Découpage millimétré pour intimité dévastée.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article881>

Suédois	2006	11min	Couleur	Fiction	Téléphone portable
---------	------	-------	---------	---------	--------------------

Prix du Public - Films pour Grand écran

15. **Aventures Urbaines ***

Réalisateurs, scénaristes, monteurs, monteurs son et mixeurs : Jocelyne Rivière et Serge Rustin

Cinéaste : Jocelyne Rivière

Compositeur, animateur et effets spéciaux : Serge Rustin

Synopsis : Une plongée dans le métro parisien, microcosme guilleret avec ses codes et ses usages, rythmé par le fracas des arrêts.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article882> et [http://www.clermont-filmfest.com/index.php?m=136&c=3&id_film=100072634&o=.](http://www.clermont-filmfest.com/index.php?m=136&c=3&id_film=100072634&o=)

Français	2008	3min	Couleur	Documentaire	Téléphone portable
----------	------	------	---------	--------------	--------------------

FILMS POUR ÉCRAN DE POCHE

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
1^{er} Prix du Jury - Films pour Écran de poche					
16.	Beaucoup de bruit *	<i>Réalisateur</i> : Benjamin le Souëf <i>Casting</i> : Sigrid Bouaziz, Sylvain Dieuaide <i>Synopsis</i> : Dans le métro, une jeune fille écoute sa musique à plein volume. Son voisin se plaint. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article883			
Français	2008	2min30	Couleur	Fiction	Téléphone portable
2^e Prix du Jury - Films pour Écran de poche					
17.	Watermelon	<i>Réalisateur</i> : Meng Jinghui <i>Directeur artistique</i> : Tian Zhuangzhuang <i>Producteur et producteur exécutif</i> : Chen Weiming <i>Directeur de la photographie</i> : Hua Jie <i>Son</i> : Ma Niu <i>Monteurs</i> : Hua Jie, Wang Yaozhi <i>Compositeur</i> : Zhang Yang <i>Casting</i> : Wang Xiaoshen, Zi Qi, Mi Linlin, Zhang Cuiqiao <i>Synopsis</i> : Un jeune homme est plongé à répétition dans des rêves farfelus. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article884			
Chinois	2006	3min30	Couleur	Fiction	Téléphone portable

Prix du public - Films pour Écran de poche

18. **Sushi forest**

Réalisateur : Michihisa Ohrui

Scénariste : Yoshio Urasawa

Producteur et compositeur : Ohrys Bird

Voix : Airi Kurosaki, Shingo Aida, Naohiro Mashino

Synopsis : Et si les sushis hantaient les forêts ? Un petit conte angoissant.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article885>.

Japonais	2007	3min40	Couleur	Animation	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	-----------	--------------------

ÉDITION 2009

Jury : Benoît Delépine (président), Michel Reilhac, Sylvie Pras, Vikash Dhorasoo et Kate Barry.

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
-------------	------	-------	------------------	-------	--------

1^{er} Prix du Jury

19. **Incident ***

Réalisateur : Michael Szpakowski

Synopsis : Un travelling nous fait partager le surgissement de la violence dans un quartier résidentiel paisible. L'étrangeté d'un instant suspendu, saisi avec finesse.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1156>

Britannique	2008	1min31	N&B	Documentaire	Téléphone portable
-------------	------	--------	-----	--------------	--------------------

2^e Prix du Jury

20. **Turbo 2088**

Réalisateurs : Guillaume Ballandras et Aurélien Durand

Producteurs : Dédale Paris & Pied la Biche

Casting : Julien Perrin

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1157>

Français	2008	2min47	Couleur	Fiction	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	---------	--------------------

3^e Prix du Jury

21. **Les Ongles**

Réalisateur, monteur et scénariste : Clément Deneux

Casting : Julien Joerger, Antoine Schoumsky

Synopsis : Quand les amis d'Antoine l'empêchent de se ronger les ongles, ils n'imaginent pas que la fête tournera au cauchemar. Fulgurance horrifique dans la lignée de [Rec].

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1158> et http://www.imdb.com/title/tt3768254/fullcredits?ref_=tt_ov_st_sm.

Français	2008	7min47	Couleur	Fiction	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	---------	--------------------

Prix du Public

Réalisateurs : Jocelyne Rivière et Serge Rustin

Casting : Camille Couteau

Compositeur : Camille Couteau

22. **Your Picture With Me ***

Synopsis : Un jeune homme, affublé d'un masque de Quasimodo, gagne sa vie en posant devant l'objectif des touristes, sur le parvis de Notre-Dame. Un portrait saisissant

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1159> et http://www.clermont-filmfest.com/index.php?m=136&c=3&id_film=100075725&o=

Français	2009	4min34	Couleur	Documentaire	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	--------------	--------------------

Lauréat SFR Jeunes Talents

Réalisateur et scénariste : Jérôme Genevray

Casting : Cybelle Villemagne, Franck Victor

23. **Rainy Girl ***

Synopsis : Se réveiller de bonne humeur et, pourtant, recevoir la pluie sur la tête... Une fable acidulée.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1160> et http://www.allocine.fr/personne/fichepersonne_gen_cpersonne=30014.html

Français	2009	2min15	Couleur	Fiction	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	---------	--------------------

ÉDITION 2010

Jury : Benoît Jacquot (président), Paul Otchakovsky-Laurens, Valérie Mréjen, Jérôme Delormas et Pierre Haski.

Nationalité	Date	Durée	Couleur / N&B	Genre	Outils
1er Prix du Jury					
24.	Fear Thy Not *	<i>Réalisateur, scénariste, photo, son et monteur :</i> Sophie Sherman <i>Casting :</i> Sophie Sherman <i>Synopsis :</i> Au son d'une comptine angoissante, une jeune fille s'approche d'un étrange tunnel... <i>Source :</i> http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1639 et http://www.psycholand.it/video_file/AIFF_files/contents/2011/Film_pages/AIFF_2011_Fear_thy_not_SHERMAN.htm			
Français	2010	2min20	Couleur	Expérimental	Téléphone portable
2^e Prix du Jury					
25.	Isratine / Palestël	<i>Réalisatrice :</i> Naruna Kaplan de Macedo <i>Monteuse :</i> Lise Beaulieu <i>Synopsis :</i> Vision intime de l'absurdité d'une guerre permanente. <i>Source :</i> http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1641			
Français	2010	8min	Couleur	Documentaire	Téléphone portable

3^e Prix du Jury					
26.	Roku Jo No Kotoba	<i>Réalisateur</i> : Tubomi Koukou <i>Synopsis</i> : Un feu vert est-il un signe du destin ? <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1642 .			
Japonais	2010	30sec	Couleur	Expérimental	Téléphone portable
Prix du Public					
27.	18 heures 12	<i>Réalisateur et monteur</i> : Julien Hérisson <i>Effets sonores</i> : Franck Joseph <i>Casting</i> : Jérémie Coulaud <i>Synopsis</i> : Chaque jour, à 18h12, Julien envoie une photo à son cousin. Une pétillante comédie pop ! <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1640			
Français	2009	10min30	Couleur	Fiction	Téléphone portable
Prix du Jury – Concours SFR Jeunes Talents – Vidéo Slam					
28.	Bambiland	<i>Réalisatrice</i> : Aurélie Durand <i>Synopsis</i> : Un cri qui se transforme en images. <i>Source</i> : http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1643			
Français	2010	1min12	Couleur	Fiction	Téléphone portable

Coup de cœur du jury – Concours SFR Jeunes Talents – Vidéo Slam

29. **Mon quart d'heure ***

Réalisateur : Yohann Delozier

Casting : Driss Ermili

Synopsis : Amour, gloire et beauté... et mort. Un destin hors du commun.

Source : <http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1644>

Français	2010	1min02	Couleur	Fiction	Téléphone portable
----------	------	--------	---------	---------	--------------------

* : Films disponibles sur la plateforme YouTube (voir Annexes 5.a et 5.b).

ANNEXE 6

YOUTUBE : RÉSUMÉ CHRONOLOGIQUE (FEVRIER 2005 - JUIN 2017)

- Février 2005 : création de *YouTube* par Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim
 - Avril 2005 : 1^{ère} vidéo uploadée (« Me at the zoo », vidéo de l'un des 3 fondateurs de *Youtube*, Jawed Karim).
 - Juin 2005 : possibilité d'intégrer un lecteur vidéo de *YouTube* sur n'importe quelle page web.
 - Juillet 2006 : 1^{ère} vidéo vue 1 million de fois.
 - Octobre 2006 : Google rachète *YouTube* pour 1,65 milliard de dollars.
 - 2007 : ouverture de *YouTube* au Royaume-Uni, au Brésil, en Irlande, en Espagne, en Italie, au Japon, en Pologne et aux Pays-Bas.
 - Août 2007 : lancement des vidéos avec publicité intégrée.
 - Octobre 2006 : 0,1 milliard de vidéos vues par jour.
 - Janvier 2008 : lancement de *YouTube* mobile.
 - Décembre 2008 : lancement des vidéos HD.
 - Juillet 2009 : lancement des vidéos 3D.
 - Octobre 2009 : 1 milliard de vidéos vues par jour.
 - Janvier 2010 : lancement des vidéos compatibles HTML5.
 - Mars 2010 : sous-titrage automatique (vidéos en anglais pour l'instant) basé sur *Google Voice Search*.
 - Mars 2010 : le portail recevait 35 heures de la vidéo chaque minute étant donné donc un équivalent de 50.400 heures par jour.
 - Mai 2010 : 2 milliards de vidéos vues par jour (soit près du double de l'audience cumulée des 3 principaux réseaux TV aux USA) et ~500 millions de visiteurs mensuels.
 - Octobre 2010 : 1 milliard d'abonnements aux différentes chaînes *YouTube*.
 - Janvier 2011 : chaque minute, plus de 400 *tweets* contiennent un lien vers *YouTube* et chaque jour, l'équivalent de 150 ans de vidéos *YouTube* sont regardées sur Facebook.
-

-
- Mai 2011 : *YouTube* a 6 ans. Plus de 48 heures de vidéos sont mises en ligne chaque minute. Plus de 3 milliards de vidéos sont vues chaque jour.
 - Avril 2011 : *YouTube* a suivi aux demandes et a lancé *YouTube Live*.
 - Janvier 2012 : Plus de 60 heures de vidéos sont mises en ligne chaque minute, soit 1h par seconde. Également, plus de 4 milliards de vidéos sont visionnées chaque jour.
 - Mai 2012 : *YouTube* a 7 ans. Plus de 72 heures de vidéos sont uploadées chaque minute ! Aux États-Unis, les internautes ont visionné en Mai 16 milliards de vidéos en streaming ; ces utilisateurs ont représenté 136 millions de visiteurs uniques en Mai.
 - Mai 2013 : *YouTube* a 8 ans. Plus de 100 heures de vidéos sont uploadées chaque minute !
 - Novembre 2014 : Plus de 300 heures de vidéos sont uploadées chaque minute !
 - Mai 2015 : YouTube fête ses 10 ans.
 - Juillet 2015 : + de 400h de vidéos sont uploadées chaque minute.
 - Octobre 2015 : chaque jour, les utilisateurs de Youtube totalisent 46.000 années passées à regarder des vidéos.
 - Février 2017 : le cap du milliard de vidéos avec sous-titrages automatiques a été franchi. Grâce aux nouvelles techniques de reconnaissance vocale basées sur des algorithmes d'intelligence artificielle (IA) et plus précisément de machine learning, des sous-titres sont créés automatiquement dans 10 langues : allemand, anglais, coréen, espagnol, français, italien, japonais, néerlandais, portugais et russe.
 - Février 2017 : chaque jour, les utilisateurs passent 1 milliard d'heures à regarder des vidéos sur YouTube.
 - Juin 2017 : chaque mois, 1,5 milliard d'utilisateurs regardent des vidéos sur YouTube. Ils le font en moyenne 1h par jour, soit 1,5 milliard d'heures passées chaque jour à voir des vidéos.
-

RÉSUMÉ

Cette thèse s'inscrit dans une volonté de comprendre le cinéma mobile, fait avec un dispositif mobile, dans le paysage contemporain de la « culture mobile », entendue comme l'ensemble des usages sociaux associés aux appareils mobiles connectés à l'internet produisant et exploitant des textes et des images, l'organisation en réseaux, etc. Nous l'analysons en tant que phénomène artistique mais aussi comportemental et social, à travers les usages et les enjeux qui lui sont associés, en particulier ceux liés à l'innovation. Nous avons pour cela réalisé une série d'entretiens avec des professionnels en lien avec le cinéma de poche. Le cinéma de poche apparaît comme un mode d'expression cinématographique accessible à tout individu muni d'un dispositif mobile. Ce cinéma a bénéficié de nouveaux moyens de diffusion via Internet et s'est intégré à une tendance contemporaine de l'économie créative. Nous analysons la diffusion des films de poche sur les plateformes de vidéos sur le web et dans les festivals consacrés aux images mobiles entre 2005 et 2015. Les images mobiles se sont multipliées (selfies, vidéos), une grande partie exposant la sphère de l'intime. Nous réfléchissons sur la prolifération des images mobiles, la créativité, la pratique amateur et la position du cinéma de poche face au cinéma traditionnel. Avec la culture de la participation et de la collaboration, les médias traditionnels ont absorbé les images mobiles publiées sur les réseaux sociaux, nouvelle matière à collaboration journalistique. Finalement, la culture mobile évolue rapidement et suscite de nombreuses questions notamment sur la réalité virtuelle et l'usage de l'image comme langage de communication.

Mots-clés : cinéma de poche ; culture mobile ; réseaux sociaux ; festivals ; économie créative ; journalisme.

ABSTRACT

This thesis is part of a desire (intends) to understand mobile cinema, made with a mobile device, in the contemporary landscape of the "mobile culture", understood as the set of social uses associated with mobile devices connected to the Internet producing and exploring texts, images, social media publications, etc. We analyzed it as an artistic but also behavioral and social phenomenon, through the uses and the interests (betting, implications) associated with it, especially to those related to innovation. We have done a series of interviews with professionals connected with the pocket cinema. Pocket cinema appears as a cinematographic mode of expression accessible to any individual with a mobile device, who has widely used new resources of dissemination via the Internet and has become part of a contemporary trend of the creative economy. We analyze the distribution of pocket films on video platforms on the web and in festivals dedicated to mobile images between 2005 and 2015. Mobile images have multiplied (selfies, videos), exposing even in a more intimate context. We reflected on the proliferation of mobile images, creativity, amateur practice and the position of the pocket cinema in the face of traditional cinema. With the culture of participation and collaboration, mainstream media have absorbed mobile images published on social media, a new way of collaboration focused on journalism. Finally, the mobile culture evolves rapidly and raises many questions, in particular about virtual reality and the use of the image as a language of communication.

Keywords: pocket cinema; mobile culture; social networks; festivals; creative economy; journalism.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Marque des appareils utilisés dans les films de réalisateurs mobiles postés sur <i>YouTube</i> entre 2008 et 2015 que nous avons analysés....	56
Tableau 2 : Les différentes catégories autour des industries créatives.....	172
Tableau 3 : Bilan du Festival Pocket Film (France).....	204
Tableau 4 : « Prix du Jury » et « Prix du Public » dans le Festival Pocket Film (2005-2010).	205
Tableau 5 : Bilan du <i>Mobile Film Festival</i> (2006-2018).....	207
Tableau 6 : Festivals de cinéma mobile, classés par pays.	216
Tableau 7 : Nombre de films primés par le <i>TSFF - Toronto Smartphone Film Festival</i>	223
Tableau 8 : Nombre de films récompensés lors du <i>IMFF - International Mobile Film Festival</i> (ou IMFF - International Mobil Film Festival).	224
Tableau 9 : Bilan du festival espagnol en ligne <i>Cinephone</i>	225
Tableau 10 : Premier prix du jury et Prix du public dans le festival <i>Cinephone</i> (2012-2017).	225
Tableau 11 : Bilan du <i>Hong Kong Mobile Film Festival</i>	227
Tableau 12 : Premier prix du jury et Prix du public dans le festival Hong Kong Mobile Film Festival 2007-2015.	228

UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3
ED 267 Arts et Médias
Institut de Recherche en Cinéma et Audiovisuel – IRCAV
1, Rue Censier, 75005 PARIS