



ENS Louis-Lumière

La Cité du Cinéma – 20, rue Ampère BP 12 – 93213 La Plaine Saint-Denis

Tel. 33 (0) 1 84 67 00 01 www.ens-louis-lumiere.fr

Mémoire de Master

Spécialité Cinéma, promotion 2024

Soutenance de juin 2024

Filmer les écrans médiatiques : Quand le cinéma rencontre sa doublure

Nayan CHOWDHURY

Ce mémoire est accompagné de la partie pratique intitulée : *Illusions Modernes*

Directeur de mémoire : Jean-Marc FABRE (Chef-opérateur)

Directeur de mémoire extérieur : Dork ZABUNYAN (Enseignant-chercheur)

Présidente du jury et coordinatrice des mémoires : Giusy PISANO (Enseignante-chercheuse)



ENS Louis-Lumière

La Cité du Cinéma – 20, rue Ampère BP 12 – 93213 La Plaine Saint-Denis

Tel. 33 (0) 1 84 67 00 01 www.ens-louis-lumiere.fr

Mémoire de Master

Spécialité Cinéma, promotion 2024

Soutenance de juin 2024

Filmer les écrans médiatiques : Quand le cinéma rencontre sa doublure

Nayan CHOWDHURY

Ce mémoire est accompagné de la partie pratique intitulée : *Illusions Modernes*

Directeur de mémoire : Jean-Marc FABRE (Chef-opérateur)

Directeur de mémoire extérieur : Dork ZABUNYAN (Enseignant-chercheur)

Présidente du jury et coordinatrice des mémoires : Giusy PISANO (Enseignante-chercheuse)

REMERCIEMENTS

Pour la partie théorique de ce mémoire, je voudrais remercier :

Dork Zabunyan pour sa disponibilité, son suivi et ses conseils précieux,
Giusy Pisano pour la coordination et ses relectures,
David Faroult pour ses conseils de lecture,
Jean-Marc Fabre pour sa disponibilité, son écoute et ses encouragements,
Florent Fajole et Charlotte Wensierski pour leurs conseils bibliographiques,
La Bibliothèque du film et la Bibliothèque François Truffaut, pour l'accès riche en ressources
littéraires et filmiques,
Tim Saillant pour ses conseils de visionnage,
Claire Borrell, Syriane Guérineau et Matthieu Combe pour leurs relectures.

Pour la partie pratique, je voudrais remercier également :

Toute l'équipe technique et artistique du film pour leur générosité, leur bienveillance et leur
coopération,
Jean-Marc Fabre pour nos riches conversations,
Véronique Lorin et Laurent Stehlin pour la fluidité de la post-production,
Pierre Chevrin et Kateryna Soroka pour l'organisation de l'emprunt matériel,
Roselmy Kibidi et Guy Ngamayeepanda pour leur bonne volonté et les nombreux trajets en camion
Leonard Goldblat pour sa générosité,
Syriane, Johanne et Romane Guérineau pour leur suivi du projet, TTB.

NB : Pour profiter des illustrations du mémoire en bonne qualité et pour le visionnage de la partie pratique *Illusions Modernes*, vous pouvez me contacter à chow.nayan@hotmail.fr.

RÉSUMÉ

Ces dernières décennies, la circulation des images médiatiques s'est accrue dans nos modes de vie et de communication et implique de nombreux enjeux politiques. Il est dès lors intéressant d'interroger les interactions entre le cinéma et ces images à travers la mise en scène des écrans dans les films. Notre étude se concentre sur trois œuvres, *Network* (Sidney Lumet, 1976), *Des Hommes d'Influence* (Barry Levinson, 1997) et *Don't Look Up* (Adam McKay, 2021) qui soulèvent des questions esthétiques dans la représentation cinématographique des médias en tant qu'institutions et vecteurs culturels, en particulier la télévision et Internet. Quelles résonances et dissonances trouve-t-on dans cette cohabitation des images, et quelles perceptions en tire-t-on du monde contemporain ?

Liste des mots-clés :

Écrans ; Médias ; Télévision ; Internet ; Réel ; Virtuel ; Contemporain ; Politique ; Satire ; Sidney Lumet ; Barry Levinson ; Adam McKay

ABSTRACT

Over the past few decades, the circulation of media images has increased in our lifestyles and communication, involving numerous political stakes. Therefore, it is interesting to explore the interactions between cinema and these images through the *mise en scène* of screens in movies. Our study focuses on three films: *Network* (Sidney Lumet, 1976), *Wag the Dog* (Barry Levinson, 1997), and *Don't Look Up* (Adam McKay, 2021), which raise aesthetic questions in the cinematic representation of media as institutions and cultural vectors, particularly television and the Internet. What resonances and dissonances can be found in this coexistence of images, and what perceptions do we derive from it about the contemporary world?

Keywords :

Screens ; Media ; Television ; Internet ; Real ; Virtual ; Contemporary ; Political ; Satire ; Sidney Lumet ; Barry Levinson ; Adam McKay

INTRODUCTION	6
PREMIÈRE PARTIE.	13
Les écrans médiatiques à l'ère de la libéralisation de l'information - Network (Sidney Lumet, 1976)	13
CHAPITRE 1. Dépeindre l'univers médiatique	18
A) <u>Frénésie et polémique</u>	18
B) <u>Diana Christensen, agent du divertissement</u>	24
CHAPITRE 2. L'individu pris dans le système	30
A) <u>Howard Beale et son double virtuel</u>	30
B) <u>Derrière l'écran, une institution</u>	35
Mise en relation avec la PPM	43
DEUXIÈME PARTIE.	45
Les écrans médiatiques à l'ère de la culture de la guerre - Des Hommes d'Influences (Barry Levinson, 1997)	45
CHAPITRE 1. Mettre en scène la fabrique des images	50
A) <u>L'écran ou la frontière réel/fiction</u>	50
B) <u>Mettre en scène le leurre</u>	58
CHAPITRE 2. L'écran comme vitrine du pouvoir	66
A) <u>L'écran, un outil satirique</u>	66
B) <u>Dissimulation et observation</u>	75
Mise en relation avec la PPM	80
TROISIÈME PARTIE.	82
Les écrans médiatiques à l'ère de l'Internet mondialisé - Don't Look Up (Adam McKay, 2021)	82
CHAPITRE 1. Jungle médiatique	87
A) <u>Du New York Times à TikTok : topographie des médias</u>	87
B) <u>Le Screencast : se fondre dans la toile</u>	93
CHAPITRE 2. L'humain : dans l'écran, hors-écran	103
A) <u>Pouvoir et représentation</u>	103
B) <u>Les scientifiques face au jeu du spectacle</u>	110
Mise en relation avec la PPM	117
CONCLUSION	119
FILMOGRAPHIE ET BIBLIOGRAPHIE	123
TABLE DES ILLUSTRATIONS	128

INTRODUCTION



Fig.1

Lorsque la jeune Olive se retrouve le regard absorbé par son téléviseur, dans ce premier plan de *Little Miss Sunshine* (Jonathan Dayton et Valérie Faris, 2006), ce n'est pas seulement l'image de son idole qui apparaît en reflet sur son verre de lunette, mais également la promesse d'un idéal. Projeté sous une forme rectangulaire dans les yeux de l'enfant, ce modèle de vie lui paraît tout aussi lointain qu'il occupe en même temps son esprit de très près. Son image est nébuleuse et flottante en même temps qu'elle est limpide et attrayante. Ce gros plan, où la chair et l'impalpable se superposent pour ne former qu'un, symbolise à lui seul la marque de notre époque : la symbiose entre les êtres et les images. Reste entre les deux la caméra de cinéma, dont la nouvelle perspective est de tenter de capturer ce lien, tenu comme la profondeur de champ de ce plan, en questionnant par là sa propre place parmi les écrans modernes.

Depuis la naissance de la télévision puis son usage généralisé dans les foyers à partir des années 1950, le cinéma n'a plus l'exclusivité des images en mouvement. Le septième art ne cesse de se confronter depuis à de nouvelles catégories d'image nées avec les avancées technologiques et l'évolution de leurs usages dans la société. Aujourd'hui, le champ des images est aussi vaste que divers : il comporte tant la vidéo analogique et numérique que l'imagerie scientifique, médicale ou de surveillance, les images de synthèse vidéoludiques, les visuels informatiques et l'illustration de données... Plus encore que leur nature, la fonction des images contemporaines devient elle aussi multiple. Celles-ci ne nous servent plus seulement à découvrir un monde (celui offert par le grand

écran), mais à quadriller et établir des repères dans notre propre monde (le GPS, la visioconférence...). Dans ce nouveau rapport aux images, la nature et la fonction de l'image cinématographique sont-elles devenues obsolètes ? Quel rôle « esthétique et noétique » ont-elles à jouer face à l'état « social-technique » de ces nouveaux visuels, si nous empruntons les mots de Gilles Deleuze¹ ? En d'autres termes, comment filmer les images contemporaines et rendre miscibles leurs divers états (le flux perpétuel, l'instantanéité, leur démultiplication, leur altération) avec les formes de cinéma ?

Parmi la multitude des catégories d'images évoquées, nous nous restreindrons à la représentation cinématographique des *images médiatiques*, en particulier de celles provenant de la télévision et d'Internet. Faisant elles-mêmes partie d'un champ très étendu, leurs délimitations sont parfois floues et rendent délicate toute tentative de définition simple et exclusive. Nous proposons toutefois notre liste personnelle de critères propres à ce type d'image :

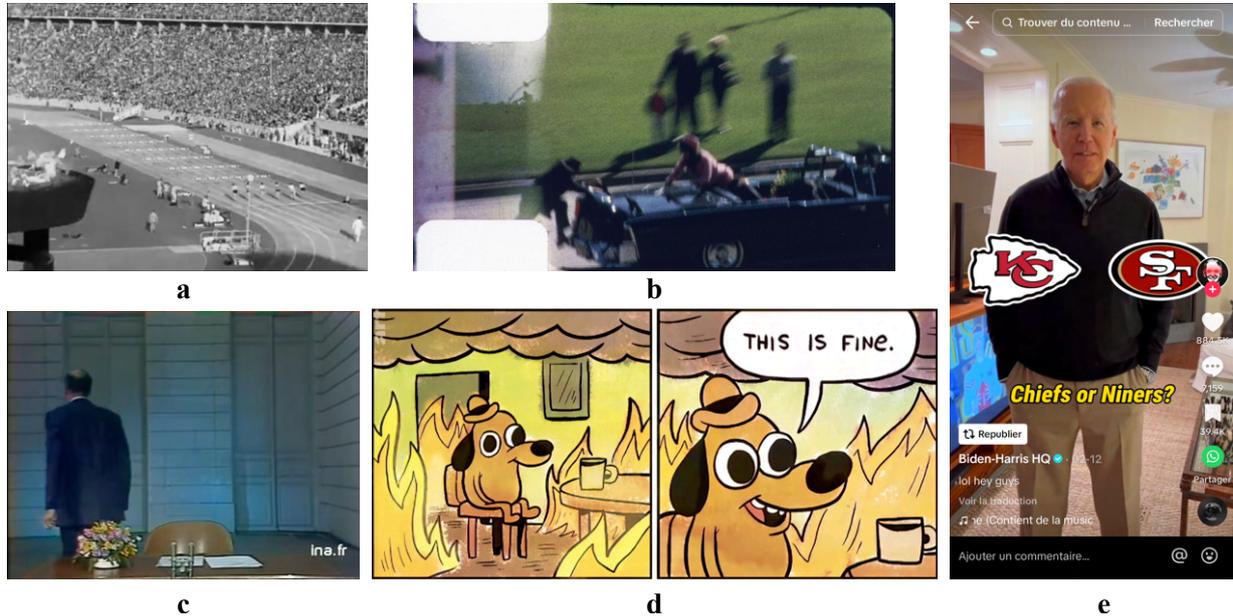
- 1) Une image médiatique **s'adresse à un public**. Elle devient médiatique dès qu'elle sort de la sphère intime et touche un certain nombre de spectateurs qui ne se connaissent pas entre eux. Si elle est traditionnellement livrée par un émetteur à un ou plusieurs récepteurs en un sens unique, elle suit aujourd'hui une circulation plus complexe. Les récepteurs sont aussi des émetteurs, et une image peut être issue de plusieurs émetteurs à la fois. Dans *Simulacres et simulation*, Jean Baudrillard parle de « circularité » des médias et de l'« impossibilité d'un sens, au sens littéral d'un vecteur unilatéral qui mène d'un pôle à un autre² ».
- 2) Une image médiatique **délivre une information**. C'est sa fonction première, qui devance son caractère esthétique. Ses caractéristiques formelles servent avant tout à mettre en avant l'information à transmettre. Par ailleurs, il s'agit d'une information « sensible » (ce que ne sont pas, dans notre logique, les horaires de train affichés sur un écran en gare).
- 3) Une image est médiatique par son **rapport au présent**. Elle rapporte un événement récent ou immédiat, la durée entre sa création et sa réception est relativement courte. Le caractère médiatique est un statut temporaire de l'image et non une composante intrinsèque. Si elle est médiatique aujourd'hui, elle ne le sera peut-être plus demain. En d'autres termes, nous pourrions dire que l'image médiatique d'aujourd'hui est l'image d'archive de demain.

¹ G. Deleuze, « Lettre à Serge Daney », in *Pourparlers, 1972-1990*, Paris, les Éd. de Minuit, 2003, p105. La « noétique » renvoie à l'étude philosophique de la pensée.

² J. Baudrillard, *Simulacres et simulation*, Paris, Éditions Galilée, 2017, p125.

- 4) Une image médiatique **témoigne d'une subjectivité**. C'est probablement le critère qui soulève le plus d'enjeux : derrière l'information se trouve le (ou les) émetteur(s) et avec lui (eux) un regard, un point de vue, une manière de raconter, de s'approprier l'événement décrit.

Fig.2



Si nous survolons ces cinq exemples d'images médiatiques, nous nous apercevons qu'elles peuvent prendre des formes tout à fait différentes selon leur époque, leur support de visualisation ou leur finalité. *Olympia* (image a), réalisé par Leni Riefenstahl en 1936, est aussi bien un documentaire sur les Jeux Olympiques de Berlin qu'un film de propagande nazie savamment mis en scène et dont les idées de prises de vue ont fortement influencé de nombreux cinéastes dans l'histoire du cinéma. Le film d'Abraham Zapruder (b), témoignant de l'assassinat du Président Kennedy en 1963, marque l'avènement des films amateurs (parfois appelés *found footage*) et de leur portée médiatique lorsqu'ils capturent des événements majeurs. L'allocution présidentielle transmise en direct (c), format phare de la télévision, peut elle aussi emprunter au cinéma ses effets de mise en scène lorsque Valéry Giscard d'Estaing, suite à la victoire de François Mitterrand en 1981, tourne le dos à la caméra pour s'en aller vers le hors-champ. Aujourd'hui, les *mèmes* (d) - détournement d'un dessin ou d'une photo - sont devenus de vrais outils de caricature viraux, comme celui-ci qui a entre autres servi à illustrer l'inaction des pouvoirs publics face à l'urgence climatique. Enfin les *reels*, courtes vidéos publiées sur les réseaux sociaux (e), auxquelles se prêtent maintenant les chefs de gouvernement comme Joe Biden, proposent le plus souvent un contenu léger, drôle et captivant, et se définissent autant par leur contenu que par l'affichage de leurs valeurs chiffrées comme le nombre de « likes », de partages et de commentaires.

Du film institutionnel à la prise de vue amateur, du grand écran aux réseaux sociaux en passant par la télévision, ce bref aperçu d'une part souligne la diversité des images qui couvrent le champ médiatique, et d'autre part suppose que ce caractère médiatique ne relève pas d'une binarité mais d'un continuum. C'est ce continuum entre le « cinématographique » et le « médiatique » que l'on considérera dans ce travail plutôt que leur opposition, et qui rendra plus intéressante l'analyse des films de notre corpus et les formes de télescopages entre la caméra des cinéastes et les images qu'elle filme.

Dans ce travail, nous proposons d'étudier certains exemples de mise en scène des écrans médiatiques à travers trois films américains, *Network* (Sidney Lumet, 1976), *Des Hommes d'Influence* (Barry Levinson, 1997) et *Don't Look Up* (Adam McKay, 2021). Les États-Unis ne sont pas les seuls à avoir abordé de tels sujets. La France compte aussi des œuvres traitant de la télévision comme la comédie de Jean-Pierre Mocky *La Grande Lessive* (1968). Comment ne pas citer également l'immense Federico Fellini et son film de 1985, *Ginger et Fred*, qui laisse percevoir le regret d'un cinéaste face à l'érosion des potentialités artistiques de la télévision. Notre limitation au rayon états-unien, cependant, permet de souligner la part prépondérante des médias dans la culture et l'évolution de la société américaine des années 1970 jusqu'à aujourd'hui. Nous préférons ainsi à la démarche thématique une analyse chronologique de chacun des trois films. Une vingtaine d'années sépare à chaque fois *Network* (1976), *Des Hommes d'Influence* (1997) et *Don't Look Up* (2021), ce qui marque trois périodes distinctes, bien que liées, autant dans les logiques du pouvoir que dans les avancées technologiques des médias ou dans le rapport qu'entretient la population avec les images :

Network (1976) raconte le transfert d'un bien public, l'information, aux mains de la finance nationale et étrangère, à une époque où la télévision compte raviver une population ternie par un climat de tension et de crise. Le film sort trois ans après l'année 1973 où, suite à la défaite au Vietnam, les États-Unis perdent leur légitimité sur la scène internationale. La même année s'ajoute à cela la crise économique due à l'embargo pétrolier des pays de l'OPEP, qui provoque stagnation de la croissance et forte inflation et perturbe l'hégémonie américaine. L'administration de Nixon, elle, voit ses pratiques illégales dévoilées lors du scandale du Watergate et les gouvernants perdent la confiance des citoyens. Au même moment, face à un État décrédibilisé et au déclin manifeste de la « Pax Americana », on assiste à l'accroissement du phénomène de rachat de firmes par des

conglomérats financiers, point de départ de l'intrigue de *Network*. En osmose avec son époque contemporaine, ce que le film de Lumet nous raconte à travers le monde de la télévision, c'est la naissance du néolibéralisme.

Deux décennies plus tard, *Des Hommes d'Influence* (1997) illustre le retour de l'image américaine sur la scène géopolitique (avec la Guerre du Golfe) et la médiatisation de la guerre comme vecteur culturel. L'intrigue du film porte sur l'invention d'une guerre fictive visant à biaiser l'opinion publique en faveur de la réélection du Président sortant. L'intervention américaine et sa médiatisation s'inspirent fortement des événements de 1990-1991 : suite à l'invasion du Koweït par l'Irak, les États-Unis ainsi que plusieurs pays sous sa direction envoient leurs forces militaires en Arabie Saoudite, d'abord pour une opération de défense (« Bouclier du Désert ») puis pour une offensive envers l'Irak (« Tempête du Désert »). Avec la présence sur place de journalistes de grands médias télévisuels, le contrôle accru de l'information par l'armée américaine et la technologie du direct, c'est un nouveau rapport à la guerre qui est inventé : elle est vue comme un spectacle quotidien, offre des images inédites qui suscitent son encouragement et fait vivre le mythe national contemporain.

Aujourd'hui, *Don't Look Up* (2021) décrit, face à la mégalomanie des pouvoirs technologiques, l'hystérie et l'aveuglement d'une société - d'internautes - sur laquelle pèse la catastrophe climatique en cours. Deux astrophysiciens tentent d'alerter sur une comète en approche (métaphore du réchauffement de la planète) et se confrontent à l'indifférence de leurs auditeurs. L'élaboration du projet du cinéaste est contemporaine de la pandémie de Covid-19, bouleversement de nos modes de vie et de communication ayant mis en lumière les failles d'un système mondialisé, et de la présidence de Donald Trump ayant mené, entre autres réformes controversées, au retrait de l'Accord de Paris sur le climat. Le film s'inscrit dans une ère marquée par l'inaction climatique, une technophilie obsessionnelle et l'explosion des réseaux sociaux comme nouveaux espaces publics.

Chacun des trois cinéastes brosse, dans ces moments charnières de l'histoire du pays, une société consommatrice d'images où la nouvelle culture visuelle ne cesse de se coupler à ces nouveaux états du monde, entre néolibéralisme, mythe national et mondialisation par le numérique. Notre étude suivra pour chaque film un schéma similaire : nous commencerons par analyser la mise en scène de ce système en réseaux sur lequel fonctionnent les institutions médiatiques, puis nous resserrerons notre échelle de lecture pour nous intéresser à la place de l'individu parmi cette circulation d'images. Nous développerons notre réflexion à la lumière d'un motif proprement

cinématographique : l'écran. Si nous employons dans notre titre l'expression « écrans médiatiques », c'est parce que nous plaçons l'objet *écran* comme axe principal de notre analyse des images. Pour Mauro Carbone, « *les écrans* sont devenus les *dispositifs* à travers lesquels nous regardons le monde³ ». Prendre en considération l'écran apporte une autre échelle de lecture de l'image : l'écran est la matérialisation de l'image dans un espace. Parler de l'écran, c'est parler de l'image mise en contexte. C'est aussi rendre compte du régime d'image que l'on voit. Dans les exemples d'image médiatique cités plus haut, les écrans, qui vont du smartphone à l'écran de cinéma, en passant par le téléviseur cathodique, induisent chacun une lecture différente de l'image et impliquent pour le cinéaste une manière différente de les mettre en scène. Le contenant de l'image est aussi important que son contenu. Comme le dit Marshall McLuhan, « le médium, c'est le message »⁴.

Notre corpus réunit trois films, trois époques et un genre : la satire. Loin du bêtisier et de la moquerie facile, ce genre de la comédie n'omet jamais d'analyser en détail les personnalités dont ses personnages sont les reflets, et dont il dresse un portrait à la fois juste et grinçant. La satire médiatique, c'est là où le véridique est synonyme d'absurde, là où gravité et légèreté vont de pair, là où la représentation des êtres sur un écran et leur automatisation par l'image médiatique rejoignent la célèbre thèse de Bergson : le rire est « du mécanique plaqué sur du vivant »⁵.

Mais derrière la comédie se trouve, discrète, la mélancolie « fellinienne » de trois cinéastes ayant débuté leur carrière dans la télévision. Nous verrons qu'il n'est pas question pour eux d'un simple procès d'intention envers la télévision et Internet, redoutables rivaux et complices du cinéma, mais de se fondre dans leurs écrans, d'y trouver une certaine complaisance tout en l'affrontant. Résulte de cette assimilation d'un régime d'image par un autre, de ce double jeu des écrans, une vérité double. Une ambivalence chez les images et les êtres perdus à la frontière brouillée entre le réel et le virtuel, là où, pour reprendre Baudrillard, « médium et réel sont désormais une seule nébuleuse indéchiffrable dans sa vérité »⁶. Nous pensons que ces inventions esthétiques ouvrent la voie vers

³ M. Carbone, « Délimiter pour excéder », in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, in *Images, médiums*, no. n. 3, Milan] [Paris, Éditions Mimésis Pollen-Littéral diffusion et distribution, 2016, p7.

⁴ M. McLuhan, *Pour comprendre les médias : les prolongements technologiques de l'homme*, France, Points, 2015. Il s'agit du titre du premier chapitre.

⁵ Voir H. Bergson, Worms, F., & Sibertin-Blanc, G. (2012), *Le rire : Essai sur la signification du comique* (14e éd), Presses universitaires de France.

⁶ J. Baudrillard, *Simulacres et simulation*, op-cit, p125.

un mouvement cinématographique potentiel : citons ici quelques œuvres qui pourraient y appartenir, notamment certains films français récents comme *France* (Bruno Dumont, 2021) et *La Bête* (Bertrand Bonello, 2023), ou bien la série britannique *Black Mirror* (anthologie dystopique écrite par Charlie Brooker entre 2013 et 2023). Un cinéma de plus en plus amené à s'emparer des images qui gravitent autour de lui à une époque où il semble se déraciner de l'imaginaire collectif. Dans ce climat actuel, il nous semble important de retourner cinquante ans en arrière et de retracer, depuis *Network* jusqu'à *Don't Look Up* en passant par *Des Hommes d'Influence*, cette petite facette de l'histoire du cinéma qui puise dans ces images autres pour se valoir comme mouvement de résistance face à son propre reflux.

Notre Partie Pratique de Mémoire (PPM) est un film de fiction que nous avons écrit et réalisé. Nous nous mettons dans la peau d'un metteur en scène et explorons, en nous inspirant des films du corpus, les différentes possibilités de cadrage et de montage des écrans médiatiques. Notre court-métrage d'anticipation met en scène un débat politique animé par deux youtubeurs et retransmis en direct, au cours duquel l'une des deux invitées, Maud Villebeau, subit un violent lynchage médiatique de la part de son adversaire et des internautes. L'enjeu premier étant, dans notre PPM comme dans notre corpus filmique, d'illustrer l'impact de ce système d'écrans sur la condition de l'individu.

PREMIÈRE PARTIE.
**Les écrans médiatiques à l'ère de la
libéralisation de l'information - *Network*
(Sidney Lumet, 1976)**

Network est le vingt-quatrième des quarante-quatre longs-métrages signés par Sidney Lumet. Il s'agit d'une satire sans concession sur l'industrie télévisuelle américaine de l'époque, avec pour protagoniste le présentateur d'une émission d'information, Howard Beale, qui apprend qu'il sera licencié à cause de son audimat médiocre. Suite à cette nouvelle, Beale annonce en direct qu'il se suicidera devant les caméras la semaine suivante. D'abord un scandale pour la direction de la chaîne, les propos du présentateur chaque semaine seront progressivement mis à profit par les producteurs pour gagner en audience et faire de l'émission un spectacle populaire et polémique.

Le cinéaste réalise ce film en 1976, au milieu d'une décennie marquée par l'essor du Nouvel Hollywood et de ses sujets qui tendent à rompre avec un certain idéalisme du cinéma classique américain. N'étant pas complètement associé au Nouvel Hollywood, car faisant partie d'une génération antérieure, Lumet s'investit toutefois dans ses thèmes comme la corruption, la marge, la contre-culture, et surtout le lien entre individu et système. Le personnage typique de ses films de cette décennie est un individu « broyé par la machine systémique », que ce soit la police et le tribunal dans *Le Gang Anderson* (1971) et *Serpico* (1973), ou les médias dans *Un après-midi de chien* (1975) et *Network* (1976). Pour Jean-Baptiste Thoret, cette machine systémique « tire le personnage vers le haut avant de le détruire, de l'écraser architecturalement. L'individu est perdu comme une figurine dans la machine institutionnelle qui l'écrase totalement⁷ ».

Nous sommes loin des valeurs inculquées par le protagoniste des *12 hommes en colère* (1957), premier film de Sidney Lumet, qui raconte à travers Henry Fonda le triomphe et la vertu de la démocratie américaine⁸. Ici, Lumet et son scénariste Paddy Chayefsky offrent une vision plus sombre de l'Amérique, jalonnée par l'assassinat du président Kennedy, l'ère du soupçon et des théories du complot, la guerre au Vietnam ou bien le choc pétrolier. Ce climat de tension, parfois d'hystérie, est couplé à des logiques libérales en pleine effervescence qui accentuent le lien entre divertissement et violence quotidienne. Ainsi les événements comme les braquages médiatisés ou les suicides en direct inspirent les sujets de *Un après-midi de chien* et de *Network*. Un des personnages du film à la tête de la programmation de la chaîne, Diana Christensen, affirmera à 4min26 vouloir raviver ses téléspectateurs par une sélection d'émissions chocs : « [...] les Américains deviennent maussades. Ils ont été éprouvés par le Vietnam, le Watergate, l'inflation, la

⁷ « Sidney Lumet, un juste en colère - Jean-Baptiste Thoret - Vidéo Dailymotion », Dailymotion, [En ligne], Disponible sur <https://www.dailymotion.com/video/x2knp4h>. Citation précédente également.

⁸ A. Devillard, « L'homme et le système », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge*, Revue Eclipses, in Eclipses, no. 48, 2011, p46.

crise. Ils sont déconnectés, bousillés, il n'y a rien pour les aider. [...] les Américains veulent une personne qui exprimerait leur rage. [...] Je veux des émissions virulentes. »

Le contexte télévisuel de l'époque justifie également l'écriture d'un tel scénario. Sébastien Denis écrit dans la revue *Eclipses* que nous sommes à un « moment particulier de l'histoire des médias qui voit le passage de la première télévision (celle des grands moments du journalisme télévisé des années 1950) à une télévision plus clairement orientée vers le profit, avec de nouveaux outils dédiés au calcul du taux d'audience et donc du tarif publicitaire de l'antenne »⁹. Il note à ce propos la similitude entre le nom de la grande firme de sondages Nielsen et celui des personnages à la tête de la chaîne télévisuelle dans *Network*, Jensen et Christensen. Le film est aussi inspiré des tentatives de rachat des principales chaînes télévisuelles par de grands groupes, comme le dit Sidney Lumet au journal *L'Humanité* :

« [...] le film est intéressant car basé sur la tentative de la compagnie ITT de s'emparer d'un des trois grands réseaux de télévision : la chaîne ABC. Le network du film est fictif mais, manifestement, c'est l'extrapolation de ce qui se serait passé si l'achat d'ABC avait réussi.¹⁰ »

Cette même époque voit émerger aux États-Unis de nouvelles réflexions et une pensée critique des médias et de la télévision avec Marshall McLuhan (*Pour comprendre les médias*, 1964), qui met en garde sur les « prolongements technologiques de l'homme »¹¹.

Network est écrit par Paddy Chayefsky, vrai porteur du projet avant Lumet. Après avoir écrit *L'Hôpital* où il dénonce sévèrement la situation des hôpitaux américains, il propose ici un vrai pamphlet sur le nouveau visage de la télévision, la course au chiffre et le règne de la publicité. Selon Lumet, il aurait trouvé « l'image parfaite » pour parler de l'Amérique. Pour lui « la télévision comme média en dit plus sur notre pays que n'importe quoi d'autre [...] »¹². En ce sens, *Network*

⁹ S. Denis, « La télévision à l'ère du spectacle », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge*, ibid, p56.

¹⁰ J. Thibau, « Network - Entretien avec Jacques Thibau », *L'Humanité*, Paris, 24 mars 1977.

¹¹ S. Denis, « La télévision à l'ère du spectacle », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge* op-cit, p57.

¹² Entretien avec Sterritt, D., in S. Lumet et J. E. Rapf, *Sydney Lumet: interviews*, 1st ed, in *Conversations with filmmakers series*, Jackson, University Press of Mississippi, 2006p,70-71

propose une véritable « personnification du pouvoir télévisé¹³ » à travers ses personnages principaux :

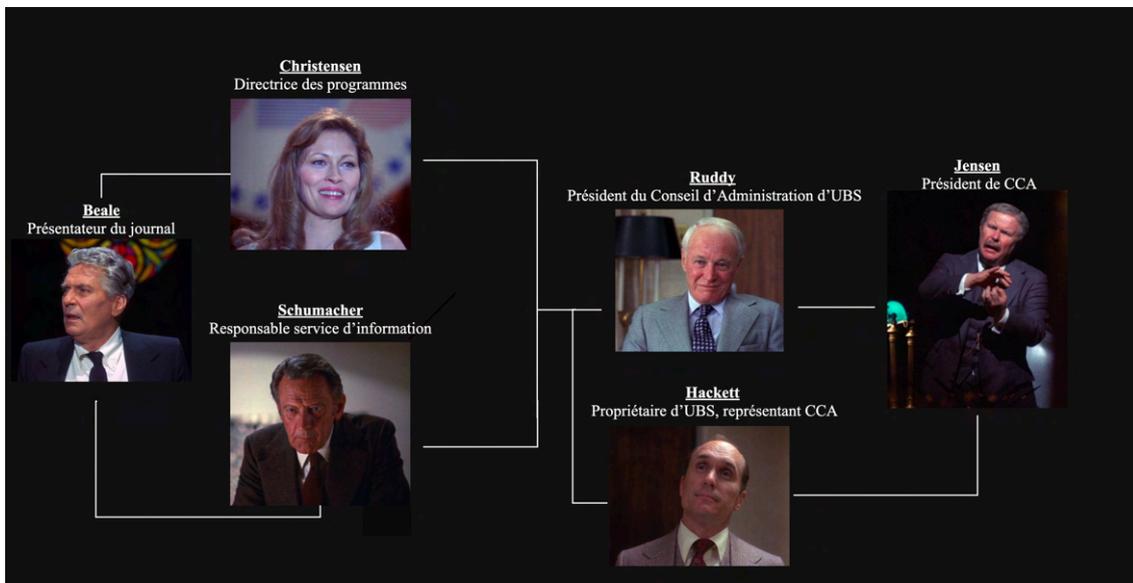


Fig.3

Sur le schéma ci-dessus, Howard Beale, présentateur et mascotte de la chaîne UBS se trouve en bas de la pyramide hiérarchique. Son ami Max Schumacher, responsable du service d'information, est un producteur soucieux du contenu de son émission. Diana Christensen, directrice des programmes, incarne la nouvelle génération intéressée par le chiffre et la concurrence. Au-dessus d'eux, Ruddy est le Président du Conseil d'Administration d'UBS. Franck Hackett est propriétaire de la chaîne et représentant de la maison mère CCA (la Communication Corporation of America). Enfin, tout en haut de la chaîne figure Arthur Jensen, le président du groupe CCA et l'allégorie même du néolibéralisme. Pions essentiels de l'échiquier médiatique, ces personnages dépeignent tout un univers façonné par les différentes images publicitaires et images de feuilleton auxquelles ils se mêlent. Un univers fait d'écrans que nous tenterons de décrire au premier chapitre.

Cette critique ferme à l'humour grinçant inscrit le film dans la tradition juvénalienne de la satire, que Michael Tueth oppose, dans son chapitre sur ce genre de la comédie, à la satire horacienne. Cette dernière serait douce et légère, critique des vices de l'homme et de la bourgeoisie, tandis que la satire juvénalienne serait plus agressive et méprisante envers les classes supérieures et nommerait

¹³ S. Denis, « La télévision à l'ère du spectacle », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge* op-cit. p57.

ses cibles¹⁴. Malgré l'aspect pamphlétaire et éminemment satirique du film avec ses personnages archétypaux, Sidney Lumet parvient tout de même à laisser transparaître au spectateur, comme dans la plupart de ses films, un questionnement, une incertitude quant aux véritables intentions de son personnage principal et de son positionnement moral. Pour Jean-Baptiste Thoret, l'intégrité absolue chez ses protagonistes n'existe pas, ils « partent bien, ils sont moraux, et progressivement rentrent dans le gris¹⁵ », à l'instar de Serpico dans le film éponyme, de Howard Beale dans *Network* ou de Daniel Chiello dans *Le Prince de New-York*. Dans le cas de Beale, cette ambivalence se manifeste précisément par sa représentation via les écrans de télévision. Nous analyserons au deuxième chapitre ce lent basculement d'un acte de révolte réfléchi vers un acte vidé de son sens, ainsi que la manière dont les écrans dans *Network* transforment un être libre et subversif en un pantin médiatique.

¹⁴ M. Tueth, *Reeling with laughter: American film comedies--from anarchy to mockumentary*. Lanham, [Md.], Scarecrow Press, 2012, p101.

¹⁵ « Sidney Lumet, un juste en colère - Jean-Baptiste Thoret - Vidéo Dailymotion », Op-cit.

CHAPITRE 1. Dépeindre l'univers médiatique

A) Frénésie et polémique

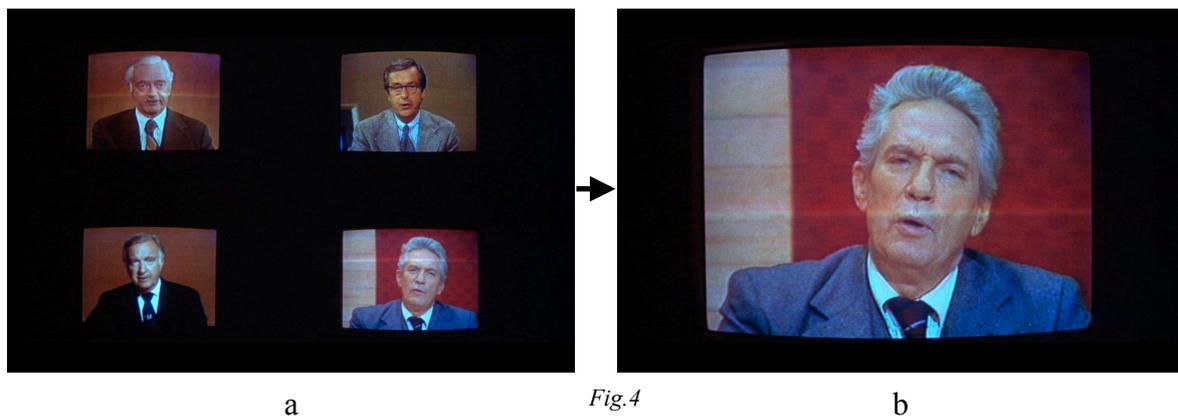
Après des films comme *Un homme dans la foule* (Elia Kazan, 1957), *Network* s'inscrit dans la lignée des œuvres inspectant la télévision comme un média à la fois frère et rival du cinéma. Poser la critique de l'image télévisuelle par l'image cinématographique, c'est d'abord questionner profondément leur relation, leurs différences et ressemblances. C'est à cette mission que s'emploient le critique Serge Daney ainsi que le philosophe Gilles Deleuze pour qui la comparaison de ces deux médias se fait moins dans leur « type d'image » que dans leur « fonction ». Dans sa *Lettre à Serge Daney*, Deleuze met la « fonction esthétique » du cinéma (aussi appelée fonction « supplémentaire »), propre à « embellir la Nature » ou la « spiritualiser », et la « fonction sociale et technique » de la télévision, la dernière étant également « fonction de contrôle et de pouvoir, règne du plan moyen qui récuse toute aventure de la perception, au nom de l'œil professionnel¹⁶ ». Il ne s'agit pas dans les films de représenter la télévision comme l'ennemi suprême, mais au contraire d'éprouver une certaine empathie à son égard, de s'en imprégner pour mieux s'opposer au pouvoir et au contrôle. Rappelons les débuts de Sidney Lumet à la télévision où le cinéaste a réalisé de nombreuses dramatiques télé en direct. L'exercice du direct, véritable école de découpage et de scénographie, fut pour lui le moyen de forger sa mise en scène et sa méthode de direction avant de passer au cinéma. La complicité entre ces deux formes audiovisuelles est le point de départ du projet de Paddy Chayefsky, qui souhaite comprendre et témoigner des nouveaux ressorts de la télévision dont il était lui aussi proche à ses débuts, avant son évolution dans les années 1970. Au lieu du procès caricatural, Sidney Lumet adopte la stratégie du « retournement » que définit Deleuze : la vraie critique ne se formerait pas en contournant la forme télévisuelle mais en s'y « glissant ».

« Aller au cœur de la confrontation, ce serait presque se demander si le contrôle ne peut pas être retourné, mis au service de la fonction supplémentaire qui s'oppose au pouvoir : inventer un art du contrôle, qui serait comme la nouvelle résistance. Porter la lutte au cœur du cinéma, faire que le cinéma en fasse son problème au lieu de le rencontrer du dehors [...]. »¹⁷

¹⁶ G. Deleuze, *Pourparlers*, 1972-1990, op-cit, pp103-105.

¹⁷ G. Deleuze, *ibid*, p106.

En ce sens, le réalisateur de *Network*, vétérane de la télévision, prend le parti d'opérer une progression du style visuel de son film, partant d'un état naturaliste vers une reproduction des codes de la publicité. C'est ce que défend le chef-opérateur Owen Roizman lors d'un entretien accordé à la revue *American Cinematographer*, où il parle essentiellement de la progression de l'éclairage entre les différentes phases « naturalistes », « réalistes » et « publicitaires » du film¹⁸. Mais ce qui est plus signifiant pour nous, dans le glissement entre les différents types d'image, c'est avant tout la mise en scène des écrans cathodiques du film, présents en chaque coin de décor, écrans de la représentation et vitrines d'un espace à part, lieux de formation du double et de l'ambivalence du réel. Nous souhaitons ainsi nuancer le propos de Deleuze pour qui la « fonction » serait le seul élément de comparaison des deux médias, en mettant en avant ici « l'image » dans sa mise en forme et sa nature technique.



Le premier plan de *Network* annonce déjà l'omniprésence des écrans dans le film. Dans son cadre de départ (plan a ci-dessus), nous apercevons quatre écrans disposés selon un quadrillage ordonné, détachés d'un fond noir. Quatre présentateurs s'adressent en même temps au même spectateur, celui du film, comme s'il combinait l'ensemble des téléspectateurs des différentes antennes de la région. Nous reconnaissons la forme bombée de la surface des téléviseurs cathodiques, emblèmes des foyers américains et éléments constitutifs du quotidien et du comportement des gens. Le flot continu des quatre voix entremêlées compose non sans ironie le refrain vespéral et berçant auquel s'adonne l'auditeur. Derrière la satire, Chayefsky et Lumet ayant tous les deux travaillé auparavant à la télévision partagent avec elle une histoire d'amour et de haine. Lumet dit à ce propos :

¹⁸ H. A. Lightman, « Network and How it Was Photographed », *American Cinematographer*, avr. 1977, [En ligne], Disponible sur <https://theasc.com/articles/network-how-it-was-photographed>

« Ce n'est pas nous qui l'avons quittée, c'est elle qui nous a quittés. [...] Personne n'a jamais assis un gamin de deux ans et demi au premier rang d'un cinéma pour le calmer. La télévision est utilisée comme babysitter et pacificatrice. Elle est dans la maison, sans restriction. Et c'est en ça qu'elle est liée au comportement des Américains [...]»¹⁹ »

Ce premier plan vise alors non seulement à esquisser le paysage médiatique sur lequel a enquêté le scénariste, mais aussi à affirmer le rapport personnel du cinéaste au sujet qu'il traite. Derrière la critique sardonique se cache une forme de nostalgie et de rapport complexe à la télévision qui a constitué pendant longtemps l'âme du cinéaste, d'abord en tant que spectateur puis en tant que réalisateur de dramatiques télé.

La caméra effectue toujours dans le même plan un mouvement de zoom vers un des quatre présentateurs, Howard Beale (Peter Finch), qui finit isolé dans le cadre (b). Resserrement du champ significatif de la relation entre le personnage et le « network ». Parmi cette profusion matérielle et la complexité du système, on va s'intéresser à un individu, profondément lié à ce système.

Près de la cinquième minute du film, Beale sort de sa loge de maquillage et se dirige vers le plateau où il présente tous les mardis son émission d'information hebdomadaire. Il passe entre les deux cadreurs qui effectuent leurs derniers réglages et s'installe à son bureau. En parallèle, la salle de régie vidéo organise la transition entre le programme en cours, une allocution de Gerald Ford, (Président de 1974 à 1977) à propos de la tentative de son assassinat, et le programme présenté par Beale qui va suivre. L'archive audio de Ford que l'on entend est le premier signe de l'ancrage du film, sorti en 1976, dans l'actualité de l'époque. Les éléments fictifs de l'intrigue cohabitent avec des éléments bien réels. Avant d'entrer à l'intérieur des studios, le cinéaste s'attarde sur les différents sièges des chaînes nationales mondialement connues, CBS, NBC, ABC, filmées de l'extérieur comme un reportage, et finit sur la devanture d'UBS, la chaîne fictive au cœur de la narration.

La caméra se ballade donc dans cette salle régie dont on apprendra plus tard dans la séquence qu'elle est divisée en deux parties : la régie principale et la régie son. À l'aide d'un travelling indolent, le cinéaste expose non seulement la multiplicité des écrans et des points de vue en montrant un village vidéo comportant dix écrans, mais aussi la désinvolture des régisseurs en parfait contraste avec la vision totale, presque sans angle mort que leur offrent ces écrans. Seul le monteur semble prêter attention aux mots du président Ford tandis que ses deux collègues tiennent

¹⁹ Entretien avec D. Sterritt, in S. Lumet et J. E. Rapf, *Sidney Lumet: interviews*, op-cit, p.70-71

compagnie à une employée en la séduisant l'un après l'autre, pendant qu'un autre mâche un gros morceau de gâteau. Le comique de décalage qu'instaure ce long plan en travelling caractérisera par la suite les coulisses de l'émission. Aussi, ce plan d'exposition suit à lui seul, en commençant par un écran sur le présentateur du premier programme et en finissant sur Howard Beale qui prend la relève, la continuité ininterrompue des images et des sons médiatiques. Nous pourrions interpréter la forme de ce mouvement comme une boucle, avec pour point d'arrivée les mêmes écrans qu'au point de départ mais où une nouvelle image se substitue à la précédente.

Fig.5



Plan d'exposition en travelling-panoramique de la régie principale

Dans le cadre final de ce plan, les écrans nous montrent des images dont certaines présentent les deux axes de caméra du plateau (un plan large et un plan serré). Elles sont pour la plupart entièrement bleues, couleur indicatrice de leur statut d'attente. Nous soupçonnons la pellicule (probablement équilibrée à 3200 kelvins pour une lumière chaude d'intérieur) de refroidir cette couleur encore plus qu'elle l'est déjà. Parmi elles figure une image colorée, plan serré sur Beale de face, qui correspond à ce qui est transmis en direct. Cette image en couleur porte tous les enjeux de la chaîne, sa réputation, son audimat, son chiffre, c'est dans celle-ci que tout se joue et vers elle que tous les yeux doivent être rivés.

Beale entame alors son discours et nous revenons au décor du plateau. Ce passage d'un espace à l'autre se fait d'ailleurs régulièrement par le biais d'un écran. C'est lui qui assure la liaison entre les deux espaces : lors des trois premiers passages de la régie au plateau et inversement, on cadre avant ou après la coupe l'écran retransmettant l'image du plateau. Nous notons au passage l'absence de traitement différencié entre la voix réelle de Beale et celle de la retransmission. L'altération de son timbre n'est pas jouée au mixage, probablement pour fluidifier les transitions entre les deux lieux et pour maintenir notre proximité avec le personnage.

L'écran de retransmission constitue un cadre dans lequel est contenu Beale. L'accessibilité visuelle et sonore au personnage reste déterminée instantanément par quelqu'un d'autre : en un seul clic, on peut faire taire le présentateur, à l'aide d'une coupe publicitaire ou d'un message d'erreur technique. Lorsque Beale annonce avec un ton neutre qu'il se suicidera devant les caméras à la

même heure le mardi suivant, personne ne semble l'écouter. Son image apparaît au fond du cadre, dans le flou. Le personnel de la régie, préoccupé par d'autres choses, ponctue ses propos par des phrases qui n'ont rien à voir. Le faux dialogue qui en résulte crée un rythme par l'absurde : « Étant donné que ce journal était ma seule raison de vivre, j'ai décidé de me suicider. » « - Elle a dit quoi ? [en riant à une anecdote] » ; « Je me ferai sauter la cervelle au cours de ce journal, dans une semaine. » « - Dix secondes avant la publicité ».



Fig.6

Lorsqu'une publicité pour boissons est lancée, elle se juxtapose avec l'image de Beale parmi la mosaïque d'écrans de la régie (ci-dessous), tout en prenant sa place au sein de l'écran principal, celui en couleur. Lui et l'image des bouteilles sont presque confondus sans aucune différenciation dans le flot continu d'informations. L'apparition du slogan publicitaire « Why compromise? » ne nous semble pas anodine. Elle peut être lue comme un argument consumériste tout autant qu'une forme d'insoumission incarnée par Beale. Cette cohabitation entre le personnage et les images publicitaires deviendra un motif du film, qui ne cessera de reléguer son protagoniste au rang des objets de plaisirs. Il apparaît avec eux à travers les écrans, qui font office de vitrine par laquelle il s'expose comme produit en vente. Toute énergie propre à son humanité s'adapte alors à la douceur hégémonique des annonces commerciales aux musiques moelleuses. Ce ne sont plus les images de publicité qui cherchent à reproduire la vivacité du réel, mais bien le réel qui s'accorde sur leur monotonie. Cette disposition d'écrans que l'on retrouvera plus tard dans le film amène à l'uniformisation des corps et des objets, à leur alignement dans le même registre. L'écran a cette particularité de réifier le réel et les personnes et c'est en cela qu'il est un outil critique fort pour le cinéaste.

Quand les responsables réalisent enfin ce qui vient d'être dit, l'agitation envahit la pièce : on demande fermement à Beale ce qui lui passe par la tête et ce dernier prétend ne pas entendre, tandis



Fig.7

que l'équipe technique tente de le faire dégager de force. Le montage devient tout de suite plus rythmé et dynamique. Dans son livre *Sidney Lumet - Film and Literary Vision*, Frank Cunningham parle de « surréalisme frénétique » et « d'énergie motrice²⁰ » à propos du film. Ce qui est dans un premier temps contrôlé et millimétré devient complètement désordonné. Les plans sont d'abord longs puis de plus en plus courts, les coupes sur les mouvements se font plus nombreuses et les voix se multiplient et se chevauchent. Lorsque le direct reprend et que l'on accourt dans la salle de régie son afin de couper les micros dans l'urgence, un effet de montage a lieu qui consiste à remettre le plan de la mosaïque d'écrans de la régie principale. Un simple raccord regard avec l'ingénieur du son nous permet d'accepter l'existence en double des mêmes écrans dans la régie son. À l'aide d'un simple raccord, les moniteurs de retransmission sont alors décuplés et le foisonnement d'images accentue l'effet comique du chaos. Les gags s'enchaînent au sein de cette altercation à distance : la phrase colérique du responsable, « what the fuck is going on Howard? », est répétée et chuchotée mot pour mot par l'assistant technique sur le plateau. La musique douce de la publicité laisse place à une scène de cirque où l'on voit Beale cramponné à son bureau, image dont la démultiplication par les écrans accentue le ridicule avant la coupure nette du vacarme.

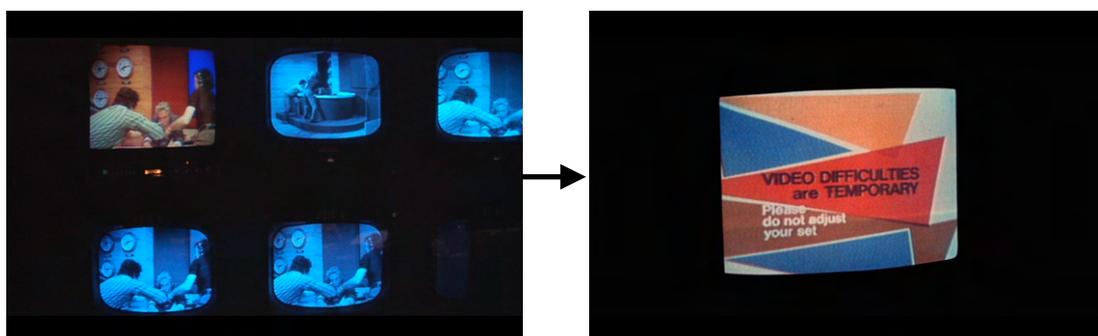


Fig.8

²⁰ F. R. Cunningham, *Sidney Lumet: film and literary vision*, Lexington (Ky.), University Press of Kentucky, 1991, p222.

La capacité de l'écran, que nous évoquions plus haut, à réifier le réel et les personnes donne à cette séquence sa dimension farcesque, à l'instar du personnage de Charlot dans *Les Temps Modernes*. Les êtres sont transformés en choses, en figures du virtuel se mouvant à trente images par seconde (cadence télévisuelle américaine). Leur encadrement par les contours de l'écran et la démultiplication à l'identique de leur image les réduit à un état de sujétion. Ils sont assimilables à des figurines mobiles, à des « difficultés vidéo » comme le montre le message d'erreur. Cette mécanisation du vivant ne pourrait être mieux retracée que par ce formidable outil de décomposition du mouvement et du temps qu'est la caméra de cinéma, qui s'impose alors comme moyen de résistance face à ces encadrements par les écrans. Nous verrons plus profondément dans le deuxième chapitre ce choc entre caméra et écran, mise en application parfaite de cet *art du contrôle* suggéré par Deleuze.

Nous pourrions suggérer à ce point du film le début d'émancipation du personnage de Beale, qui mettrait cette situation chaotique au profit d'un acte de révolte. Mais l'entrée en jeu du personnage de Diana Christensen inversera la nature de cet acte de révolte en y voyant l'opportunité de redynamiser le programme de la chaîne.

B) Diana Christensen, agent du divertissement

Diana Christensen, responsable des programmes de la chaîne UBS, est une jeune femme perçue comme un vent de fraîcheur pour la direction car porteuse de nouveaux projets originaux, mêlant des sujets d'actualité poignants et controversés à des feuilletons télévisés haletants. Nous la voyons pour la première fois lors d'une projection privée dans le cadre du service d'information de la chaîne à laquelle elle s'est invitée. Dès cette première apparition, elle s'immisce dans le secteur de l'information qui n'est pas le sien et assiste à ce qui devrait apparaître au journal du soir : une interview d'une militante communiste, suivie du braquage d'une banque perpétré et filmé par un groupe terroriste, « l'Armée œcuménique de libération ». Ce groupe fait directement écho à l'Armée de libération symbionaise, un mouvement d'extrême-gauche armé et violent ayant existé entre 1973 et 1975 et ayant perpétré plusieurs meurtres, braquages et enlèvements. Dès lors, dans ce champ-contrechamp entre la jeune directrice et l'écran (photogrammes ci-dessous), le portrait de

Christensen est associé au sensationnalisme de ces images inédites. « C'est formidable », lâche-t-elle.

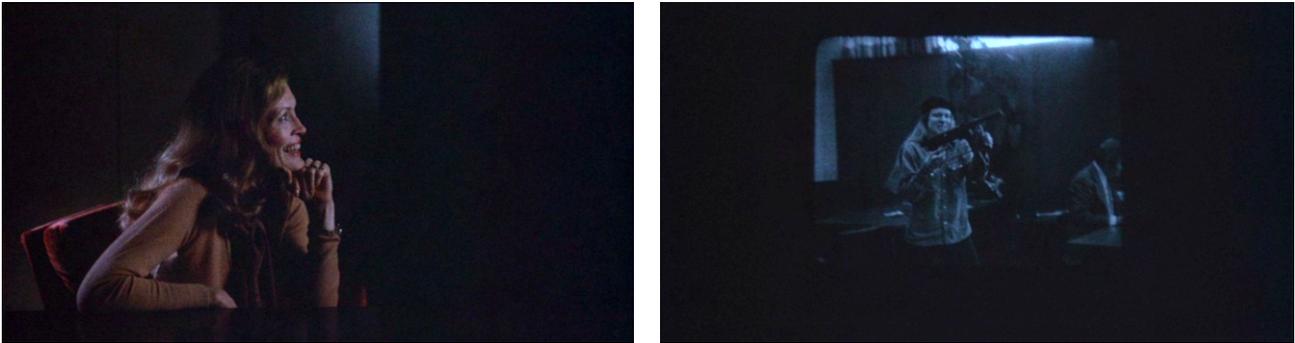


Fig.9

Ce qu'elle voit et adore, c'est la miscibilité du réel et du spectacle qu'offre cette image médiatique aux codes esthétiques spécifiques : tourné avec une caméra de poing de type Super 8, le plan du braquage effectue des panoramiques agités entre les différents braqueurs et des zooms sur leur visage alors qu'ils sont en mouvement. L'instabilité du cadre est gage de vraisemblance tandis que la situation évoque le cinéma d'action. L'esthétique d'une telle image renvoie nécessairement au film d'Abraham Zapruder, témoin fatal de l'assassinat de Kennedy à Dallas en 1963, diffusé plus de dix ans après à la télévision en 1975, un an avant la sortie de *Network*. Ces documents muets délivrent derrière le flou et le grain de leur image une information difficile à capter. À première vue, ils se donnent moins la mission d'informer que de nous faire vivre une tranche de réel prise sur le vif. Ce qui semble éveiller nos pulsions à leur visionnage, comme pour Diana Christensen, c'est bien la collision entre l'ampleur et la gravité de l'événement et l'amateurisme de la prise de vue. La perturbation du cadre et la qualité de l'image renvoient à l'usage quotidien et intime des caméras Super 8 et rendent plus étroite notre relation à l'événement filmé. Ce type d'image coche les cases du programme parfait convoité par Christensen, qui ne tardera pas à s'emparer de ces figures médiatiques pour en faire les protagonistes de son prochain feuilleton. Durant la projection, la proposition par un journaliste de laisser l'image telle un plan-séquence montre le souci qu'il se pose d'en faire un document témoin, en phase avec la réalité (« Je ne sais pas si je dois faire un montage ou la laisser telle quelle »). Mais en même temps, elle leur est diffusée sur un grand écran de projection dans une salle sombre comme une vraie séance de cinéma, impression appuyée à ce moment-là par Lumet avec ce cadrage frontal de l'écran.

Nous découvrons le personnage de Diana Christensen en même temps que cette image médiatique. Cette association originelle annonce la fusion du personnage avec les images qui aura lieu à plusieurs reprises dans le film.

Christensen est un personnage très agité : plusieurs plans au début du film la montrent se déplacer d'un point A à un point B à une allure rapide au sein des bureaux de UBS. Chaque seconde compte. La directrice, qui n'a pas de temps à perdre, incarne un sentiment d'empressement permanent, une rentabilisation du temps et une ambition obsédante. Après avoir vu Howard Beale à la une des journaux et lu l'audimat de la chaîne suite à son intervention, elle prend rendez-vous avec son supérieur et propriétaire d'UBS, Franck Hackett, et insiste qu'ils doivent saisir leur chance en perpétuant les discours de Beale face aux caméras.

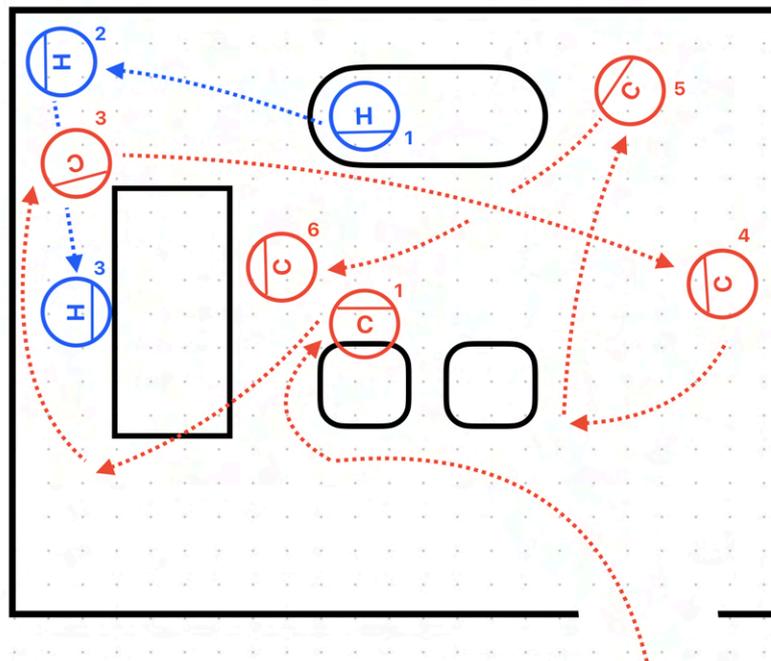


Fig.10

Cette séquence se déroule entièrement dans le bureau de Hackett. Comme le montre notre plan au sol ci-dessus, Christensen est un personnage très mobile, elle prend possession de l'espace et de son interlocuteur. D'abord assise face à lui (1), elle attire son attention sur l'audimat de la veille dans plusieurs villes. Hackett se dirige alors vers la fenêtre (2), sceptique à l'idée de remettre un fou furieux à l'antenne. Lorsqu'elle se lève et le contourne assis à son bureau (3), elle parle des vingt ou trente millions de téléspectateurs de plus en une seule nuit et lui dit de ne pas rater l'occasion. A côté de lui, elle dit vouloir prendre en main le « show ». Cette expression, courante en anglais, qui

renvoie à la fois aux mots de spectacle et de programme audiovisuel, n'est pas anodine dans ce film qui en joue régulièrement. Frank R. Cunningham évoque dans son livre « la propension grandissante de la télévision à confondre l'information et le show-business²¹ ». Elle s'éloigne ensuite du bureau pour s'approcher du mur opposé en qualifiant Beale de « messie fulminant contre les hypocrisies de notre époque ». Au moment de dire cette phrase (qui sera reprise plusieurs fois a posteriori dans le film), Christensen se superpose à plusieurs écrans plaqués au mur où l'on distingue un présentateur d'une émission, une autre émission culinaire et un sketch pour enfants (a, b et c ci-dessous). Cette synchronisation entre la phrase de Beale et l'apparition dans le champ de ces différents programmes, trop précise pour être involontaire, marque l'idée absurde de bâtir leur succès commercial sur la dénonciation, bien que vague et inconsistante, de leurs propres produits. Lorsqu'elle enchaîne sur le potentiel du projet en revenant sur les chiffres estimés : des « revenus générés à 100 000 dollars la minute », la frénésie de sa gestuelle et son débit de parole font écho aux images instables présentes derrière (on remarque celle de l'écran en haut à gauche qui se réajuste, photogramme b).

Fig.11



a



b



c

Pour finir, elle se positionne devant le bureau de Hackett pour lui dire qu'il n'y a plus de temps. Ce dernier, captivé par son talent de vendeuse et par les éventuelles retombées d'un tel « show », affirme qu'il réfléchira à la proposition.

²¹ F. R. Cunningham, *Sidney Lumet: film and literary vision*, op-cit, p222. « [...] television's increasing propensity to confuse the news with show-business ». Traduction personnelle.

Le soir même, Diana Christensen se rend au bureau de Max Schumacher, responsable du service d'information et ami de longue date de Howard Beale. Elle déclare vouloir diriger avec lui le contenu de l'émission pour en faire « le journal le plus regardé ». Voyant très bien l'avidité de sa visiteuse, le directeur des infos tombe sous son charme et entamera une relation sentimentale avec elle, quand bien même le succès de Beale provoquera son licenciement et son remplacement par la jeune journaliste aux dents longues. Christensen et lui semblent partager la même position hiérarchique. La rivalité entre les deux têtes opposées de la même institution, tout autant que leur liaison intime, illustrera tout au long du film à la fois la bataille entre information et divertissement mais aussi leur mariage, leur imbrication.



Fig.11-b. Plus tard dans le film

Christensen ne cessera de grimper les échelons en vidant de leur sens des personnes initialement porteuses d'un message ou d'une révolte, afin de les mettre à profit. C'est le cas, en parallèle de Howard Beale, d'un groupe militant communiste à qui elle offre un temps d'antenne au sein d'un feuilleton en échange d'images d'actes terroristes de l'Armée œcuménique de libération dont le groupe est proche. L'émission sera appelée la « Mao Tse-Tung Hour ». Les militants, que l'on associe autant aux Black Panthers qu'aux activistes du *Weather Underground* (dont s'inspirera Lumet en 1988 avec *À bout de course*), reflètent une contre-culture « devenue une image de marque » selon Jean-Baptiste Thoret²², et sont « réduits à des pantins médiatiques » (expression d'Arnaud Devillard²³). Avec ce rachat des luttes par des agents du divertissement, le cinéaste et son scénariste Paddy Chayefsky racontent la mort à petits feux des mouvements de contestation dont regorgent les années 1960, entre combats pour les droits civiques et oppositions à la guerre au Vietnam. Les valeurs révolutionnaires s'estompent derrière les intérêts individuels et l'envie de

²² « *Sidney Lumet, un juste en colère - Jean-Baptiste Thoret - Vidéo Dailymotion* », Op-cit.

²³ A. Devillard, « L'homme et le système », in Deschamps, Y., *Sydney Lumet—Dans le sens de la marge*, Op-cit, p52.

spectacle. Dans *Un après-midi de chien*, sorti un an auparavant, la nouvelle génération qui assiste au braquage de la banque voit dans le personnage de Sonny l'incarnation des valeurs pacifistes et anti-système qu'elle prône. Mais le jeune braqueur et sa foule acclamante sont filmés comme les comédiens d'une scène théâtrale vers laquelle sont braquées toutes les caméras de télévision, au sol comme dans les airs. Dans ces deux films qui se suivent, la contre-culture se conforme aux règles médiatiques, elle nourrit et se fond dans le milieu du *show-business* là où convergent argent et propagande. C'est ce qu'exprime dans *Network* la poignée de mains entre Diana Christensen, « un laquais raciste du milieu impérialiste dirigeant » et Laureen Hobbs, « une coco nègre fouteuse de merde » (les deux personnages se rencontrent et se présentent ainsi avec sarcasme). Les idéologies et convictions de chacun s'effacent derrière leur représentation médiatique qui les prive de toute consistance. Max Schumacher, au moment de la quitter, dira à sa maîtresse :

« Tu es la télévision incarnée, Diana. Indifférente à la souffrance, insensible à la joie. Toute la vie ne se réduit qu'aux décombres communs de la banalité. [...] Et le cours quotidien de la vie est une comédie perversie. Tu découpes même les sensations de temps et d'espace en fractions de secondes et de ralentis. Tu es folie. [...] Et tout ce que tu touches meurt avec toi. »

CHAPITRE 2. L'individu pris dans le système

A) Howard Beale et son double virtuel

Le personnage de Howard Beale est au cœur de la question de la dualité des êtres que pose le film. Dès lors qu'un personnage apparaît via un écran, il devient double, se duplique en une partie *réelle* et une partie *virtuelle* et *Network* ne cesse de jouer sur cette ambivalence.



Fig.12

Cela se manifeste d'abord par le simple fait de filmer un écran. Aussi anodin que cela puisse paraître, l'enregistrement par une caméra d'un outil de restitution d'image met l'accent sur l'altération de la réalité, car il matérialise la mécanique de création d'une image. Filmer un écran trahit le processus technologique qui nous donne l'illusion d'un continuum. Dans le plan ci-dessus, la ligne claire horizontale qui traverse l'image en son centre n'apparaît pas par hasard : elle est le résultat d'une différence entre la fréquence d'enregistrement de la caméra et la fréquence d'affichage de l'écran. C'est bien parce que la caméra découpe elle-même le temps en unités discontinues que l'on rencontre ce type d'artefacts. Lorsque deux outils de reconstitution du réel (la caméra et l'écran analogique) entrent en contact, c'est la matière même du temps qui est mise en jeu. Une image est la réplique du réel en lui amputant son principal organe, sa continuité. Filmer un écran met en lumière le caractère artificiel d'une image en révélant ses composantes : une fréquence électrique associée à un balayage horizontal ligne par ligne (qui correspond à une fragmentation spatio-temporelle), une lumière d'une certaine couleur, une résolution. Le statut de ce que l'on voit en est alors modifié. Nous ne réceptionnons pas de la même manière ce qui nous est transmis. Nous

sommes conscients que nous ne voyons pas le personnage à proprement parler mais son double virtuel, et ce double virtuel naît et existe par ces défauts techniques.

L'usage du mot *virtuel* pour un film de 1976 semble anachronique si nous l'associons à l'univers informatique et numérique né dans les années 1980, tandis que les plans que nous analysons renvoient vers la technologie analogique antérieure au numérique. Mais la notion de virtuel renvoie à des réflexions plus anciennes. En optique, une « image virtuelle » ne se forme pas sur un écran comme une « image réelle », puisqu'elle se situe du même côté que le système optique et ne peut être observée qu'à travers la lentille. D'emblée, le virtuel s'oppose au réel, il se place comme un ensemble de figures alternatif en se détachant de l'espace physique. Le virtuel renvoie aussi à la notion de simulacre (*eidolon*) que Platon opposait déjà à l'image (*eikon*) dans ses dialogues. Le simulacre contournerait son statut d'image pour prétendre exister comme réel pur. Dans son livre *Simulacre et simulations*, Jean Baudrillard explique ce que le simulacre, produit d'une simulation, signifie vraiment :

« Dissimuler est feindre de ne pas avoir ce qu'on a. Simuler est feindre d'avoir ce qu'on n'a pas. L'un renvoie à une présence, l'autre à une absence. Mais la chose est plus compliquée, car simuler n'est pas feindre : “Celui qui feint une maladie peut simplement se mettre au lit et faire croire qu'il est malade. Celui qui simule une maladie en détermine en soi quelques symptômes.” (Litttré.) Donc, feindre, ou dissimuler, laissent intact le principe de réalité : la différence est toujours claire, elle n'est que masquée. Tandis que la simulation remet en cause la différence du “vrai” et du “faux”, du “réel” et de l’ “imaginaire”. »²⁴

Le virtuel simule le réel sans être réduit à un réel falsifié. Il y a à la fois une part de « vrai » et de « faux » dans le virtuel. Il n'est pas le reflet du réel mais plutôt, selon nous, un réel décalqué : un miroir montre l'image parfaite d'un objet, ce que n'est pas le virtuel. Une copie d'un dessin est quant à elle trop imparfaite, les différences avec l'original sont trop facilement mises en évidence. Le décalquage, lui, se situe à mi-chemin entre le miroir et la copie du dessin, puisqu'il se fonde aux contours de ce dernier. L'écran médiatique agit de la même façon avec l'homme : il n'en est pas le miroir mais une reproduction décalquée, annihilant ainsi toute délimitation claire entre « réel » et « imaginaire ».

Howard Beale se trouve dans le cas particulier où ce qui le fait exister aux yeux des autres, c'est avant tout son image médiatisée. Sa retransmission sur les antennes est paradoxalement ce qui

²⁴ Baudrillard, J, *Simulacres et simulation*, Op-cit, p12.

l'ancrer dans l'esprit des téléspectateurs en tant que personne réelle et qui en même temps le désintègre en tant qu'être humain. Les traces de l'artifice de l'image permettent au cinéaste, à l'aide de sa caméra, de parasiter le réel. Si nous reprenons notre analogie, le décalquage d'un dessin semble nous offrir sa réplique parfaite, mais les renforcements sur le papier dûs au crayon trahiraient au toucher le simulacre. La même chose s'opère entre la caméra et l'écran lorsque leur confrontation dévoile la machinerie de l'image en dénaturant le réel (à travers les artefacts cités plus haut). Le rôle essentiel d'une image en mouvement devient contradictoire : celle-ci peut œuvrer dans ce pour quoi elle a été inventée, c'est-à-dire restituer des corps en mouvement et donner vie à des photographies, ou au contraire démanteler un individu jusqu'à le priver de sa substance, de son organisme.

Jean Baudrillard liste ce qui correspondrait pour lui aux « phases successives de l'image » :

- « elle est le reflet d'une réalité profonde
- elle masque et dénature une réalité profonde
- elle masque l'*absence* de réalité profonde
- elle est sans rapport à quelque réalité que ce soit : elle est son propre simulacre pur. »²⁵

Arrivés à la quatrième phase, Howard Beale et son double évoluent indépendamment l'un de l'autre et deviennent chacun les marqueurs de deux réalités différentes. Au fil de ses interventions toujours plus polémiques sur le plateau, le « vrai » Beale, veuf, alcoolique et désœuvré se rattache à notre point de vue et à celui de Max Schumacher, le seul à le connaître vraiment, à avoir partagé le même parcours de vie et connu les mêmes collègues de la vieille génération de la chaîne, et qui souhaite le retirer de l'émission. Le Beale « virtuel », harangueur énervé et prophétique, se rattache au point de vue de Diana Christensen et Frank Hackett (qui à l'inverse de Schumacher le propulsent sur le devant de la scène), et à celui amusé des spectateurs.

À la cinquantième minute du film, alors qu'il s'est fait retirer de la chaîne par son propre ami, Beale prétend être atteint d'une parole de nature divine et se rend à pied vers le plateau d'UBS, sous une pluie battante, afin de la relayer à ses téléspectateurs. Ce qui se joue dans cette séquence est la mise en lumière de la double facette de Beale : c'est cette intervention qui le place au rang de star aux yeux de tous, mais qui nous le montre également dépossédé de sa dignité et de son libre arbitre. Ses contradictions atteignent ici leur paroxysme en ce qu'il appelle à la révolte en même temps qu'il joue le jeu des dirigeants. Lorsqu'il est diffusé sur les écrans, colérique et trempé de la tête aux

²⁵ Baudrillard, J., *ibid*, p17.

pieds, il apparaît tel un messie venu transmettre un message divin et libérer le peuple. En même temps, il renvoie l'image d'un homme sénile, ridicule et grognon, qui a complètement perdu la raison.



Fig.13

Lorsque le présentateur reçoit le signal qu'il est en direct, la caméra de Lumet le montre d'abord en plan large, en intégrant dans le champ la caméra de télévision qui le filme frontalement, avant de l'occulter du cadre pour finir en tête-à-tête avec Beale à l'issue d'un lent travelling avant (photogrammes ci-dessus). Ici la caméra de cinéma se détache de la rigidité télévisuelle en proposant un angle désaxé du regard adressé aux téléspectateurs. Son mouvement compte traverser le mur transparent qui sépare le personnage de la caméra de télévision et de ses auditeurs afin d'être en proximité avec lui. Mais à mesure que l'on s'approche de lui, sa fureur et son discours martelant l'éloignent de nous, comme le manque de fond de son discours. Après avoir énoncé une vague liste des problèmes économiques et sécuritaires du pays, le nouveau messie incite à l'expression de sa colère mais surtout pas à quelque acte ou rassemblement que ce soit : « Pas de manifestation ou d'émeute. Je ne veux pas que vous écriviez à votre député. J'ignore ce qu'il faut faire pour enrayer la dépression, l'inflation et le crime. Mais vous devez d'abord vous mettre en colère ». Derrière l'apparence d'un souffle militant persiste l'imprécision d'un ras-le-bol confus et injustifié, une aubaine pour la télévision qui tient là la clé de son succès : maintenir le peuple chez soi ainsi que l'illusion d'une émancipation.

Fig.14



a



b

Lorsque Beale décide de se lever et de marcher en direction de la caméra de plateau comme s'il venait à ses auditeurs, celle-ci s'adapte à son déplacement en le suivant à reculons. Là encore, un doute s'installe quant aux rapports de force entre le cadre de l'émission et lui : à la lecture du plan ci-dessus, nous pourrions nous demander lequel des deux (la caméra ou le présentateur) induit le mouvement de l'autre. Beale impose-t-il le mouvement à la technique, ou bien serait-ce, plus habilement, la mise en scène de l'émission qui dirige son déplacement ?

Dans ce passage, un faux champ-contrechamp s'installe entre Christensen et Beale : leurs regards ne se croisent pas, lui regarde l'objectif tandis qu'elle l'observe à travers les moniteurs en régie (plan b ci-dessus). Si les écrans restent hors-champ, leur présence reste très forte et nécessaire au montage car elle permet la transition entre les deux espaces (plateau et régie) et de raccorder les regards, d'instaurer un lien d'observateur/observé. Les deux personnages sont liés par une force d'attraction et un rapport de pouvoir : le regard fier et vorace de Christensen dicte les mots et les déplacements de Beale. Elle est la marionnettiste, il est le pantin, et l'écran est la ficelle. Cette séquence est à l'image du film, au long duquel la directrice des programmes ne rencontre jamais Beale en personne. Elle ne connaît de lui que l'image grésillante et le corps aplati sur la surface bombée des moniteurs. Elle ne lui reconnaît rien que sa fonction, son utilité médiatique, comme s'il ne prenait vie qu'une fois le téléviseur allumé et se mettait en veille lorsqu'on l'éteignait.



Fig.15

Vers la fin de cette séquence, nous passons de l'autre côté des écrans en adoptant le point de vue des téléspectateurs, Beale étant affiché pour la première fois sur l'écran de télévision d'un foyer. Cadré en gros plan, le regard frontal, il s'adresse aux citoyens dont il prétend porter la colère. Mais aussi révolté qu'il puisse paraître, il reste aliéné par son contenant, le téléviseur. La séquence se termine du côté des foyers, par un contraste entre un Schumacher impuissant, triste et inquiet pour son ami, et les voisins emportés par le ton polémique et spectaculaire de ce qu'ils voient.

B) Derrière l'écran, une institution

Le cinéma de Sidney Lumet est connu pour décrypter le dessous des grandes institutions de son pays comme la police (*Serpico*, *Le Prince de New-York*), la justice (*Contre-enquête*, *Le Verdict*) ou la télévision (*Network*). Dans ce dernier cas, l'institution se définit par l'ampleur du réseau filmé (le « network »), ses différents espaces et composantes dans lesquels évolue le personnage de Beale : le générique d'ouverture se superpose à une succession de plans à l'intérieur des salles de rédaction et de réunions. S'ensuivent comme pièces maîtresses du réseau le plateau de télévision, la salle de régie connexe, les différents départements répartis par étage (le service d'information, la programmation, les attachés de la Communication Corporation of America - CCA) et les bureaux respectifs des responsables, un nouveau studio accueillant un public, et enfin la maison mère CCA. Le parcours du personnage est un entonnoir inversé, on part de l'intime (sa loge de maquillage) pour aller vers des décors de plus en plus amples et importants (les escaliers du hall de la CCA).

Fig.16



a

b

Comme le souligne Arnaud Devillard, le cinéaste met en scène dans ses films des personnages qui, à l'instar de Howard Beale, Frank Serpico (*Serpico*) ou Daniel Ciello (*Le Prince de New York*), tentent « d'utiliser contre lui-même le système dans lequel ils évoluent »²⁶. Mais dans le cas de Beale, c'est le système qui finit par l'utiliser en le faisant grimper les différents paliers du réseau jusqu'à en atteindre les hautes sphères. La plongée du plan b ci-dessus signifie à elle seule le déséquilibre entre l'homme et la corporation qui l'engloutit et où il déambule, naïf, parmi des colonnes assimilables aux piliers d'un empire.

²⁶ A. Devillard, « L'homme et le système », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge*, Op-cit, p49.

Le gigantisme de ce « network » s'annonce dès les premières minutes, où la succession de plusieurs plans d'exposition des sièges des différentes chaînes principales du pays marque d'emblée l'ancrage du film dans un contexte aux enjeux bien réels, ceux de l'indépendance des journaux télévisés et de la spectacularisation de l'information.



Fig.17

Dans sa critique pour *Positif*, Jacques Demeure évoque la période où certains journalistes étaient plus en mesure de s'imposer dans le débat public, comme un certain Edward Murrow cité à plusieurs reprises par les personnages du film.

« En 1952, encore tout auréolé du prestige que lui avaient valu ses reportages en direct à la radio pour C.B.S depuis Londres sous les bombes allemandes [...], Edward R. Murrow passait à l'information télévisée pour la même compagnie avec *See It Now*. Le 9 mars 1954, il osait s'attaquer dans ce programme, de façon retentissante, au grand chasseur de sorcières communistes, le sénateur Joseph McCarthy. »²⁷

Vingt ans plus tard, le film reflète l'extinction progressive de la liberté d'opinion au moment de l'essor des grandes marques et de leurs stratégies de communication, mais surtout de leur immixtion dans le secteur de l'information. Sidney Lumet livre à Jacques Thibau pour l'*Humanité* :

« Le film décrit comment le ressort publicitaire et les gens qui le représentent (qui sont l'âme du show business) prennent possession de l'information. Bien des aspects permettent cette prise de possession car l'information est déjà très spectaculaire et ce côté est favorisé par la personnalisation du

²⁷ J. Demeure, « La nostalgie est toujours ce qu'elle était », *Positif*, n° 193, mai 1977, p58.

journal télévisé. Dans les années 1950-1960, les programmes étaient financés par la publicité, l'information y échappait. Aujourd'hui, cette situation est remise en cause. »²⁸

Avec les quatre plans d'immeuble ci-dessus, le film intègre pleinement son histoire fictive dans son époque. Après avoir exposé les devantures de ABC, CBS et NBC, la chaîne fictive UBS se présente comme le terrain d'investigation du cinéaste, filmé cette fois en contre-plongée comme pour nous dire qu'il sera étudié et analysé en commençant par le bas, sans oublier un seul étage. Ces plans cadrés comme des photographies d'architecture, composés par des lignes droites avec des perspectives fortes, insistent sur la dimension architecturale d'une institution, ils en font un caractère essentiel, nécessaire en premier lieu à son analyse géographique. Le procédé cinématographique mis en place par Lumet pour étudier en profondeur le système télévisuel ne manque jamais d'inclure l'angle cartographique, le passage d'un espace à l'autre, intérieur ou extérieur, les relations neuronales entre les différentes ailes de l'industrie, les vols entre les côtes Est et Ouest (où les correspondants sont en lien avec les groupes d'extrême-gauche). Cette vue englobante est absente des moniteurs de retransmission et des téléviseurs domestiques : on y voit des personnes et des objets en plan serré et mis en musique, mais on ne s'imagine pas ce que représente vraiment l'institution derrière. L'écran montre *tout et rien* en même temps. Le schéma du film repose lui sur une alternance entre les deux côtés de l'écran, un jonglage entre la vue en vitrine et ses coulisses. Mais une part de hors-champ demeure tout de même dans la démarche de Lumet : la liaison entre les différents lieux n'est jamais très claire, et certains personnages comme le Président de la maison mère CCA Arthur Jensen restent invisibles jusqu'au dernier quart du film. La mise en scène sème les débuts d'une compréhension du territoire médiatique sans jamais l'éclaircir complètement. Elle est à l'image des écrans du film qui se gardent bien de nous livrer des repères ou de varier les échelles.

Cette perte de repères est en partie due à l'entrée en jeu des conglomérats financiers, dont le fondement même détonne avec l'idée d'une unité de lieu cohérente. En effet la possession de nombreuses branches dans des secteurs extrêmement opposés rend plus difficile sa cartographie et implique une représentation quasi symbolique, de l'ordre de la parabole (nous le verrons plus bas).

Rappelons la tentative avortée de la firme ITT (International Telephone and Telegraph) de s'emparer de la chaîne ABC, tentative à l'origine du scénario de *Network*. Si Jacques Demeure, dans sa critique pour *Positif*, précise que le « contrôle des médias par les groupes financiers » n'est

²⁸ J. Thibau, « Network - Entretien avec Jacques Thibau », *L'Humanité*, op-cit.

en réalité pas si courant, il détaille l'importance du phénomène dans l'industrie cinématographique en prenant l'exemple de la United Artists qu'ont fondée entre autres Chaplin, Fairbanks et Griffith en 1919, devenue en 1967 une branche de la Entertainment From Transamerica Corporation.

« Elle contrôle, écrit Armand Mattelard, “des banques, des lignes aériennes, des assurances, des agences de location de voitures, des firmes de déménagement, des maisons de crédit et dispose de plus de trente autres branches.” Ce regroupement d'activités multiples sans rapports les unes avec les autres est précisément ce qui distingue des vieilles formules de concentration, trusts ou cartels, les modernes conglomérats. »²⁹

Paddy Chayefsky et Sidney Lumet imaginent alors les conséquences d'une telle ingérence : les présidents du groupe UBS Systems n'ont plus leur mot à dire, le faible rendement du service de l'information n'est plus considéré comme normal, la chaîne est restructurée et la programmation et l'information fusionnent en un même secteur. La hausse des profits s'élève à 21 millions de dollars, et ce n'est pas la mise en garde de Howard Beale à son public contre le contrôle par « la douzième plus grande société du monde » de la « force de propagande la plus redoutable dans tout ce monde » qui la freinera. Au contraire, les thèses anti-capitalistes aux allures prophétiques prônées par le présentateur vedette, tout autant que la propagande communiste de la Mao Tse-Tung Hour, sont précisément les carburants nécessaires à l'enrichissement débordant et à la pérennité du nouveau système. Les idéologies, aussi radicale soit leur expression, sont quant à elles polies par les images et uniformisées sous le dogme du spectacle.

Mais il y a une intervention que la CCA ne laisse pas passer. Il s'agit de celle où le présentateur, alors produit en vogue de la chaîne, s'en prend au rachat de la corporation par une grande société d'investissement saoudienne. Répétant furieux ne pas vouloir voir son pays vendu aux Arabes, il incite tous les spectateurs à partager sa colère en envoyant des télégrammes à la Maison Blanche avec un nouveau refrain, répété mécaniquement à l'unisson : « Je veux que la transaction de la CCA soit annulée maintenant ! ». Lorsque les nouveaux responsables de l'émission assistent à cette déclaration, l'angle en contre-plongée de l'écran (plan ci-dessous) place la parole de Beale effrénée et imprévisible au-dessus de Hackett et Christensen, dépassés par l'envergure de tels propos. Dupliqué sur deux écrans, un en couleur, un monochromatique, leur pantin médiatique prend vie tout seul, se détache du fil qui le reliait à eux et suit son propre cours.

²⁹ J. Demeure, « La nostalgie est toujours ce qu'elle était », *Positif*, op-cit, p60.



Fig.18

Ce sont ces déclarations qui l'emmèneront en haut des marches de la maison-mère à la rencontre d'Arthur Jensen. À travers une séquence surréaliste où se déverse la fureur du président de la CCA comme « la colère de Dieu », les règles du capitalisme financier, mondialisé et dérégularisé que voit grandir la décennie s'énoncent telles de grandes lois de la physique. « C'est le flux et le reflux ! L'influence des marées ! C'est l'équilibre écologique ». Avec ses jeux d'ombre, de contrastes et de perspectives, la dimension parabolique de cette séquence s'écarte du style global du film, jusqu'à lors plus épuré et attentif aux détails qui font le fonctionnement interne de l'institution télévisuelle. Ici, tout réalisme semble inadéquat pour la représentation de la plus haute strate du modèle capitaliste. À l'inverse, le clair-obscur, le cadrage en obliques qui n'est pas sans rappeler le cinéma de Welles, ainsi que la résonance de la voix du président accompagnent dans une atmosphère mystique une certaine apologie de la doctrine. « Il n'y a pas d'Amérique. Il n'y a pas de démocratie. Il n'y a qu'IBM, et ITT, et AT&T, et DuPont, Dow, Union Carbide et Exxon. Voilà les nations du monde aujourd'hui. » Sous les yeux illuminés de Beale, Jensen s'approche lentement de lui en le désignant prêcheur de cet évangile.



Fig.19

Tout au long du film, Beale pense qu'il agit de son libre arbitre. Son acte est même perçu, au commencement, comme un acte de révolte alors même que ses propos n'ont pas beaucoup de consistance à part exprimer une frustration qui regroupe tout et son contraire. Ce déchaînement vide de sens génère du spectacle, de l'audimat et du chiffre. C'est là que l'émancipation de Beale glisse rapidement vers un état d'asservissement. D'abord homme libre, il devient marionnette. Suite au sermon de Jensen, il suivra à la lettre sa mission et dissuadera ses téléspectateurs de poursuivre l'éruption qu'il a suscitée.

Beale apparaît au début du film dans son aspect naturel, puis petit à petit n'apparaît que sur le plateau de télévision. Arrivé à un certain point, il n'a plus de contact ni d'échange avec ses amis et collègues, nous ne le voyons plus indépendamment d'une caméra et de l'émission. On lui détache ce qu'il a d'humain et il devient un outil médiatique pur. Le film le traite comme le traite la télévision.

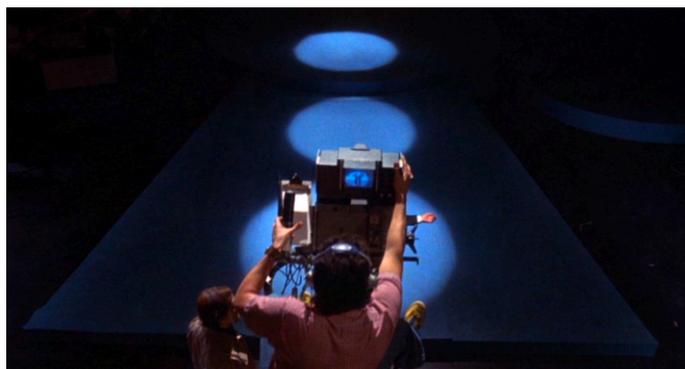


Fig.20

Le dernier acte du film se conclut avec la décision de Christensen et Hackett, atteints du plus haut degré de cynisme, de comploter l'assassinat de Beale en raison du pessimisme et de la morosité dont font preuve ses derniers discours ayant provoqué une baisse drastique de l'audimat. Le meurtre sera perpétré par deux membres de l'armée œcuménique de libération, ce qui marquera « le coup d'envoi de la saison » de la Mao Tse-Tung Hour, estime la directrice des programmes.

Arrivé sur scène et prêt à parler, Beale se fait tirer dessus. Pas d'exclamation ni de cri de la part du public, le coup de théâtre laissant indifférents les spectateurs, probablement lassés d'un produit déjà obsolète. Un plan de valeur assez large, en plongée, nous montre très brièvement le cadavre du présentateur, avant qu'un cadreur de l'émission n'accoure impulsivement vers le mort pour le filmer de plus près (Fig.20 ci-dessus). La caméra de télévision et son moniteur nous cachent alors la vue du corps. En ce sens, l'écran « fait écran ». Beale est définitivement obstrué par son double virtuel,

et son corps remplacé par son image petite et grésillante. Il est dépossédé de sa substance par l'écran.

Le dernier plan du film s'organise tel une mosaïque de quatre écrans qui se présentent comme un split-screen représentatif du divertissement télévisuel (plans ci-dessous). Les images de l'assassinat s'enchaînent sur plusieurs écrans et passent d'un écran à l'autre : l'acte est stylisé, ralenti avec des gestes décomposés et pris sous plusieurs angles. Le meurtre est dédoublé, répété à plusieurs reprises pour faire durer le moment, tel un parfait ingrédient du spectacle. L'imagerie publicitaire regagne sa place comme au début du film. On y distingue le même Canada Dry accompagné de son slogan « Why compromise? », une publicité pour des céréales, une pour une crème glacée et une autre promouvant une compagnie aérienne. Par sa juxtaposition avec ces images et la musique apaisante qui les accompagne, l'assassinat produit les mêmes sensations que les produits vendus : on savoure la violence autant qu'une boisson ou le rêve d'un voyage.



Fig.21

Ce que *Network* raconte, avec cette conclusion, c'est l'histoire d'un individu qui se fond dans la marchandise, un individu dénué de sa sensibilité, dépassé par sa propre image.

Dans son chapitre sur le genre satirique de la comédie, Michael V. Tueth propose une définition simple et concise de la satire : elle « emploie de l'humour, souvent sophistiquée, afin d'attaquer ce que son auteur considère stupide ou immoral »³⁰. Cette définition a le mérite de mettre en exergue l'engagement de l'auteur contre une entité, et de comprendre l'humour comme un vrai outil critique. Mais dans *Network*, les personnalités dépeintes sont loin d'être stupides, elles sont au contraire d'une redoutable intelligence. La télévision n'est pas immorale, mais amoral : toute notion de moralité est caduque, là où le virtuel mélange les différents plaisirs, de la pulsion

³⁰ M. Tueth, *Reeling with laughter: American film comedies--from anarchy to mockumentary*. Lanham, op-cit, p99. « Satire employs humor, often quite sophisticated, to attack what its author considers stupid or immoral. » Traduction personnelle.

scopique aux saveurs matérielles. C'est de cette dissonance, dissimulée dans ce nivellement du moral et de l'immoral, que joue selon nous la satire. C'est l'union du grave et du léger. Plus encore, la satire existe lorsqu'il y a collision entre l'absurde et le véridique, entre le sérieux et le risible. Michael V. Tueth cite un témoignage de Stanley Kubrick sur l'écriture de *Docteur Folamour* (1964), étude de cas de son chapitre sur la satire. Le réalisateur explique son intention préalable d'avoir voulu traiter « avec beaucoup de sérieux » l'éventualité d'une « guerre nucléaire accidentelle », en se défaisant des idées qui lui paraissaient trop ridicules. Mais il en venait toujours au constat que les parties du scénario qu'il éliminait étaient à chaque fois « les plus véridiques »³¹. Il ne s'agit pas pour nous d'une simple anecdote, mais d'une caractéristique fondamentale de la satire : la réalisation de l'improbable. Ce qui fait la particularité de *Network*, c'est la miscibilité du réel et du fictif : UBS se situe aux côtés de ABC, la CCA se fait racheter par les pays de l'OPEP, Arthur Jensen cite ITT comme une des nations du monde et Howard Beale se fait assassiner, à un mot près, par l'Armée de libération symbionaise. L'in vraisemblable se concrétise dans le virtuel où tout peut être exécuté, et c'est en cela que l'écran est un vrai outil de mise en scène satirique. Les personnages, une fois passés de l'autre côté de l'écran, ou plutôt ayant acquis un don d'ubiquité (en étant partout, dans les écrans, hors les écrans), deviennent les principales composantes de cet univers de l'absurde. Ils s'y meuvent comme des automates à mi-chemin entre l'organique et le mécanique, tiraillés par l'envie du vivant et la jouissance du non-vivant. Ici, la satire se lit comme la rencontre du réel et du virtuel.



Fig.22

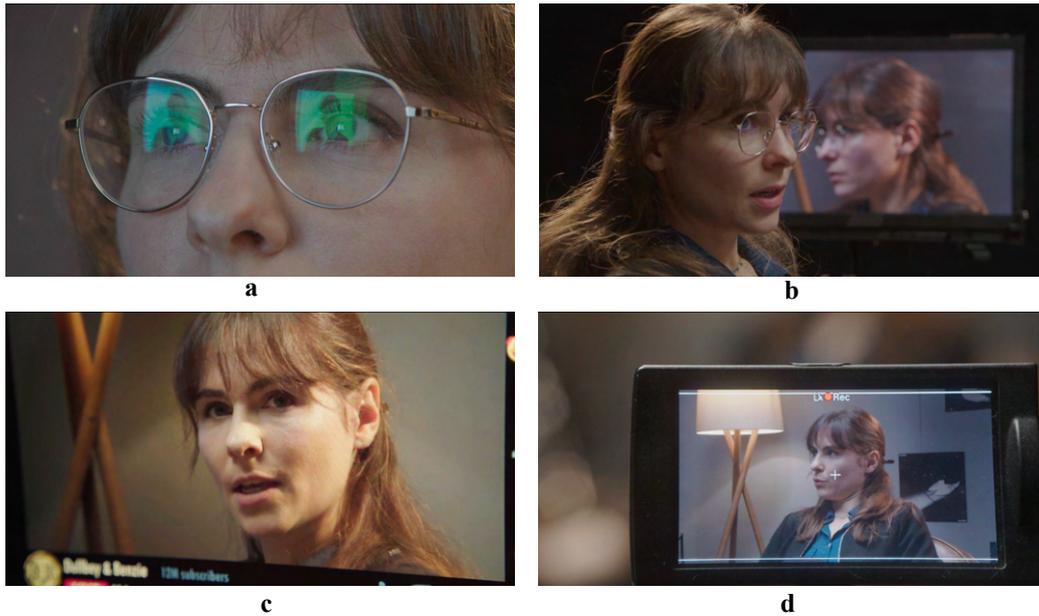
³¹ M. Tueth, *Ibid*, p102.

Mise en relation avec la PPM

Nous proposons ici de partager certaines de nos propositions de représentation des écrans médiatiques dans notre partie pratique de mémoire, inspirées du film de Lumet. Notre court-métrage *Illusions Modernes* s'intéresse au changement de personnalité de la députée Maud Villebeau, lorsqu'elle se rend compte de son impopularité sur le plateau d'une chaîne de stream. Sa stratégie va alors être de jouer le jeu de l'émission en mettant de côté ses idées et convictions.

La dualité de son être s'annonce dès le premier plan, où elle observe son portrait officiel dont le reflet apparaît sur ses lunettes (plan a ci-dessous). Dans ce gros plan, nous voulions que notre protagoniste se regarde déjà comme une autre. Une manière pour nous de découpler Maud du personnage public qu'elle incarne devant les caméras. Nous avons établi au long du film un jeu entre le personnage et son double virtuel avec la présence d'écrans, de défauts techniques et d'effets de vitesse. Par exemple, au plan b, Maud est filmée en plan serré à côté d'un écran, qui restitue l'image d'une deuxième caméra qui la filme aussi. La comédienne apparaît en double mais l'image de l'écran s'affiche à une différente cadence. Ainsi, la « vraie » Maud est à 25im/s et la Maud « virtuelle » à 12im/s. À mesure que l'on s'approche de la fin, le personnage, devenu un produit médiatique, nous apparaît de plus en plus sous son aspect virtuel à travers un écran. Au plan c, on filme plein cadre un écran d'ordinateur retransmettant en direct le discours de Maud. S'ajoute à l'effet de faible cadence un balayage horizontal dû à la différence de fréquence entre l'obturateur de la caméra et l'affichage de l'écran (l'effet est perceptible en mouvement donc invisible sur le photogramme). Le balayage et la cadence de l'image sont des outils de mise en scène intéressants à mettre en œuvre lorsqu'un personnage se montre via un écran. Le plan d, quant à lui, est un exemple de transition entre réel et virtuel à travers la combinaison d'un travelling descendant et d'une bascule de point, passant de la « vraie » Maud à son affichage sur le petit écran de la caméra de télévision.

Fig.23



Ces jeux d'artefacts techniques, de défauts visuels vont plus loin dans le film que nous allons à présent analyser, *Des Hommes d'Influence* (Barry Levinson, 1997). En changeant de film et d'époque nous ne nous éloignons pas tant de Sidney Lumet, d'abord parce que les deux cinéastes sont reliés par un même collaborateur. Peu avant 1982, le scénariste David Mamet adapte pour le cinéma un roman de Barry Reed, *Le Verdict*, un scénario que portera à l'écran le réalisateur de *Network*. Un film sur la machine judiciaire et le combat d'un avocat déchu (Paul Newman) contre un hôpital ayant commis une faute médicale et qui tente de le corrompre. Quinze ans plus tard, le même scénariste écrira pour Barry Levinson l'intrigue des *Hommes d'Influence*, où il s'agit cette fois de rentrer à l'intérieur de la machine politique. Pris dans un scandale, le Président sortant fait appel à un conseiller en communication afin d'étouffer l'affaire et de remporter les élections. Deux films ayant pour point commun d'identifier les failles et la corruption d'un système. Autre rapprochement intéressant, la mise au premier plan d'un conseiller en communication dans le scénario des *Hommes d'Influence* n'est pas sans rappeler un autre film de Lumet sorti en 1986, *Les Couloirs du Pouvoir* (*Power* en anglais), dont le protagoniste est le conseiller en image d'hommes politiques et les aide à construire leur personnalité pour le public. Lumet, Mamet, Levinson et leurs œuvres entrecroisées forment un bout d'une constellation d'artistes hollywoodiens inspectant de l'intérieur un pays emparé par l'argent et l'apparence.

DEUXIÈME PARTIE.

**Les écrans médiatiques à l'ère de la culture
de la guerre - *Des Hommes d'Influences*
(Barry Levinson, 1997)**

En 1997 sort le treizième film de Barry Levinson, *Des Hommes d'Influence* (dont *Wag the Dog* est le titre original), qui propose une lecture singulière des images médiatiques de cette époque et de leur rôle clé dans la construction d'une culture et d'une idéologie communes. L'étude des écrans médiatiques est intéressante lorsqu'ils se présentent comme le passage incontournable du dialogue entre le peuple et son gouvernement. Nous prenons comme cas d'étude avec ce film les images de guerre, inhérentes à la communication entre pouvoir et citoyens. Dans son article intitulé « Guerre et médias : permanences et mutations », Arnaud Mercier note quatre grandes étapes dans l'évolution des médias qui forgent le regard que l'on porte sur une guerre³² :

- 1) L'apparition de l'image et du choix de cadrage, de ce que l'on montre ou ne montre pas.
- 2) La technologie du direct et la proximité dans le temps et l'espace, gage de vraisemblance.
- 3) La mondialisation et le pluralisme de l'information, desquelles naissent les guerres d'opinion entre les nations.
- 4) La mise en place d'unités journalistiques sur le terrain au sein des armées, l'armée prenant davantage le contrôle sur l'information.

La dernière décennie du XXème siècle marque un tournant dans l'histoire des formes de médiatisation de la guerre, avec l'intervention américaine en 1990 dans le conflit entre le Koweït et l'Irak. Premier conflit international d'ampleur après la chute de l'URSS et la fin du monde bipolaire, la Guerre du Golfe apporte une nouvelle dimension à l'image comme enjeu fondamental des stratégies politiques. Serge Daney, dans son article *Montage obligé - La Guerre, le Golfe et le petit écran*, note l'opacité informationnelle des États-Unis et leur aptitude à imposer sur le devant de la scène une sélection d'images illustrant une « guerre gagnée » et « chirurgicale »³³, contraire aux images de guerre « salies » du Vietnam. Plus récemment, Arnaud Mercier parle, dans un autre article intitulé « Média et violence durant la Guerre du Golf », de l'implication américaine comme un outil du *soft power* « qui place la maîtrise des moyens de communication et du contenu de ceux-ci au rang d'éléments de la puissance internationale »³⁴.

Les années 1990 voient aussi la montée de ce que Christophe Chambost nomme (en citant Michael Schudson) le « parajournalisme », c'est-à-dire le recours à des images filmées par des

³² A. Mercier, « Guerres et médias : permanences et mutations », *Raisons politiques*, vol. 13, n° 1, p. 97-109, 2004, doi: [10.3917/rai.013.0097](https://doi.org/10.3917/rai.013.0097).

³³ S. Daney, « Montage obligé - La guerre, le Golfe et le petit écran » (avril 1991), in *Devant la recrudescence des vols de sacs à main, cinéma, télévision, information: 1988 - 1991*, 2. éd., rev.Corr, no. 1, Lyon, Aléas, 1999, p.187.

³⁴ A. Mercier, « Médias et violence durant la guerre du Golfe », *conflits*, n° 09-10, mai 1993, doi: [10.4000/conflits.296](https://doi.org/10.4000/conflits.296)

agences de relations publiques³⁵. Sous l'administration Bush, la frontière devient floue entre le journalisme classique et le marché des agences de relations publiques, et l'intrigue des *Hommes d'Influence* suit un modèle semblable : les conseillers et attachés de presse du Président commandent les images à une société de production extérieure.

De quoi inspirer l'écrivain Larry Beinhart qui sort en 1993 son roman *American Hero (Reality Show* en français), satire politique portée par de vraies personnalités publiques : à la veille des élections, le conseiller à la Maison-Blanche Lee Atwater tient l'idée géniale de la production d'une guerre fictive dont devrait découler la réélection de George Bush. Ainsi la fameuse opération « Tempête du Désert » (l'offensive américaine en Irak) ne serait que le fruit d'un spectacle simulé derrière les caméras. Cette intrigue aux allures complotistes évoque fortement le titre provocateur du livre de Jean Baudrillard, *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, rassemblant trois articles rédigés au moment des événements entre janvier et mars 1991. Mais point de velléité complotiste, ni dans le texte ni dans le roman, dont le principe est plutôt d'analyser sans concession les tendances à savourer la violence embellie par des images fabriquées. Baudrillard argumente, dans son premier article paru en janvier 1991, que la couverture médiatique des événements correspond davantage à la spéculation d'une guerre qu'à la guerre elle-même :

« La guerre, et avec elle les faux guerriers, les guerriers présomptifs, généraux, experts, présentateurs de télé, que nous voyons spéculer sur elle à longueur de journée, la guerre se regarde dans un miroir : suis-je assez belle, suis-je assez opérationnelle, suis-je assez spectaculaire, suis-je assez sophistiquée pour entrer historiquement en scène ?³⁶ »

Une transcription du roman de Beinhart pour le cinéma, faite par la scénariste Hilary Henkin, est soumise au réalisateur Barry Levinson, déjà connu pour *Rain Man* (1988). Son intérêt pour la représentation de la télévision au cinéma se manifeste déjà avec des films comme *Good Morning Vietnam* (1987), dont le style et les mouvements de caméra imitent ceux des documentaires télévisuels³⁷, ou bien *Avalon* (1990) où les nouvelles valeurs inculquées par la télévision, fraîchement arrivée dans les foyers, remplacent les valeurs traditionnelles familiales et les récits de

³⁵ C. Chambost, « Ma(s)king the news, unma(s)king Europe as a faraway foe... Or american journalism for specific purposes in Barry Levinson's *Wag The Dog* », in F. La Polla, G. Menegaldo, et Société d'études et de recherches sur le cinéma anglophone (France), *Europe et Hollywood à l'écran: regards croisés = European and Hollywood cinema: cultural exchanges*, 1re édition, Paris, Michel Houdiard Éditeur, 2012, p147.

³⁶ J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Paris, Galilée, 1991, p23.

³⁷ B. Levinson et D. Thompson, *Levinson on Levinson*, London Boston, Faber and Faber, 1992, p84.

vie des grands-parents³⁸. Mais le cinéaste trouve peu d'intérêt pour l'adaptation et fait appel aux talents de scénariste de David Mamet pour ne garder du livre que le concept de montage d'une guerre pour faire diversion, en remplaçant le Golfe et le Président par de purs éléments de fiction³⁹. Lorsqu'on lui demande, dans un entretien au *Monde*, pourquoi le personnage de Bush a été évacué du scénario, il répond :

« C'est le passé. Je voulais regarder en avant. J'ai extrait le concept. Ce qui me plaisait, c'était l'idée qu'ils organisent une fausse guerre. Il faut montrer la manipulation très sophistiquée qui a lieu dans le monde politique, quand celui-ci utilise et trompe les médias.⁴⁰ »

Si cela lui vaut quelques critiques préférant au film le propos direct et la prise de risque de Beinhart⁴¹, le nouveau scénario proposé par David Mamet, collaborateur et grand admirateur de Sidney Lumet⁴², recevra tout de même de l'Académie des Oscars une nomination pour le meilleur scénario. Il aura probablement retenu les leçons de grandes satires comme *Network* pour offrir un scénario imprévisible qui contourne la désignation des vraies personnalités de l'État et d'Hollywood pour mieux les dépeindre. Ainsi, la conseillère principale à la Maison-Blanche, Winifred Ames (Anne Heche) fait appel à Conrad Brean (Robert DeNiro), spécialiste des affaires de scandale politique (sa fonction reste volontairement floue, puisque ses réponses sont à chaque fois ellipsées lorsqu'on lui demande ce qu'il fait exactement). Lorsqu'on lui apprend que le Président est accusé par une jeune fille d'agression sexuelle, Brean se rend avec Ames dans la demeure d'un producteur hollywoodien, Stanley Motss (Dustin Hoffman), grande personnalité de cinéma inspiré de Robert Evans, ancien producteur de la Paramount⁴³. L'idée suivante lui est soumise : produire les images d'une fausse guerre en Albanie, afin de redonner au Président l'image d'un sauveur, garant de la paix et d'une démocratie mondiale, et par conséquent favoriser sa réélection dans une dizaine de jours. S'enclenche alors une bataille d'images où le faux devient créateur de réalité, où l'illusion rebâtit de fond en comble la société américaine. Chansons de paix, figures héroïques, épopées

³⁸ B. Levinson et D. Thompson, *Ibid.* p104.

³⁹ C. Collard, *Artist on the make: David Mamet's work across media and genres*. in *Regards croisés sur le monde anglophone*, Nancy, Presses universitaires de Nancy-Éd. universitaires de Lorraine, 2012, p266.

⁴⁰ C. Mulard, « Entretien avec Barry Levinson », *Le Monde*, 30 avril 1998.

⁴¹ S. Blumenfeld, « Trop gentil pour être subversif », *Le Monde*, 30 avril 1998.

⁴² Le scénariste du *Verdict* (Lumet, 1982) exprime son admiration pour Sidney Lumet et l'influence qu'il a eue sur lui dans la quatrième de couverture du livre du cinéaste, « Making Movies ».

⁴³ [Auteur non-indiqué], « Des Hommes d'Influence », *Studio Magazine*, n° 133, p. 21, avr. 1998.

tragiques et actions de soutien deviennent les nouveaux éléments tendance de la pop-culture, le mot d'ordre de la démocratie et de la société de consommation (des choses et des images).

Fig.24



De gauche à droite : Stanley Motss, Winifred Ames et Conrad Brean

Tourné en un mois avec peu de moyens (quinze millions de dollars sortis des maisons de production de Robert DeNiro et Dustin Hoffman)⁴⁴, la qualité du film se trouve d'abord dans son humour glaçant : « C'est une vraie comédie, mais où l'on rit peu parce qu'on n'a pas le temps et qu'on a froid dans le dos⁴⁵ ». La particularité de la mise en scène et de la manière dont les étapes de l'intrigue nous sont racontées, quant à elle, se trouve dans le recours fréquent aux écrans en tant que vitrines de l'imaginaire conçu de toutes pièces par les protagonistes. En tant qu'objets de décor vers lesquels convergent tous les regards, mais aussi en tant que véritables outils de montage, raccordant les différents points de vue et servant de passerelle entre le fictif et le réel, ils sont les points d'articulation d'un récit qui n'existe que par des images véhiculées par les médias. Rarement voit-on dans un film un même degré d'importance narrative accordé à des régimes d'images différents : les images télévisuelles, de basse qualité, occupent la même place dans le récit que les images de caméra de cinéma. Les écrans servent également à mettre en lumière et filmer sous un angle particulier la « machinerie de l'illusion » et « l'illusion de la "transparence" » dont parle Christophe Collard dans son livre sur le scénariste David Mamet⁴⁶. Nous commencerons par analyser le dessous de cette « machinerie » à travers deux séquences phares du film, avant de nous intéresser à l'extension des images et de l'imaginaire de guerre dans l'espace public.

⁴⁴ G. Cheshire, « Wag the Dog », *Variety*, vol. 369, n° 6, p. 58, déc. 1997.

⁴⁵ J.-J. Bernard, « Des hommes d'influence », *Première*, n° 254, p. 52, mai 1998.

⁴⁶ C. Collard, *Artist on the make: David Mamet's work across media and genres*, op-cit, p265. « Machinery of illusion making », « illusion of "transparency" ». Traduction personnelle.

CHAPITRE 1. Mettre en scène la fabrique des images

A) L'écran ou la frontière réel/fiction

Au bout d'une demi-heure de film, les conseillers spéciaux Conrad Brean et Winifred Ames ainsi que le producteur de cinéma Stanley Motss mettent leur plan à exécution : « On part en guerre », affirme assurément Brean. Et nous nous immisçons avec eux dans leur terrain d'affrontement : un immense studio de télévision où fourmillent techniciens de tout département, matériel audiovisuel, maquettes de décor et autres accessoires, le tout entouré de murs au bleu uniforme qui se transformeront sur les écrans en village albanais bombardé. Avant de nous lâcher dans un tel labyrinthe, le cinéaste a recours à un plan particulier qui lui sert d'avant-propos autocritique.



Fig.25

Alors que l'on entend l'annonce par un journaliste de la potentielle entrée en guerre imminente des États-Unis en Albanie, l'image qui nous est montrée détonne par sa texture et sa qualité : il est clair que ce que nous voyons est une image analogique émise par entrelacement. Son grésillement résulte, comme nous l'avons vu avec *Network*, de la différence de fréquence entre son taux de rafraîchissement et l'obturation de la caméra qui la filme. En d'autres termes, ce défaut trahit la présence d'une surface de restitution par émission analogique : ce que nous voyons est un écran filmé plein cadre. Le choix du plein cadre n'est pas anodin puisqu'il exclut du champ les bordures de l'écran filmé. L'image que l'on cadre n'a donc plus de délimitation. Rappelons que l'on reconnaît un écran (comme sujet filmé) par sa surface et ses contours. Selon Anna Caterina Dalmasso, « les contours de l'écran, et plus en général ceux de l'image, tracent une discontinuité

entre celui-ci et le monde, une *limite sémiotique* et une *coupe ontologique* ouvrant sur un espace virtuel⁴⁷ ». Mais lorsque ses contours sont volontairement omis par le cadre, cette discontinuité n'est plus aussi évidente. On nous donne l'illusion qu'il n'y en a pas. L'image existe bel et bien mais elle n'est plus montrée dans son contenant. Seule reste la qualité de sa surface comme indice de l'artifice. Ainsi cette image au régime particulier, une image entrelacée et à la résolution nettement plus basse, prétend se confondre au reste mais nous apparaît tout de même comme différente. Nous voyons ici un dispositif de mise en scène de l'écran qui se trouve à mi-chemin entre la représentation *in situ* et le *screencast* : nous ne filmons pas l'écran intégralement dans son espace car nous n'en reconnaissons pas la forme. Nous ne rentrons pas non plus complètement dans le virtuel car nous ne nous affranchissons pas de la caméra comme outil filmique. Nous filmons le virtuel plein cadre depuis un espace physique réel, qui est lui-même exclu du cadre.

L'ambivalence qui en résulte quant à la nature du plan est fortement liée à son contenu : une caméra au cadre bancal filme des techniciens dans le studio où sera mise en scène la guerre (on reconnaîtra ses lumières bleues dès le plan suivant). Un premier panoramique droite-gauche hésitant s'arrête sur un caméraman concentré sur son petit moniteur de cadrage, la main droite sur la bague de zoom de son objectif. Ce caméraman filme une scène que l'on ne voit pas, et il est lui-même filmé par une caméra dont l'image est restituée sur un écran, que filme en fin de chaîne la caméra de cinéma de Barry Levinson. Trois caméras, trois observateurs : le caméraman, le cadreur qui le filme et enfin nous spectateurs. Simple clin d'œil ou parenthèse de réflexion plus sérieuse, le cinéaste filme le caméraman comme un arroseur arrosé. Par cette simple et efficace mise en abîme, Levinson se place comme un observateur dissimulé scrutant la mascarade à venir. Mais aussi, par le jeu du plein cadre et de la texture de l'écran, il s'inclut parmi les illusionnistes et alerte directement le spectateur sur les faux-semblants qui s'offrent à lui, car ce que cette image abyssale crie aux yeux, c'est : « ne croyez pas ce que vous voyez ».

⁴⁷ A.C. Dalmasso, « Empiéter, toucher, dissoudre les bords du cadre », in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, op-cit, p44.

Fig.26



De quoi annoncer non sans ironie (l'écran est un outil essentiel à la satire, nous le verrons) un plan-séquence étourdissant où s'entremêlent les conversations et déplacements (photogrammes ci-dessus). Motss sort des coulisses et traverse cette gigantesque salle aux lumières bleues. La caméra le suit se diriger droit vers une actrice blonde avec un foulard (jouée par la jeune Kirsten Dunst) qui incarnera une jeune Albanaise fuyant les ruines de son village dans la peur. Tandis que la caméra effectue un tour entier autour d'eux, le producteur aux ambitions exorbitantes donne ses indications succinctes à la comédienne : courir vers la caméra en criant, un chaton dans les bras. Lorsqu'elle demande des précisions sur la nature du projet, Motss se laisse détourner l'attention par les responsables animaliers chargés de lui proposer un choix suffisamment large de chatons. Il jure alors : des chiens de toutes les races, mais pas un seul chaton ! Il s'en va et laisse Brean improviser une explication à l'actrice comme quoi la situation serait « un peu spéciale ». Ames passe par là et nous emporte avec elle vers le groupe animalier où les caprices de Motss persistent, avant de revenir vers la jeune fille afin de lui faire signer un papier « pour la sécurité ».

S'ajoutent à ces déplacements de nombreux passages entre la caméra et les protagonistes : un binôme transportant la maquette d'un mur en briques, un autre portant une échelle, un autre encore avec un pied à roulettes et un moniteur. Une foule de gens du métier constituée d'assistants-réalisateurs, accessoiristes, électriciens, perchmans ou photographes de plateau arpentent le lieu comme des électrons libres sans direction précise, flashés au hasard par des projecteurs déréglés. Ce

premier plan introductif organise par sa chorégraphie le désordre d'un tournage d'une telle envergure, et imite par ses mouvements de caméra la démesure de ses producteurs. Si Stanley Kubrick est un producteur de cinéma et les moyens mis en œuvre sont de l'ordre de l'industrie hollywoodienne, c'est également avec la télévision que Barry Levinson règle ses comptes. Six ans avant *Des Hommes d'Influence*, il donnait déjà son avis sur la télévision américaine et la manière dont elle affectait les manières de « penser, de se vêtir, d'agir ». Le temps de visionnage d'un téléspectateur moyen se résumait à « deux heures de publicité, divisées en spots de trente secondes⁴⁸ », système de montage dont il était très familier puisqu'il a commencé sa carrière dans la télévision. Il travaillait à la WTOP-TV en tant qu'assistant technique chargé d'intégrer manuellement, sur bande magnétique, les publicités au sein des films (manœuvre quotidienne qui lui offrira au passage la découverte des grands classiques américains tels Welles, Ford, Hawks ou Capra)⁴⁹. Dans *Des Hommes d'Influence*, Levinson s'attaque frontalement au fonctionnement télévisuel qu'il connaît littéralement du bout des doigts. Cependant il ne s'agit pas non plus d'épargner complètement l'industrie du septième art, les années 1980 et 1990 connaissant l'avènement des super-productions aux effets visuels à la pointe. « Ils ont utilisé le même procédé avec le dernier film de Schwarzenegger » dira Kubrick avec fierté en voyant le résultat.

Cette séquence raconte donc les coulisses de la médiatisation d'une guerre fictive. Le film sort en 1997, six ans après l'invasion du Koweït par l'Irak suivie de la guerre du Golfe dans laquelle les États-Unis furent fortement impliqués. Environ deux décennies après l'échec de la guerre du Vietnam, sur les plans humain, politique et surtout médiatique, l'Amérique de George Bush trouve l'occasion de redorer son image en utilisant les médias comme partie prenante de la guerre. Elle ne le fait pas par un déferlement incessant d'images mais au contraire en en réduisant le nombre au strict minimum et de manière ordonnée. C'est l'argument avancé par Jacques Rancière contre l'idée reçue selon laquelle il y aurait un trop plein d'images violentes, dans son chapitre « L'image intolérante » issu du *Spectateur émancipé*. « [Les médias dominants] en éliminent tout ce qui pourrait excéder la simple illustration redondante de leur signification⁵⁰ ». Les images télévisuelles montrant la guerre ne seraient pas « horribles » en soi puisque nous n'y voyons pas de violence

⁴⁸ « Look, American watch eight hours of television per day on the average, that's approximately two hours of commercials, divided up into thirty-second spots, telling us how much we need all this crap which we really don't need. » in G. Hickenlooper, *Reel Conversations: candid interviews with film's foremost directors and critics*, Secaucus, NJ (u.a.), Carol, 1991, p147. Traduction personnelle.

⁴⁹ B. Levinson et D. Thompson, *Levinson on Levinson*, op-cit, p14.

⁵⁰ J. Rancière, *Le spectateur émancipé*, Paris, la Fabrique éd, 2008, p105.

graphique, de morts ou de blessés. Selon lui, la banalisation de l'horreur ne viendrait pas de là mais plutôt de l'anonymisation des corps, de la privation de la parole de ceux que l'on montre. « Le système de l'Information ne fonctionne pas par l'excès des images, il fonctionne en sélectionnant les êtres parlants et raisonnants, capables de “décrypter” le flot de l'information qui concerne les multitudes anonymes⁵¹ ».

La sélection et le contrôle des images importent plus que leur nombre. Au moment de la Guerre du Golfe, les armées acquièrent un savoir-faire et maîtrisent dorénavant l'outil médiatique⁵², en plus des Pools⁵³ présents sur le terrain. Dans son article pour *Culture et Conflits*, Arnaud Mercier liste plusieurs procédés qui servent à maîtriser l'impact de ces images sur la population⁵⁴ :

- « L'euphémisation » : ne sont montrées à la télévision que les cibles stratégiques. Pour le reste, on ne parle que de « dégâts collatéraux » à propos de la destruction d'habitations civiles.
- « L'esthétisation » : on fait appel au « pouvoir fascinant des images violentes » face auxquelles s'émerveillent les journalistes et présentateurs. Un exemple est montré où un journaliste de CNN compare les bombes larguées sur Bagdad à des feux d'artifice.
- « La technologisation » : la maîtrise et les innovations technologiques ne concernent pas que les outils militaires (désignés comme « intelligents » et « propres ») mais aussi la communication avec le direct, les images provenant des satellites ou des avions furtifs. Jean Baudrillard, lui, parle de « dérive » lente dans « le maniérisme technologique »⁵⁵.
- « La distanciation » : on met en valeur la dimension ludique des images, entre animations graphiques des batailles à venir et les références aux jeux-vidéo.
- « La mise en scène » : on façonne les personnages de la guerre selon les « catégories de jugement manichéennes du bon et du mauvais », ainsi Saddam Hussein, auparavant rempart contre Khomeini, devient maintenant le « boucher de Bagdad ». Nous ajoutons aux idées d'Arnaud Mercier que certaines appellations des actions militaires américaines participent à forger une image héroïque des soldats et de leur mission dans un lieu hostile. Ainsi, l'opération *Desert Shield* (« bouclier du désert ») vise à défendre l'Arabie Saoudite des attaques irakiennes puis l'opération *Desert Storm* (« tempête du désert ») consiste en une offensive contre l'Irak.

⁵¹ J. Rancière, *Ibid.* p106.

⁵² A. Mercier, « Guerres et médias : permanences et mutations », op-cit, doi: [10.3917/rai.013.0097](https://doi.org/10.3917/rai.013.0097)

⁵³ Système de l'armée américaine intégrant des petits groupes de journalistes aux opérations militaires, qui relayent ensuite les informations aux groupes restés derrière. *ibid.*

⁵⁴ A. Mercier, « Médias et violence durant la guerre du Golfe », op-cit, doi: [10.4000/conflits.296](https://doi.org/10.4000/conflits.296).

⁵⁵ J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, op-cit, p26.

Autant de procédés qui visent à dépasser la pure fonction géopolitique de la guerre pour en faire une idée fantasmée. Elle n'est plus seulement une succession d'évènements réels mais devient un imaginaire auquel on se familiarise. Elle rentre dans un univers virtuel qui devient une référence pour tous. Elle partage notre quotidien et intègre pleinement le champ culturel.

Certes, l'image a toujours joué un rôle clé, entre documentation et propagande, dans les guerres du XXème siècle. Mais certains aspects technologiques et culturels propres à la dernière décennie, comme le procédé de « distanciation », marquent une véritable évolution dans l'histoire de la médiatisation des guerres. La naissance de nouveaux régimes d'image implique de nouvelles méthodes d'illustration des événements et crée de nouveaux rapports au réel en prétendant l'objectiver. Les images « classiques », quant à elles, deviennent parfois obsolètes, moins spectaculaires qu'elles ne l'étaient. Serge Daney dissocie en ce sens l'« image » du « visuel », ce dernier regroupant « les simulations électroniques, les dessins animés ou humoristiques, les génériques de synthèse, les cartes d'état-major, les schémas, les logos [...] »⁵⁶, qui seraient plus aptes à orner le récit de l'armée américaine comme gardienne de la paix. Notre capacité d'imagination en serait rétrécie, tout comme notre aptitude à nous représenter cette « guerre en mondiovision, rendue à une abstraction flottante zébrée d'« événements » fantômes »⁵⁷.

Si nous pouvons nous interroger sur l'absence de ces « visuels » dans *Des Hommes d'Influence*, malgré leur omniprésence dans l'actualité, le film préfère plutôt se concentrer sur la dénaturation de l'image « classique » connue des téléspectateurs, celle photographique et cinématographique qui a couvert les guerres du XXème siècle et en particulier la guerre du Vietnam. Ce qui intéresse le cinéaste, c'est la construction en coulisses d'une image afin de la rapprocher des caractéristiques des « visuels » décrits à l'instant. Cette image constituée de toute pièce n'est pas faite de schémas mais appartient totalement à l'esprit ludique des médias. Les créateurs de cette image voient la guerre comme un jeu vidéo, dans la constitution d'un univers par étape : une jeune villageoise albanaise qui court, puis le rajout d'un village en ruine, puis le rajout d'un chaton dans ses bras.

Cette séquence du tournage est la première étape d'un long processus de mythification d'un évènement fictif, qui imprègne progressivement la société. Le cinéaste commence par décrire pas à pas la fabrication de cet évènement.

⁵⁶ S. Daney, « Montage obligé - La guerre, le Golfe et le petit écran », op-cit, p192.

⁵⁷ S. Daney, ibid. p195.

Les péripéties de la préparation de tournage continuent lorsque Motss, insatisfait des animaux proposés, décide d'incruster numériquement le chaton. La comédienne, perplexe, se contente de tenir un paquet de chips dans ses bras. « Pour avoir plus de choix » lui explique Motss sur un ton impatient. Tentant son ultime chance, elle se redirige vers Conrad Brean pour lui demander à nouveau si cette expérience pourrait finir sur son CV. Avec un sourire cynique, ce dernier insiste que ce projet doit rester dans le plus grand secret, au risque de se faire tuer. Quelques secondes avant l'enregistrement, plusieurs mains surgissent et viennent poudrer son visage alors qu'on la traîne sur le plateau. La voici alors, se tenant seule et innocente avec un paquet de chips dans les mains, actrice principale d'un mensonge international que crie derrière elle un fond bleu qui engloutit le cadre.



Fig.27

Nous sommes tentés de rattacher ce fond bleu à notre réflexion sur les écrans, en commençant par voir dans quelle mesure il correspond à leur définition. En effet, on a tendance à l'appeler simplement « fond bleu » et non « écran bleu », car aucune image n'y est projetée ni émise. Les ancêtres du procédé de chroma-key, les trucages par projection, font bien intervenir des écrans sur lesquels sont projetées ou rétroprojetées les images qui serviront d'arrière-plan. Le fond bleu, lui, est filmé tel quel, sans image enregistrée par la caméra. Pourtant, il s'agit d'une surface plane sur laquelle sera incrusté un arrière-plan, donc bien d'un support d'image, en tant que lieu d'une image en devenir. Dans l'espace physique, l'écran bleu n'a pas vocation à se dissimuler derrière l'image qu'il supporte, contrairement aux écrans de projection et d'émission. Ce n'est que dans l'espace virtuel qu'il disparaît complètement une fois l'image incrustée. Dans l'espace physique, il est considéré et exploité comme tel, précisément parce qu'il annule toute image, parce qu'il en incarne l'absence. Dans son livre, Mauro Carbone propose une analyse de la mythique caverne de Platon en y trouvant les éléments d'un *archi-écran* qu'il tente de définir. Dans cette allégorie, les hommes

vivent dans une grotte en l'absence de toute lumière provenant du soleil. Ils font face à un mur sur lequel sont projetées les ombres des objets éclairés par un feu derrière eux. La caverne contient deux parois : la première, appelée *teikhion*, sur laquelle sont adossés les hommes, ne laisse dépasser que les objets et en cache les porteurs. La deuxième, appelée la « paroi opposée », est la surface de projection des ombres de ces objets que contemplant les hommes. Pour Carbone, le *teikhion* est tout autant un écran à prendre en compte que la paroi opposée, en ce qu'il joue « la double fonction de clôturer en offrant une protection tout en sélectionnant ce qui doit être montré ». Pour lui, un écran a la double faculté de montrer *et* cacher :

« Par conséquent, je voudrais suggérer que dans son allégorie de la caverne Platon présente les deux possibilités fondamentales de l'archi-écran, à savoir l'écran en tant que surface qui cache et l'écran en tant que surface qui montre, qui ne peuvent être simplement opposées et séparées l'une de l'autre, que ce soit logiquement ou historiquement.⁵⁸ »

L'écran bleu à l'heure de l'incrustation numérique pourrait en être un exemple signifiant. Il porte cette double fonction de cacher l'image avant de la montrer. Dans *Des Hommes d'Influence*, c'est l'écran bleu qui maintient dans l'ignorance la jeune Albanaise et probablement la plupart des techniciens du tournage. Il ne représente rien alors même qu'il est le centre de l'attention, il englobe la simulation de l'évènement tout en invisibilisant cet évènement. D'autre part, il n'est pas un support de restitution finale mais il est lui-même destiné à faire partie d'une image plus globale. Ce qui est enregistré par la caméra n'est pas intègre mais modulable à souhait, l'image n'existe pas encore tout à fait car elle peut devenir tout et son inverse. La chaîne de création classique est brisée par ce nouveau dispositif de l'image composite : avec elle, le monde n'est pas capturé mais assemblé de toute pièce. On ne choisit pas de l'observer et de le refléter par la caméra mais de le fabriquer à partir de réalités différentes. Si l'image composite existe depuis les débuts du cinéma avec George Méliès, le trucage en cache/contre-cache dont il était friand pensait la constitution de l'image finale en amont. La portion de surface de la pellicule préservée pour la deuxième impression à venir impliquait de s'y contraindre à la mise en scène. L'image incrustée ne pouvait pas être n'importe laquelle ni ne pouvait être placée n'importe où dans le cadre, car la scénographie de la première image s'organisait précisément en fonction de l'accueil de la deuxième. Or, avec l'écran bleu, les possibilités d'incrustation sont infinies, quelle que soit l'action pré-enregistrée. Il

⁵⁸ M. Carbone, in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, op-cit p23.

peut laisser place à un village albanais choisi parmi d'autres, auquel on peut ajouter des flammes, ou bien un pont.



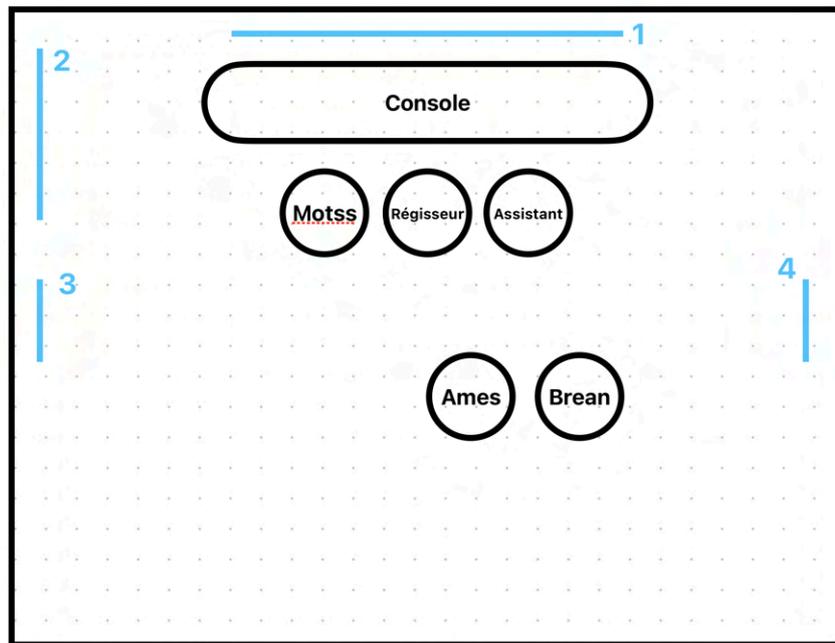
Fig.28

Cela nous amène de l'autre côté, dans la régie vidéo, où l'on voit les différentes pièces s'assembler.

B) Mettre en scène le leurre

Dans cette petite pièce sombre, Stanley Motss est assis auprès du régisseur vidéo et son assistant. Ils font face à un mur doté d'une multitude d'écrans de tailles différentes. À leur gauche, deux autres écrans, et un dernier à leur droite complètent le tout. Cette disposition place l'image du plan tourné dans tous les coins de l'espace. Quelque soit le cadrage des personnages, de dos, de face ou de profil, un écran nous offre presque toujours la vue du plan. Il n'y a aucun angle mort et c'est bien le but de cette production : ne laisser aucun téléspectateur passer à côté de cette information. Cette histoire est la seule possible et la seule qui existe, où que l'on regarde. Derrière Motss et les régisseurs, Conrad Brean et Winifred Ames se tiennent debout et assistent au montage.

Fig.30



Plan au sol de la régie

La numérotation des écrans (en bleu) est reprise dans les photogrammes ci-dessous



Fig.29

Sous les indications de Motss, le régisseur commence par remplacer le fond bleu par un village en choisissant dans une librairie. Un gros plan nous fait voir le défilement sur un écran de quelques photos de village, celle du centre étant la meilleure. Le régisseur propose l'ajout de flammes, puis des sons de cris et de sirènes. À l'aide d'un micro, il semble s'adresser à une autre salle chargée de collecter ces éléments. Après s'être félicité du réalisme de son œuvre, Motss désire maintenant l'ajout d'un pont que la villageoise (dont il ne se souvient même pas du nom) est censée traverser. Reste la dernière pièce du puzzle à intégrer, l'animal qu'elle tient dans ses bras. Le chef a pris sa décision : ce sera un chaton calicot, à chercher dans une deuxième librairie. Mais c'est alors qu'Ames soumet l'idée au Président par téléphone, qui lui veut un chat blanc. Naît alors un conflit autour du choix de l'animal, Motss voyant les premières lueurs d'un accaparement de son œuvre par autrui. Impossible d'argumenter, le Président est occupé à « mobiliser la sixième flotte ». Le producteur se plaint alors au régisseur : « Je déteste quand ils se mêlent de tout ». Finalement, la volonté du Président est respectée et l'on voit le paquet de chips provisoire se transformer en chat blanc.

Les possibilités de création sont infinies. La profusion des écrans le montre, tout comme la démultiplication du même chat blanc en vingt-six exemplaires. Le chat, parmi ses nombreuses copies conformes, n'est pas à usage unique, il s'offre à nous à l'infini. Cette mosaïque d'images identiques présentées en split screen n'est pas sans évoquer l'accumulation de produits qui s'offrent au consommateur américain. On peut y voir des ressemblances avec certains travaux de Andy Warhol ou du sculpteur Arman à l'époque de la production de masse, dont l'œuvre est constituée d'un même motif repris en série plus ou moins longue. Le cinéaste prend ce dispositif tautologique comme un outil caricatural : un foisonnement d'objets différents les uns des autres fascine, mais un foisonnement d'objets identiques est dérisoire et risible. Ainsi l'image du chat est inépuisable et renouvelable à souhait, elle apparaît comme les figurines d'une vitrine de magasin. Au cas où un seul ne nous suffirait pas, il en existe un nombre infini de versions :

Fig.31



Fig.32



Campbell's Soup Can - Andy Warhol -
Gallerie Ferus, New York, 1962

Fig.33



Réveils - Arman - Musée des Arts
Contemporains de Chicago, 1960

Dans cette séquence le cinéaste a recours à toujours plus de profusion d'images pour mieux s'en moquer. Le plan de l'Albanaise en train de courir le dos courbé est lu en boucle. Son déplacement répété indéfiniment a pour effet de déshumaniser le personnage, d'en faire un automate programmé pour sa course, de l'intégrer dans le mécanisme de l'artifice. La même image nous est ressassée avec à chaque fois une petite modification, un ajout : un village, un cri en plus, un pont, un chat. La vidéo mise en boucle annonce l'enclenchement des rouages de la machine médiatique : les images seront ressassées jusqu'à imprégner l'esprit de chacun.

Nous pourrions voir en la personne du régisseur le reflet de Barry Levinson, qui, rappelons-le, a commencé sa carrière dans la télévision, son travail consistant à l'époque à insérer les publicités au sein des films. Comme le régisseur de la séquence, il assemblait des images assis devant un écran, mais les bandes magnétiques de son époque ont laissé place aux boutons de claviers que l'on voit dans le film. L'absurdité de la séquence réside ainsi dans l'immense champ des possibles : les éléments visuels et sonores sont assemblés comme les pièces d'un puzzle et les différentes combinaisons possibles se comptent par milliers. Le montage de la séquence permet de saisir la simplicité presque désinvolte de la fabrication : d'un gros plan sur les mains du régisseur pianotant sur son clavier, on passe à un gros plan de l'écran sur lequel le résultat apparaît aussitôt. En un clic,

accompagné d'un effet sonore robotique, la réalité change drastiquement. Tout comme les éléments qui la constituent, elle devient interchangeable. Les personnages ne cherchent pas à atteindre une forme de réalité unique mais cherchent laquelle est la plus élégante, la plus dramatique. La critique du cinéaste est d'autant plus incisive qu'il n'hésite pas à faire des arrêts sur image sur le visage grimaçant de l'Albanaise.



Fig.34

Au sein de cette mise en scène du leurre, Levinson saisit un bref moment pour scruter cette image fausse qu'on nous présente comme vraie : au début de la séquence, la caméra opère un zoom sur un des écrans filmé plein cadre, au moment où l'on décide de rajouter les flammes au village. Avec cet effet de zoom, c'est comme si le cinéaste se mettait dans la peau d'un gemmologue déterminant l'authenticité d'une pierre précieuse. Comment dissocier le vrai du faux dans une image passée à la loupe, dont la basse résolution empêche l'analyse rigoureuse ? L'image ayant « longtemps bénéficié d'un a priori favorable, au nom de l'adage célèbre : “Je ne crois que ce que je vois”⁵⁹ ». Ce statut particulier est ici accentué par ses aspects bruités et grésillants, décisifs quant à la réception de l'information par le public. Les interférences (photogramme ci-dessous) participent à mettre en avant la soi-disant réalité de l'image, à l'inverse de la fiction qui elle offre une image sans défaut, claire et belle à voir. C'est l'argument avancé par Christophe Chambost dans son analyse du processus de création de cette guerre fictive dans le film. Pour lui, il est admis culturellement qu'une image a l'air plus réelle quand elle est dégradée, salie, et cela va à l'encontre de certaines idées avancées par des auteurs comme Divina Frau-Meigs (dont il prend l'exemple), pour qui s'est accru notre désir d'images hyperréalistes. Selon Chambost, cela est vrai pour les fictions, mais pour ce qui est de la représentation du réel, les images « non-raffinées » donnent une meilleure sensation de réalité⁶⁰. Il fait ainsi le lien entre mauvaise qualité et impression de vérité :

⁵⁹ A. Mercier, « Guerres et médias : permanences et mutations », op-cit, doi: [10.3917/rai.013.0097](https://doi.org/10.3917/rai.013.0097)

⁶⁰ C. Chambost, « Ma(s)king the news, unma(s)king Europe as a faraway foe... Or american journalism for specific purposes in Barry Levinson's *Wag The Dog* », op-cit, p142.

« Dans notre esprit, persiste toujours l'idée que les images granuleuses envoyées par des correspondants spéciaux montrent où "se trouve la vérité nue", et la vérité semble en effet rarement élégante.⁶¹ »

Une image dénaturée, difficile à lire, nous apparaît comme un aperçu d'un réel pris sur le vif, un cliché rare d'une situation lointaine et peu accessible. Un « moment fugace qui ne peut pas être relayé proprement », dans les bonnes conditions. Ce filtre donne à l'image son statut suprême de vérité, puisque ses défauts techniques sont synonymes d'authenticité. Cela intervient à une période où sont popularisées les images documentaires de type *found footage*, prises par des caméras vidéo amateurs, nouvelle référence de réalité car à l'opposé des images bien façonnées des œuvres fictionnelles. La basse résolution, le bruit, la compression de l'image deviennent des vecteurs d'information pour les journaux télévisés. Dans *Des Hommes d'Influence*, le résultat final du plan de la villageoise est montré à travers un écran où se retrouvent ces défauts, et où s'ajoutent le grésillement et les interférences qui suggèrent une mauvaise transmission du lieu de prise de vue vers l'antenne de la chaîne.



Fig.35

⁶¹ C. Chambost, *ibid.* « At the back of the human mind, there is still the idea that the grainy images sent by special correspondents do show where "the naked truth lies", and truth rarely looks good indeed. » Traduction personnelle.

Cette impression de vérité que confèrent la mauvaise qualité et l'inintelligibilité de l'image va de pair avec la technologie du direct : elle aussi marqueur important de l'évolution des médias, elle est un critère impératif de vraisemblance. Mais tout en nous vendant la sensation du réel, le direct bouscule toute notion de l'espace-temps. Voir une image retransmise en direct, c'est vivre le moment tout en y étant absent. Les individus émetteur et récepteur de l'information sont séparés dans l'espace mais non plus dans le temps. Là encore, le rapport à la réalité se brouille, l'écart entre réel et virtuel est réduit. L'instantanéité de l'image médiatique participe à son ambivalence et renverse la définition du présent dans son aspect sensoriel : le présent n'associe plus unités de temps et d'espace, il est à percevoir comme un « effet » plus englobant. Ce progrès technologique est une étape de plus vers la non-distinction entre une image et son objet, comme le note Jean Baudrillard :

« À chaque étape [du] progrès on s'est éloigné de l'intensité imaginaire de l'image. Plus on se rapproche prétendument du réel (ou de la vérité), plus on s'en éloigne, puisqu'il (elle) n'existe pas. Plus on se rapproche du temps réel de l'événement, plus on tombe dans l'illusion du virtuel. »⁶²

Ces deux séquences regroupant préparation du studio et montage en régie décortiquent le processus de manipulation des images à des fins politiques. Ici les écrans de la salle de régie ont pour rôle de marquer les différentes étapes du passage de la réalité à la fiction. Au départ, lors du plan-séquence dans le studio, la caméra se déplace dans l'espace au gré des mouvements humains, signe d'un ancrage avec eux dans l'espace physique. Ces mouvements et ce croisement désordonné d'activités sont marqueurs de réalité : la comédienne, les accessoires, l'ensemble du studio sont tangibles et appartiennent encore au monde. Mais dès lors que l'on passe derrière les moniteurs de retransmission, cet ensemble est destiné à n'être plus que l'image d'un propos inventé et ce pour le reste du film. L'espace tridimensionnel, contemplé sous tous ses angles par la caméra du plan-séquence, est plaqué sur une surface bidimensionnelle qui le contient dorénavant dans son statut fictif. L'écran fait ainsi le lien entre un monde réel, celui des illusionnistes, et ce monde désubstantialisé dont il se fait la vitrine et dont il trahit les traits d'illusion. Fruit d'une association entre la Maison-Blanche et un agent du divertissement, producteur incompris en quête de renommée, cette nouvelle fiction comble les fantasmes des présentateurs télévisuels pour qui, parmi les nombreuses formes d'esthétisation de la guerre évoquée plus haut par Arnaud Mercier, « l'Amérique n'a pas souvent vu une image aussi poignante de la race humaine ».

⁶² J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, op-cit, p48.

Cette manipulation de la majorité par une minorité, Barry Levinson l'illustre furtivement à travers un plan qui encore une fois s'adresse au spectateur complice du cinéaste. Parmi la profusion de la librairie d'animaux, l'accent est mis sur un écran où l'on aperçoit en vitesse la queue d'un chien remuer, référence directe au titre original du film, *Wag the Dog*, devenue l'expression phare en politique signifiant le fait qu'un petit groupe fait diversion pour tromper un grand groupe. Le film commence avec cette apostrophe qui annonce l'ironie désabusée du reste de l'œuvre : « Pourquoi un chien remue-t-il sa queue ? Parce qu'un chien est plus intelligent que sa queue. Si la queue l'était, la queue remuerait le chien. »



Fig.36

Ce terme de *leurre* que nous utilisons, Serge Daney l'emploie aussi en l'associant aux images médiatisées pendant la Guerre du Golfe. « Il est étrange qu'il nous ait fallu une guerre pour redécouvrir que l'image, de tout temps, fut aussi un *leurre* [...]. Un leurre destiné à faire le guet, à détourner l'attention et à procurer du temps »⁶³. Mais selon lui, ces images n'ont pas de pouvoir à elles seules. Elles ne feraient que représenter le pouvoir, « “travaillent” pour lui comme les “images de marque” travaillent pour l'entreprise », mais n'auraient pas de force intrinsèque. Si nous sommes d'accord avec le fait qu'elles se mettent au service du pouvoir, nous pensons tout de même que les images ne se réduisent pas à des outils intermédiaires, mais qu'elles existent bel et bien indépendamment de ceux qui s'en servent. Comme toute œuvre, elles excèdent l'intention de leurs créateurs. Tout en étant créées dans une volonté et un but précis, elles deviennent par leur diffusion et circulation des forces indépendantes qui s'autoalimentent et se suffisent à elles-mêmes. Elles façonnent un imaginaire qui dépasse le champ d'action du groupe de personnes pour qui elles étaient censées « travailler » au départ. Nous le verrons dans notre chapitre suivant, l'image est la vitrine du pouvoir, mais cela ne l'empêche pas d'édifier un quatrième pouvoir.

⁶³ S. Daney, « Montage obligé - La guerre, le Golfe et le petit écran », op-cit, p190.

CHAPITRE 2. L'écran comme vitrine du pouvoir

A) L'écran, un outil satirique

Les deux séquences dont nous avons parlé sont les pièces maîtresses de l'intrigue, elles sont le déclencheur d'une bataille médiatique qui ne fait que commencer entre les deux partis politiques rivaux et qui gagnera en ampleur sans s'arrêter. À partir d'une simple scène répétée en boucle, c'est un imaginaire exubérant qui imprègne la société jusque dans ses coutumes et ses codes. Le village albanais diffusé avec une mauvaise transmission sur les téléviseurs cathodiques n'est plus que le premier épisode d'une longue série de péripéties présentées au peuple comme un véritable récit national. Plus besoin de gros moyens de production filmique, les différents médiums de narration se multiplient : une chanson de paix, une photo d'un soldat américain resté prisonnier, une allocution Présidentielle solennelle et réconfortante. Les écrans n'en demeurent pas moins présents, ils participent même à nous faire ressentir, grâce à notre statut de spectateur omniscient, l'absurdité toujours croissante de l'artifice. Ils font partie des atouts d'une mise en scène satirique, du cadrage au montage en passant par le son, à laquelle aspire le cinéaste depuis ses débuts.

Dans l'entretien accordé au Monde à la sortie du film, Barry Levinson regrette le désintérêt des studios pour la satire, qu'ils estiment être « un genre trop pointu, pas assez vendeur.⁶⁴ ». Le cinéaste n'est pas étranger à la comédie. Après un début de carrière à la télévision, il commence avec le burlesque en travaillant pour Mel Brooks en scénarisant avec d'autres le film *Silent Movie*, imitation des grands slapsticks, et en jouant dans *Horror Anxiety*, pastiche de *Psychose* où il imite par la voix les fameux cris de violons de Bernard Hermann⁶⁵. En 1987, il accepte le projet d'une comédie sur la guerre du Vietnam (non sans risque pour l'époque) avec *Good Morning Vietnam*, film basé sur le talent d'improvisation de Robin Williams en DJ américain vivant à Saïgon. Avec *Des Hommes d'Influence*, il s'empare de la satire, genre à part de la comédie qui mêle humour grinçant, dialogue fin et sophistiqué et portraits caricaturaux, le plus souvent de personnalités publiques, d'institutions ou d'États. Pour avoir toutes les clés de compréhension de l'humour, le film satirique exige du spectateur d'être au courant de l'actualité politique, la moquerie reposant souvent sur des répliques ou des actes qui font plus ou moins directement allusion à de vraies personnes. Dans son ouvrage sur le documentaire et ses dérivés, François Niney propose une

⁶⁴ C. Mulard, « Entretien avec Barry Levinson », *Le Monde*, op-cit.

⁶⁵ B. Levinson et D. Thompson, *Levinson on Levinson*, op-cit p31.

catégorisation des différents types de « documenteurs » qui questionnent le rapport entre réalité et fiction, entre le vrai et le faux : il définit alors ce que sont le canular, le pastiche, le postiche, le trompe-l'œil et le détournement⁶⁶. La satire, bien que trop éloignée du documentaire pour figurer parmi ces catégories, y pioche certaines astuces pour mieux parler du réel à travers la fiction, étant elle-même le reflet acéré de la société et de ses mœurs. Ainsi, pas moins de trois Présidents américains se trouvent derrière les allusions du film. L'annonce choc et compromettante pour le Président sortant en ouverture du film n'est pas sans rappeler le scandale du Watergate qui a poussé Richard Nixon à sa démission en 1974. Les accusations de harcèlement sexuel sont plus directement liées à l'affaire étrangement similaire qui adviendra a posteriori, le Monicagate impliquant Bill Clinton. George Bush, lui, est probablement la cible la plus prégnante du film (le livre dont il est adapté le nomme sans détour), Président de 1989 à 1993 aux manettes d'une nouvelle guerre post-Guerre Froide et de nouvelles stratégies médiatiques de légitimation du pouvoir.

Cependant, le film ne s'attarde pas sur le portrait fictif d'un homme de pouvoir mais bien sur les « hommes d'influence », et également des images d'influence. Le film n'attaque pas l'administration du Président de l'intérieur mais bien de l'extérieur, à travers la bataille médiatique qui est menée et véhiculée par les images qui investissent à la fois les espaces publics et privés. Les écrans sont sur tous les fronts, aucun espace ne leur est étranger, du plus secret au plus exposé : le sous-sol où se déroulent les réunions de crise, une limousine, une maison, une cabine d'avion, un aéroport, le centre-ville.

⁶⁶ F. Niney, *Le documentaire et ses faux-semblants*, in *50 questions*, no. 47, Paris, Klincksieck, 2009, pp159 à 164.



Fig.37

Cette pluralité des lieux est liée par le même flot d'informations qui parfois nous fait bondir d'un endroit à l'autre au cours d'une même information diffusée simultanément. Ainsi, l'allocution Présidentielle annonçant la marche à suivre nous mène de la Maison-Blanche à un bistrot, à la maison d'un associé de Motss, à la limousine de Brean, et enfin à une chambre d'hôtel où une attachée de presse met en œuvre la suite du plan d'action en couchant avec le journaliste d'une chaîne de télé. Ce choix de montage, accompagné de la musique paisible et rythmée de Mark Knopfler, nous fait voyager parmi les différents points de vue de spectateurs de l'information mais aussi ceux des fabricants, fractionnés en plusieurs unités (le Président, Brean, Motss, son associé, l'attachée de presse) qui ne s'arrêtent jamais de planifier la suite du récit. Le rythme qu'instaure ce changement d'espaces, liés par le son d'un même discours dont la retransmission est toujours justifiée par la présence d'un écran, donne l'impression d'un récit qui se vend perpétuellement et sans aucune difficulté. Cette continuité se transpose dans les propres dialogues des protagonistes, que le monteur du film décide de répartir dans les différents espaces : un personnage commence une phrase dans un salon, et la termine dans le couloir comme s'il s'y était téléporté⁶⁷. Ces sauts dans le temps et l'espace, induits par les écrans et repris par les protagonistes, battent la mesure de la société des médias : les téléspectateurs doivent eux aussi s'insérer dans ce mode de vie ruisselant et paisible, fluide et sans obstacle. Telle est la clé de réussite du complot de Motss et Brean, offrir une information continuelle, agréable et sans fin.

⁶⁷ Comme par exemple à 15min40 du film.

Cette bataille médiatique prend sa source au début du film, dans une pièce en sous-sol de la Maison-Blanche où Brean est convoqué pour résoudre le problème qui nous est encore inconnu. L'attachée de presse explique alors que lors de la visite d'un groupe de jeunes filles, le Président a passé trois minutes avec l'une d'entre elles dans une salle annexe au bureau ovale. On lui tend une feuille qui résume les accusations de la fille, quelques jours avant les élections. C'est alors qu'une cassette leur est livrée comportant la nouvelle publicité du candidat rival. Le petit groupe se dirige vers le téléviseur au coin de la pièce, le premier d'une longue série d'écrans, et découvre que l'information a déjà été relayée auprès du parti opposé et que celui-ci en a profité sans attendre : sa nouvelle publicité entonne une chanson joviale aux paroles douteuses, « Dieu merci pour les petites filles », illustrée par un plan de la Maison-Blanche suivi d'un plan du bureau ovale vide. S'affiche pour finir le portrait du sénateur Neal concluant qu'il faut voter pour lui. L'écran, filmé en contre-plongée et en plongée adopte le point de vue de tous les observateurs : la journaliste ayant récupéré et inséré la cassette est accroupie tout près de l'écran tandis que Brean, Ames et leurs associés se tiennent debout. Dans cette variété d'angles, le téléviseur, envahissant une grande partie du cadre, émet une image à la luminosité éclatante dans une salle obscure où tout le reste se fond dans l'ombre. Luminosité offensive comme la provocation rusée, subtile et inflexible du camp adverse. L'écran réunit ici lumière et obscurité et le contraste qui en résulte est à l'image de la bataille électorale à venir entre acteurs médiatiques et manipulateurs de l'ombre, où se confrontent l'extérieur et des intérieurs dissimulés, où les anonymes jouent en faveur ou contre les personnalités publiques.

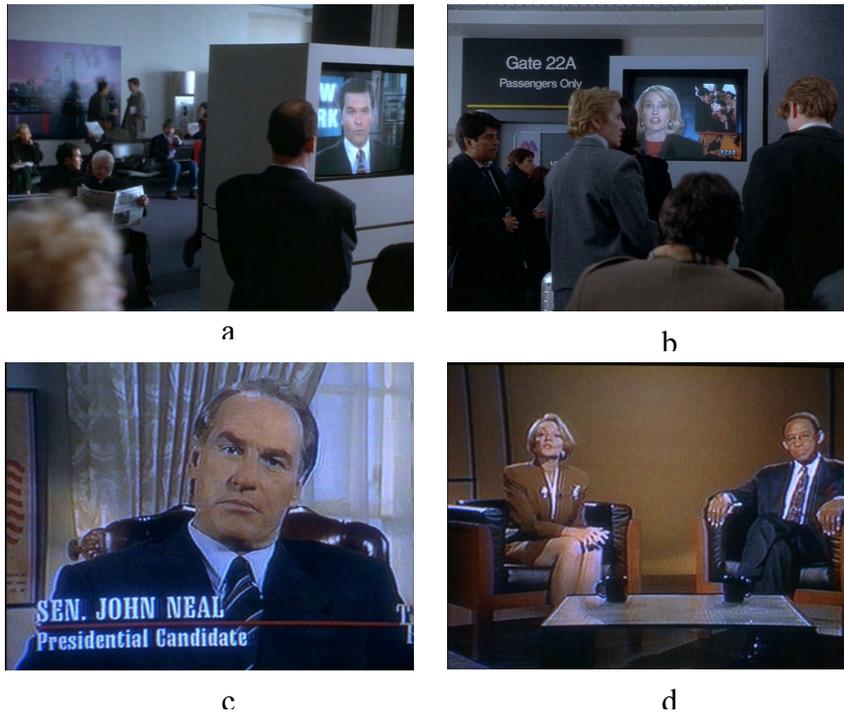


Fig.38

C'est cette fois dans un espace public, un aéroport, que Conrad Brean, inconnu dans la foule, assiste à la révélation officielle du scandale. Dans une salle d'attente, tous les yeux se rivent progressivement vers l'annonce choc diffusée par deux téléviseurs fixés de part et d'autre sur un mur. Deux travellings avant en champ-contrechamp permettent de voir ces deux écrans (photogrammes a et b ci-dessous), toujours pour montrer que les informations qui en sortent

n'échappent à aucun regard. Annonce à la fois inquiétante et drôle pour nous qui voyons, parmi la foule, un prêtre lever les yeux de son journal au moment où il entend d'une journaliste qu'une jeune fille accuse le Président d'inconduite sexuelle. Au fil de l'information, nous nous rapprochons du visage de Brean qui réalise le dur combat d'opinion à mener. Le champ de bataille s'élargit avec la réaction du sénateur Neal face caméra qui exige le retour de Chine immédiat du Président (c), les commentaires des journalistes sur les sondages de ce dernier (d). Nous aurons même plus tard dans le film la réaction d'un humoriste et d'un acteur face à l'évolution des péripéties.

Fig.39



La comédie bat son plein lorsque Brean et Ames se rendent dans l'immense demeure de Stanley Motss, producteur excentrique qu'ils retrouvent couché dans son appareil à bronzage, pour lui demander de mettre en image une guerre en Albanie inventée de toute pièce. Ensemble, ils regardent en direct la conférence de presse où les journalistes proches du parti semblent agir en faveur du Président candidat à sa réélection en lui posant exclusivement des questions sur la nouvelle situation de crise. Motss, enveloppé dans son peignoir, d'abord amusé par l'embarras du Président et de son parti, se demande à présent à quel point ses deux invités ont une influence sur ce qu'il entend de l'attaché de presse. Par un acte de démonstration surréaliste, Brean sort son appareil téléphonique et demande quel message il souhaiterait faire passer. Avec une mine suspicieuse, Motss dicte sa phrase : « Je sais que nous sommes tous inquiets pour le Président. Je suis sûr que

nos espoirs et nos prières sont avec lui » avant d'écouter à l'instant même la répétition à l'identique de ces propos par l'attaché de presse, dont la main s'approchant de l'oreille indique la présence d'une oreillette et manifeste l'instantanéité de la communication. La satire joue ici sur la mise en place d'une situation invraisemblable qui accroît le pouvoir des protagonistes et en particulier du producteur face à la docilité des services de la Maison-Blanche. La séquence met en scène des personnages qui sans hésitation s'amuse avec leur pouvoir comme un jeu d'enfant et dont ils testent les limites. Est traité avec humour le début d'une entreprise alarmante : la mise en œuvre d'un contrôle absolu de l'information et de l'opinion.



Fig.40

Cette séquence marque le retour et la remise en route d'un producteur qui aspire depuis longtemps à faire reconnaître ses talents. Avec cette simple phrase répétée par l'attaché de presse, Motss savoure les prémices d'une représentation dont il sera le chef d'orchestre. Au cours du reste du film, c'est Hollywood qui dicte les paroles à Washington. Motss ira même jusqu'au sein du bureau ovale pour persuader le Président et le personnel du ton à prendre lors de la lecture de l'allocution présidentielle qu'il a lui-même écrite. La scène politique n'est plus que théâtre et il en est le nouveau metteur en scène. Le Président ne fait plus passer ses propres messages à ses porte-parole, c'est lui-même qui devient le porte-parole du producteur en incarnant le personnage de son film. En sortant du bureau ovale, après avoir effleuré avec délicatesse le bois verni du bureau présidentiel, Motss affirme avec fierté : « Tu sais Connie, je me sentais chez moi, là-dedans ». Les influences mutuelles entre le gouvernement américain et l'industrie cinématographique ne sont pas nouvelles. Les années 1980 regorgent de références entre les discours politiques et les slogans de films, les figures héroïques incarnent les valeurs patriotiques inculquées aux civils⁶⁸. Dans *Des*

⁶⁸ Christophe Chambost donne l'exemple de Ronald Reagan et Chuck Norris. C. Chambost, « Ma(s)king the news, unma(s)king Europe as a faraway foe... Or american journalism for specific purposes in Barry Levinson's *Wag The Dog* », op-cit, p148.

Hommes d'Influence, tout le deuxième acte du film est centré autour de l'invention d'une figure héroïque par Motss, dont l'esprit fourmille d'idées toutes plus inouïes les unes que les autres.

Après le succès médiatique de la guerre en Albanie et la remontée du Président dans les sondages, Brean et Ames se retrouvent démunis lorsqu'ils assistent, affalés sur leur canapé, à l'annonce du sénateur Neal nous informant que le conflit vient d'être résolu. Désespérés par l'éclat de la bulle informationnelle qu'ils avaient astucieusement élaborée, et à laquelle a mis fin la CIA, ils se retournent vers Motss qui leur propose un acte deux : le mythe d'un soldat laissé au front, oublié, abandonné « comme une vieille chaussure ».

Fig.41



a

b

Le producteur et son associé se chargent de rédiger la fameuse allocution où le Président racontera le malheur de William Schuman (aussi désigné par son matricule « 303 »), parachutiste piégé par les terroristes albanais et qu'il est de notre devoir d'aller secourir. Au moment du discours, le Président réunit les signes d'une mise en scène de sa propre allocution en prenant des pauses, en buvant de l'eau, et en invitant la caméra à se rapprocher. L'allocution télévisée n'est pas étrangère au zoom, il est même devenu pratique courante lors des annonces présidentielles. La nouveauté ici est le recours à une photographie du sergent Schuman fait prisonnier (photogramme a ci-dessus). Il ne s'agit pas d'une photo montée à part que l'on a juxtaposée à l'image de l'allocution, mais bien d'une réelle photographie tenue par les mains du Président lui-même, sur laquelle s'opère un ample zoom pour mieux la déchiffrer. L'image n'est pas scannée mais rendue physique par son support papier, sa matérialité est mise en avant par les doigts du Président. Selon nous, le choix de Motss de faire de cette image un objet palpable lui fait gagner un degré de vérité. Une image qui prend forme dans un espace physique apparaît plus vraisemblable aux téléspectateurs de l'allocution que si elle était purement virtuelle. Pourtant, la caméra de Barry Levinson, bien qu'ayant été à l'intérieur du bureau ovale pendant une partie du discours, se place du côté du téléspectateur précisément au

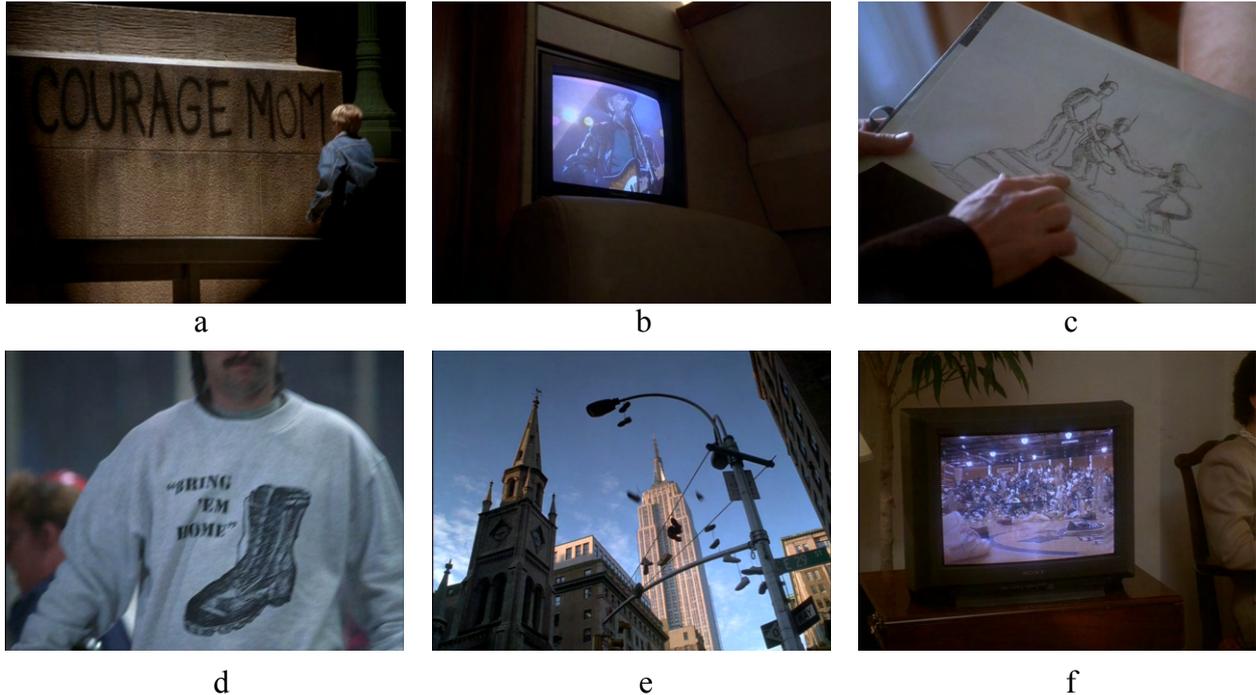
moment où le Président sort la photo. Cette dernière, vue à travers un écran cathodique, voit alors son régime se transformer puisqu'elle perd ses caractéristiques photochimiques pour s'imprégner de l'entrelacement analogique et la couleur froide de l'émission vidéo. Avec ce changement de point de vue de la caméra, Levinson n'intervient pas simplement pour nous rappeler que ce que l'on voit est un leurre, mais pour nous faire goûter au plaisir procuré par ce nouveau mythe. La musique douce de Mark Knopfler nous invite à nous laisser transporter par ce récit, à nous laisser nous immerger dans le bain agréable du mensonge, car le faux est finalement plus plaisant que le vrai.

Par des écrans géants, l'image de Schumann investit tout l'espace public (photogramme b ci-dessus) et rejoint les autres mythes de la réalité matérielle des citoyens. Elle se mêle parmi les panneaux luminescents des grandes marques d'électronique que sont Maxell et TDK aussi bien que le personnage de dessin animé Bugs Bunny. Elle est un produit dérivé de la guerre, un objet culturel et de consommation. Tout comme l'écran matérialise par essence une image, ici l'imaginaire lié à la guerre se matérialise dans la vie des gens, il pénètre leur quotidien en partageant leur espace de vie. Les médias ne se contentent plus d'informer de la guerre mais « imposent ce qu'ils construisent dans l'espace public⁶⁹ ».

La photo est le lieu d'une autre des idées géniales de Motss. Sur son pull déchiqueté, Schuman a inscrit par des trous un message codé en morse : « Courage, maman... ». Ces deux mots forment une nouvelle devise reprise par l'ensemble de la population, elle dissémine ses traces sur les murs et dans des paroles de chansons en concerts (a et b ci-dessous, Fig.42). Le mythe s'illustre dans tous les champs de la société, il se manifeste par des codes de communication à la mode autour desquels les gens se réunissent. La chaussure devient elle aussi un emblème du héros et figure sur des vêtements (d). Motss et Brean initient un geste qui sera repris et répété par tout le monde : jeter sa vieille paire de baskets sur des branches d'arbres et des poteaux électriques, en guise de soutien à Schuman (e, f). De son côté, le musicien engagé par Motss compose un Blues intitulé « Old Brown Shoe » qui passe à la radio. On entend également un associé du producteur prévoir la construction d'un monument commémoratif pour les disparus de la campagne albanaise, dont il présente le prototype en dessin (c). Burger King, la grande chaîne de restauration rapide, est aussi appelée à s'inviter au jeu pour fournir à Schuman des cheeseburgers comme ravitaillement, et un slogan : « Derrière les lignes ennemies ou à tout autre moment ».

⁶⁹ Citation de Patrick Charaudeau (« Le discours d'information médiatique, la construction d'un miroir social », 1997, p9) par C.Chambost, *ibid*, p141.

Fig.42



Ces nombreux exemples montrent comment la fiction inonde le terrain de la réalité. Ce qui relevait au départ de l'immatériel, l'image brouillée d'un village albanais lointain, s'inscrit maintenant dans les choses concrètes à proximité des citoyens : des chaussures, des cheeseburgers, un bombage. Tous ces éléments de la culture moderne sont des produits dérivés du personnage « Schuman », des objets faisant référence à l'œuvre populaire qu'est devenue l'intervention américaine. Il ne s'agit plus de s'informer de la situation mais d'en incarner la cause, de s'habiller, de chanter pour elle. Les images du sergent ont le pouvoir de faire naître de nouvelles idéologies (on aperçoit, sous la chanson « Old Brown Shoe » un ouvrier de chantier portant un T-shirt où il est écrit « Fuck Albania »), elles incitent à rejoindre le phénomène social qu'elles ont mis en place, celui d'un rassemblement autour des mêmes habitudes et des mêmes valeurs. Les images s'échappent de leur dimension virtuelle pour mieux tirer profit de leurs consommateurs. Présentes hors des écrans, elles tournent les idées et positions des gens à leur avantage. Dans *Des Hommes d'Influence*, les médias ne transforment pas un fait en une fiction, au contraire, l'image fait le chemin inverse en sortant des écrans et en dépassant ainsi la frontière du virtuel : c'est la fiction qui devient un ensemble de faits⁷⁰.

⁷⁰ C.Chambost, *ibid*, p144. Il utilise l'expression « “factionalization” of a fiction ».

B) Dissimulation et observation

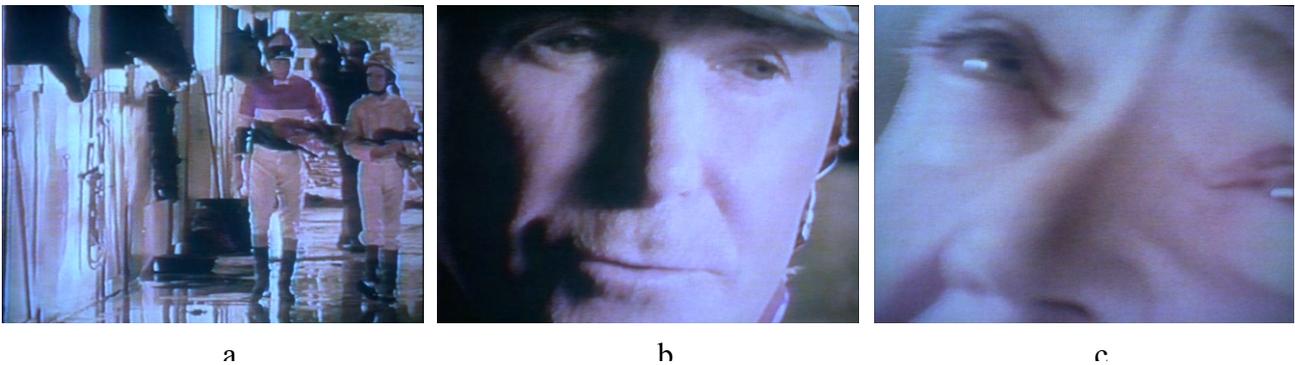
Après avoir décrit l'investissement colossal de l'espace public par les images médiatiques et le terrain d'affrontement politique dont elles se font la vitrine, on ne peut que noter, dans un premier temps, l'absence signifiante de la population dans le cadre. Le public est très rarement montré, il est occulté du champ par ces objets dérivés qu'ils consomment et qui sont devenus leurs propres métonymies. Avec eux, c'est aussi le Président lui-même qui est relégué au hors-champ, comme le note Erwan Higuinen pour les Cahiers du Cinéma : « Le film suit très précisément les étapes de la manipulation, reléguant l'extérieur (l'Amérique) et le président hors-champ. Ne restent que des hommes et des femmes au travail et, dans un coin du plan, la télé où ils tentent de contrôler les effets de leurs actions⁷¹ ». Le film suit le processus de substitution des hommes par les images, et les hommes agissent toujours plus en faveur de leur substitution, ils participent à leur propre invisibilisation. Le personnage du Président est traité non pas comme étant au sommet du pouvoir décisionnel, mais au contraire comme un simple exécutant de l'entreprise de divertissement initiée par Motss, Brean et Ames : on invente une guerre à sa place, on écrit un discours qu'on le persuade de lire. Seul le choix de la couleur du chat porté par l'Albanaise lui revient, malgré les contestations du producteur.

Le Président se dissimule derrière les images qui le représentent. Le plan par lequel commence *Des Hommes d'Influence* est d'ailleurs une diffusion de sa campagne de réélection. On y voit deux jockeys marcher à côté d'une écurie sous un très beau temps. Se félicitant de leur bonne course, l'un demande à l'autre quel cheval il compte monter pour la prochaine. Son ami lui répond par ce qui est devenu sa devise, « Ne change jamais de cheval à mi-course », réponse approuvée avec un grand sourire, et d'ajouter « Reste toujours avec un gagnant ». La vidéo se termine par un carton où l'on peut lire « Le jour des élections, réélisez le Président » devant un drapeau américain. Le Président et candidat à sa propre réélection est complètement absent tout du long de la campagne. La métaphore du cheval, qu'on assimile au Président, participe au ridicule d'une séquence aux traits exagérés : une ambiance bucolique, une musique orchestrale inspirante et le sourire niais et forcé des deux personnages. Le tout forme une façade lisse et plaisante qui cache derrière elle le vrai personnage. La vidéo est montrée via un écran filmé plein cadre. Si le premier plan large (photogramme à ci-dessous) est similaire aux nombreux écrans plein cadre cités précédemment, reconnaissables par

⁷¹ E. Higuinen, « Des Hommes d'Influence », *Cahiers du cinéma*, n° 523, p. 80, avr. 1998.

leur qualité plus basse et l'émission par entrelacement, certains autres plans comme le champ-contrechamp sont anormalement gros (b et c), comme si la caméra de Levinson avait volontairement sélectionné une portion de l'écran plutôt que son ensemble, passant à la loupe les différents artefacts d'une émission analogique. Ce choix de cadrage met l'accent sur l'anomalie apparente de la vidéo et le sentiment d'étrangeté ou de malaise qui émane de la candeur excessive des deux personnages. Ces premières images annoncent le ton grinçant du film qui ne cessera de nous vendre du faux, ornementé par des images alléchantes et parfois truquées avec une redoutable expertise mais dont l'œil du cinéaste trahira toujours l'artifice.

Fig.43



Cette publicité est la première d'une série de variations de la campagne présidentielle avec la répétition du même slogan « Ne changez pas de cheval ». Ce leitmotiv est d'autant plus drôle qu'il irrite toujours davantage Motss à chaque apparition. À la vingt-sixième minute du film pendant les premières réunions avec son équipe de production, en voyant à la télé un vieux couple ressasser la phrase, le producteur demande à ses collègues : « Pourquoi s'accrochent-ils à ces vieilles conneries ? » Plus tard, à la cinquante-cinquième minute, il hausse le ton (« Regardez-moi cette merde ! ») en voyant cette fois une jeune mère entonner le dicton. Ce comique de répétition insiste sur la médiocrité du parti perçue par Motss et souligne le rapport de force inversé entre le producteur et le gouvernement qui n'a plus le dernier mot.

Le Président est un homme invisible. Il n'est même pas présent sur le sol américain mais à l'opposé du globe, en Chine, en attendant que passe la crise. Mais les campagnes du parti rival le représentent à travers un fauteuil vide. Dans le peu d'images où il figure, il nous apparaît de dos, peu discernable, parfois en flou. Lors de la révélation du scandale par les médias, à laquelle on assiste à l'aéroport sous les yeux de Brean, un plan en travelling en contrechamp qui adopte son

point de vue montre une photo du président de dos, qui pose ses mains sur les épaules d'une des jeunes filles venues visiter la Maison-Blanche. On note la ressemblance entre cette photo et celle qui, deux ans après la sortie du film, illustrera le scandale du « Monicagate » concernant le Président Bill Clinton et sa maîtresse Monica Lewinsky, employée à la Maison-Blanche et âgée d'une vingtaine d'années. Dans les deux photos (ci-dessous), le président n'est pas identifiable car de dos, et porte un geste d'affection à la femme impliquée dans l'affaire. Christophe Chambost questionne la coïncidence entre le bombardement du Kosovo en mars 1999 (durant la guerre en Yougoslavie) et le moment d'effervescence du scandale⁷². Cette anticipation d'une étonnante justesse semble avoir quelque peu enfermé le film dans ce fort lien avec l'actualité des scandales américains (que l'on dénombre à pas moins de dix depuis le Watergate), du moins dans une partie de la presse française (Le Monde intitule son article « L'actualité américaine rattrape les films *Wag the Dog* et *Primary Colors* »⁷³). Si le film est loin de se limiter à cette comparaison, la similarité des deux images semble dénoter la manière systématique dont les images médiatiques peuvent être faites. Dans le film, l'embarras du Président se résout par sa totale anonymisation, sa tendance à fuir toute image de lui-même, à échapper à toute représentation. Cette distance des images renforce au passage la mythification de son personnage comme guerrier de l'ombre, protecteur de l'Amérique face au danger albanais, un chef d'État dont on ne sait pas grand-chose mais qui assure notre défense.



Fig.44



Fig.45

Dans *Des Hommes d'Influence*, Barry Levinson met en scène la relation entre les médias et le gouvernement en mettant l'accent sur une abondance d'images qui gravitent autour d'un pouvoir invisible. Lors de l'allocution dédiée au sergent Schuman dont nous parlions plus haut, le Président récite le texte que Motss a soigneusement écrit pour lui et qui défile sur son prompteur. Il s'agit du

⁷² C. Chambost, « Ma(s)king the news, unma(s)king Europe as a faraway foe... Or american journalism for specific purposes in Barry Levinson's *Wag The Dog* », op-cit, p151.

⁷³ C. M., « L'actualité américaine rattrape les films "Wag the Dog" et "Primary Colors" », *Le Monde*, 19 février 1998.

seul moment du film où le Président se montre et fait entendre sa voix aux citoyens. C'est également la seule fois où la caméra se retrouve dans la même pièce que lui. Cependant, le cinéaste a tout de même recours à des cadrages qui le maintiennent dans l'ombre de notre champ de vision. Son corps est dans le champ de seulement trois plans (ci-dessous) : a - Motss lui donne des indications sur le ton à prendre lors de la lecture ; b - il lit le texte à voix haute face à son prompteur ; c - on le voit réciter son discours à travers un écran. Dans le premier cas, il nous est filmé de dos, peu éclairé. Dans le deuxième, il est toujours de dos, filmé de plus près mais son visage nous échappe toujours. Dans le troisième plan, il nous apparaît de face mais en flou au fond du plan. Dans le plan b, le Président semble hypnotisé par l'écran du prompteur au défilement incessant, qui lui dit précisément entre quelles phrases il convient de marquer une pause pour boire une gorgée d'eau, geste qu'exécute à la lettre le chef de l'État. Ce plan s'articule au montage avec un autre plan (d) qui personnifie le prompteur en le filmant en gros plan et de face. L'écran du prompteur est alors anthropomorphisé, de manière similaire au fameux système informatique HAL (2001, *L'Odyssée de l'espace*, Stanley Kubrick, 1968) dont le cadrage frontal et serré l'élève du rang des objets pour rejoindre celui des hommes. Par l'importance qu'on lui donne dans le cadre, HAL nous perce d'un regard inquiétant et intimidant. Le prompteur du Président fait quant à lui figure d'autorité, le personnage en face de lui lui obéit.

Fig.46



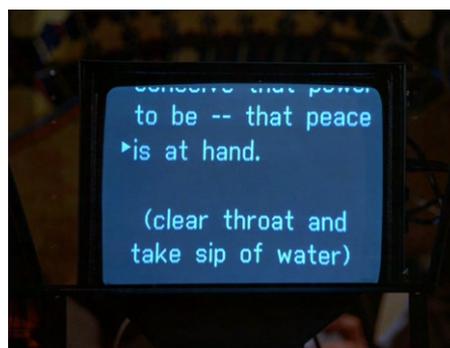
a



b



c



d

Ce rapport entre le Président et les citoyens reflète de manière plus générale un état particulier de la communication que soulève ce film et que Baudrillard soulève aussi à propos de la médiatisation de la Guerre du Golfe, l'absence de rencontre entre les extrémités de la médiation :

« Belle illustration du schéma de la communication, où l'émetteur et le récepteur, de chaque côté de l'écran, ne se rencontrent jamais. Au lieu de messages, ce sont les missiles et les bombes qui volent de part et d'autre, mais la relation duelle, personnelle, en est tout autant absente. »⁷⁴

⁷⁴ J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, op-cit, p41.

Mise en relation avec la PPM

Des *Hommes d'Influence* raconte un monde où les écrans ne nous montrent pas des images du réel, mais des images qui sont des modèles pour le réel. Ces modèles sont volontairement détériorés car le réel convoité par tous les pôles médiatiques (émetteurs comme récepteurs) se veut vaporeux, lointain et fantasmé. Si nous revenons à l'image de la villageoise albanaise retransmise sur les antennes, c'est moins l'événement qui fait sa puissance que le brouillage, la faible résolution et la mauvaise qualité sonore. Plus haut, dans notre partie « Mettre en scène le leurre », nous citons Christophe Chambost et son idée selon laquelle la « vérité nue » était concomitante de la mauvaise qualité de sa médiation.

Nous avons souhaité nous inspirer de cette réflexion pour notre partie pratique de mémoire. Lors de l'émission, les présentateurs diffusent une vidéo compromettante pour Maud : alors qu'elle sort de chez elle, des journalistes viennent l'interroger dans sa rue sur un sujet polémique. Nous avons tourné cette vidéo préalablement au smartphone puis nous avons accentué la compression de l'image (plan c ci-dessous) et affaibli sa dynamique, avant de la diffuser sur les écrans du plateau. Nous souhaitions mettre en avant la texture d'une image prise à la volée avec un outil de prise de vue amateur, le téléphone, pour conférer à cette image médiatique une certaine opacité, une difficulté de déchiffrement de par ses différents défauts. Dans le plan a ci-dessous, nous avons choisi de filmer plein cadre un écran d'ordinateur en extrayant les bordures. Seul l'effet de balayage horizontal, visible sur les visages et les murs (pour cela, nous avons réglé l'obturateur à 1/250s), trahit la présence de l'écran. Nous avons également joué sur la mise en abîme des images en filmant, plan b, un écran de smartphone lui-même contenu dans un écran de télé. Cet effet d'image dans l'image altère encore plus la vidéo prise au smartphone. Par ailleurs, son contenu (l'écran) met en avant sa matérialité : plutôt que de l'incruster numériquement, on la tient dans sa main comme pour nous prouver sa vérité, à l'instar du Président des *Hommes d'Influence* et sa photo de Schuman.

Fig.47



La technologie mobile étant cependant absente du film de Levinson, ce paragraphe sur les plans de notre partie pratique permet la transition avec le troisième film de notre corpus, *Don't Look Up* (2021), dont l'univers, plus jeune de vingt-cinq ans, regorge de téléphones portables et d'ordinateurs. Commençons par dire que son réalisateur, Adam McKay, affirme dans son entretien avec Fernando Ganzo pour les *Cahiers du cinéma* s'être inspiré de *Network* et *Des Hommes d'Influence*⁷⁵ au même titre que *Docteur Folamour*, en tant qu'œuvres du cercle restreint de références à la satire. Barry Levinson, dans la version commentée de son film (disponible sur l'édition DVD), listait déjà *Network* aux côtés de *Docteur Folamour* comme les grands exemples de satire au cinéma. Avant d'appartenir lui aussi au panthéon, au moins pour McKay.

⁷⁵ Entretien avec F. Ganzo, « Plans sur la comète », *Cahiers du cinéma*, n° 783, p. 52-55, déc. 2021, p54.

TROISIÈME PARTIE.

**Les écrans médiatiques à l'ère de l'Internet
mondialisé - *Don't Look Up* (Adam McKay,
2021)**

Au milieu des années 2010, le réalisateur, scénariste et producteur états-unien Adam McKay, déjà connu pour ses comédies des années 2000 avec Will Ferrell, porte au cœur de son projet cinématographique le récit du XXIème siècle dans sa dimension mondialisée. Il le fait d'abord avec deux films qui reviennent sur les grands épisodes politico-économiques de la première décennie, *The Big Short* (2015), décortication des processus financiers ayant mené à la crise planétaire des *subprimes* en 2008, et *Vice* (2018), portrait méticuleux de Dick Cheney, vice-président de George W. Bush et véritable cerveau des affaires étrangères des États-Unis post-11 septembre.

Ce dernier film résonne avec le scénario des *Hommes d'Influence* qui raconte l'entreprise d'un groupe d'acteurs agissant dans l'ombre pour justifier l'intervention militaire américaine à l'autre bout de l'Atlantique. Dick Cheney, lui, parvient à tenir les rênes du pouvoir à travers une sorte de « coup d'Etat » masqué et réussit, selon la thèse du film, à assembler de toute pièce des arguments incitant à l'invasion de l'Irak. L'hypothèse émise par Conrad Brean dans le film de Levinson, selon laquelle les terroristes albanais détiendraient l'arme nucléaire, se retrouve dans les arguments du vice-président dans *Vice* à propos de l'Irak, potentiellement détenteur « d'armes de destruction massive ».

Dans la même veine politique et critique du temps présent, McKay commence en 2019, juste avant le premier confinement lié au Covid-19, l'écriture de *Don't Look Up* qui fait basculer dans la deuxième décennie le grand récit dont il se veut le porteur. Cette fois sans retracer d'évènement majeur de l'histoire en particulier, *Don't Look Up* effectue en 2h20 une autopsie implacable de la société états-unienne (et par extension mondiale, nous le verrons) des dix dernières années. Le scénariste, toujours armé du même esprit caustique, préfère à la démarche enquêtrice et rigoureusement scientifique de ses deux précédents films la grande métaphore de la catastrophe écologique, on ne peut plus actuelle : une comète fonce droit sur la Terre, et tout le monde s'en fout, ou au mieux, s'en amuse.

Production Netflix grand public, le film ne cache pas ses traits de *blockbuster* hollywoodien mêlant humour, action, effets spéciaux et grandes stars. Mais cette recette chère à l'industrie se met inhabituellement au service d'une observation aiguisée de l'anatomie du système états-unien contemporain. On peut y voir un paradoxe du film, qui se manifeste par exemple à travers l'excitation provoquée par les images de synthèse de l'impact final, toutes plus alléchantes et réjouissantes les unes que les autres en mêlant beauté graphique et musique salvatrice, qui ponctuent en même temps la démonstration d'un échec civilisationnel tant redouté tout au long du

film. Si ce paradoxe lui vaut en France quelques critiques (le film est vu comme « une résignation esthétisée »⁷⁶ par l'essayiste écologique Vincent Mignerot), nous y voyons une autocritique esthétique et sociale : c'est notre fascination pour l'accumulation d'images qui engendre notre destruction.

Avant de plonger dans l'étude de la mise en scène de ce système d'écrans, dressons, comme pour *Network*, l'arborescence des personnages principaux constitutifs de ce système.

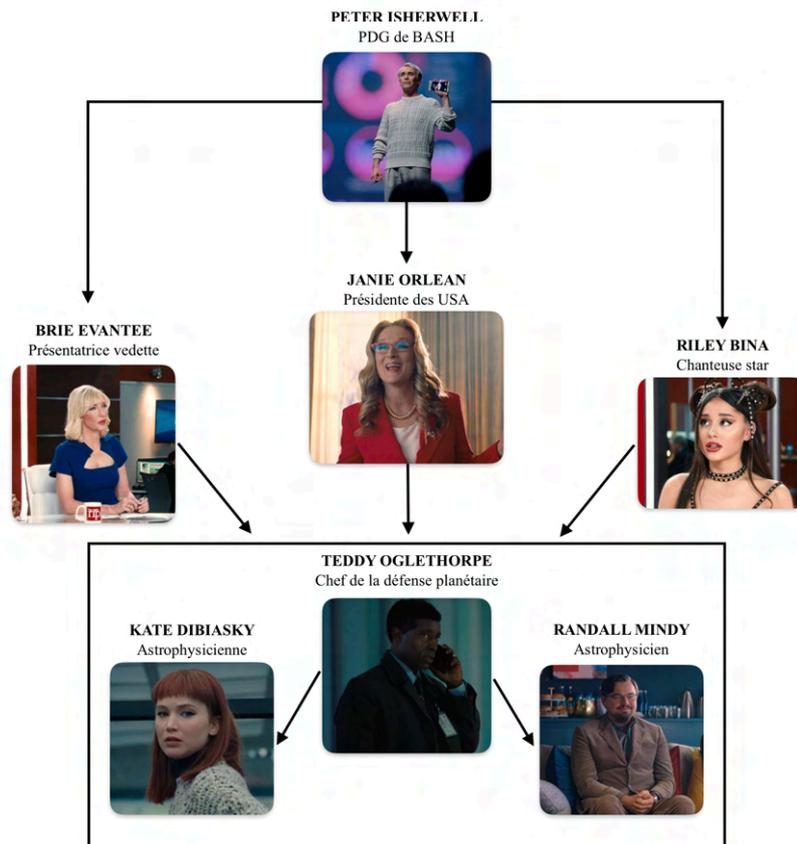


Fig.48

Kate Dibiasky, jeune doctorante en astrophysique, est à l'origine de la découverte de la catastrophe à venir. Elle, son directeur de thèse Randall Mindy et le chef du Bureau de coordination de la défense planétaire Teddy Oglethorpe représentent la voix scientifique qui échoue à s'élever. Janie Orlean, présidente républicaine et allégorie poignante de Donald Trump⁷⁷, est bête, arrogante et obsédée par sa réputation. Bien qu'à la tête de l'État, elle ne détient pas vraiment les pouvoirs décisionnels les plus importants, puisqu'elle agit selon la volonté de Peter Isherwell, milliardaire et

⁷⁶ V. Mignerot, « Don't look after », Vincent Mignerot, Disponible sur: <https://vincent-mignerot.fr/dont-look-up-after/>

⁷⁷ D. Zabunyan, « « Puisque le rideau va tomber » – Sur Don't Look Up d'Adam McKay - AOC media », AOC media - Analyse Opinion Critique, [En ligne], Disponible sur <https://aoc.media/critique/2022/01/09/puisque-le-rideau-va-tomber-sur-dont-look-up-dadam-mckay/>.

PDG d'une multinationale High-tech, caricature à la fois de Elon Musk et Steve Jobs, voulant à tout prix tirer profit des minéraux dont regorge la comète. Brie Evantee, présentatrice vedette d'un quotidien spécialisé dans le buzz, elle aussi proche du pouvoir, se charge de relayer l'idéologie d'Orlean mais aussi d'entretenir le divertissement quotidien des gens. Riley Bina, pop star ultra-populaire et invitée sur le plateau d'Evantee, semble paradoxalement faire écran entre les internautes et la question de l'urgence mais aussi appuyer la parole des scientifiques en choisissant leur camp.

L'architecture de cet univers reprend donc les différentes sphères médiatiques et de pouvoir que sont la classe politique, le capitalisme technologique, la télévision, les influenceurs et les réseaux sociaux et structure l'intrigue autour des relations et interactions entre chacune d'elles. Interactions faites le plus souvent par le biais d'écrans. Cette constellation d'individus-clés se présente donc comme un ensemble de « patchworks de différentes personnalités et sphères d'influence⁷⁸ » selon les termes du cinéaste. Dans un entretien recueilli par Aureliano Tonet pour *Le Monde*, le réalisateur décrit sa vision des médias et de leur impact sur nos vies :

« De nos jours, l'information est une arme, une science de corrosion. C'est l'une des caractéristiques de notre époque. L'instrumentalisation des données, les algorithmes, la course aux infos virales ont bouleversé nos vies, nos manières de sentir, jusqu'au timbre de nos voix. [...] C'est l'amplification d'un phénomène déjà ancien : j'étais gamin dans les années 1970, quand la télé câblée est apparue ; j'ai assisté à la multiplication des chaînes, à l'arrivée d'Internet, du portable... [...] Sur *The Big Short* [2015], *Vice* [2018] et *Don't Look Up*, avec mon monteur et mon compositeur, nous avons cherché à faire de l'information un personnage à part entière. »⁷⁹

Plus encore qu'un film sur la catastrophe climatique, *Don't Look Up* est un film sur une catastrophe démocratique. Celle engendrée par l'offre et l'accès instantanés et perpétuels à l'information. Nous pensons que *Don't Look Up* est avant tout une satire sur l'univers médiatique, dont la nature même diffère avec celui de *Network*. Dans le film de Lumet, les médias forment une institution filmée dans sa dimension architecturale, spatiale et pyramidale, décorrélée du reste du monde. Vingt ans plus tard, dans *Des Hommes d'Influence*, cette bulle d'abord à part imprègne lentement les espaces publics et intimes. Dans le film d'Adam McKay, près d'un demi-siècle après l'époque d'UBS et CCA, les évolutions technologique et sociétale sont telles que le cinéaste ne

⁷⁸ C. Nevers, Entretien avec Adam McKay, « "Ce qui était écrit dans mon film se produisait sous mes yeux" », *Libération*, 24 décembre 2021.

⁷⁹ A. Tonet, « La réalité devenait plus folle que mon scénario, écrit avant la pandémie », *Le Monde*, 22 décembre 2021.

filme plus le monde médiatique comme une institution, une bulle séparée, mais comme étant inhérent à la civilisation moderne, son fonctionnement et ses logiques. L'information est le nouveau paradigme de la société, elle est son système nerveux intégral. La représentation de l'une implique fatalement l'autre, la société devient une société-toile et les citoyens des citoyens-internautes. Il s'agit non seulement d'une information-relais entre les citoyens et la classe politique ou les personnalités culturelles, mais aussi entre les citoyens eux-mêmes. Ce système intrinsèque à la vie, le cinéaste choisit de s'en imprégner plutôt que de le contourner. D'en rapporter les codes et règles de fonctionnement dans l'articulation de sa mise en scène, tout en créant en parallèle de nouveaux modes de représentation. Ce que Deleuze suggérait dans sa *Lettre à Serge Daney* (dont nous rapprochions les intentions de Lumet avec *Network*), c'est-à-dire cet état « où le cinéma s'appuie pour se retourner contre le système qui veut le contrôler ou le suppléer lui-même »⁸⁰.

⁸⁰ G. Deleuze, *Pourparlers, 1972-1990*, op-cit, p106.

CHAPITRE 1. Jungle médiatique

A) Du New York Times à TikTok : topographie des médias

Dans *Don't Look Up*, Adam McKay construit un imaginaire qui existe par des médias fictifs de tout type. Le film ne cesse de mettre en miroir son univers avec le nôtre en y disséminant des indices qui évoquent, par leur nom, leur forme et leur contenu, les médias que l'on connaît. Si nous passons en revue ces différents médias du plus classique au plus moderne, nous commençons par le *New York Herald* via lequel Mindy et Dibiasky souhaitent faire connaître leur découverte. À première vue, ce journal semble sérieux, de leur côté et critique du gouvernement (on entend une des journalistes se moquer de l'inaction d'Orlean). Il publie un article censé appuyer l'intervention des deux scientifiques lors d'une émission télévisée, mais suite à la polémique engendrée par cette émission et les moqueries envers la doctorante, l'engagement du journal auprès des deux protagonistes se délite.

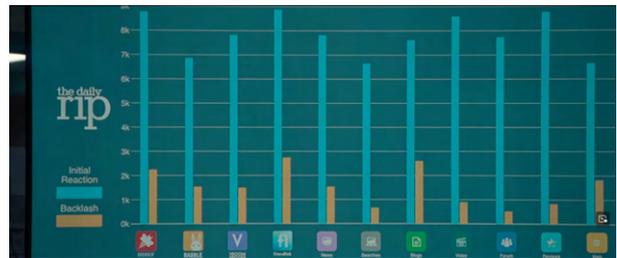
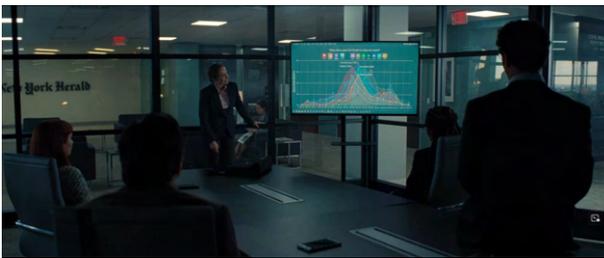


Fig.49

Lors d'une réunion bilan de la réaction générale à l'émission, tous les yeux sont rivés sur un écran plat où défilent des diapositives analytiques commentées par une jeune journaliste, elle-même amusée par le « trafic », le « pic », le « retour de bâton » et les « mèmes » postés sur Internet. Cet écran affiche un régime d'image propre à l'ère du numérique, celui de l'information pure, chiffrée et animée, qui s'extrait de toute identification au réel, en ce sens que l'image n'est plus le résultat du cheminement optique à travers une lentille, mais celui de données binaires transformées en signal luminescent. Nous nous permettons cette parenthèse car ce différent processus de création d'une image instaure un rapport différent au monde : l'image représente dorénavant le monde sans en être le miroir physique, la reproduction optique. Jacopo Bodini, dans l'ouvrage collectif *Penser selon les écrans, voir selon les écrans*, fait référence à ce régime d'image lorsqu'il oppose l'écran cinématographique, dont il qualifie la fonction de narrative, aux nouveaux écrans strictement

informatifs. Pour lui, « les écrans aujourd’hui ne servent plus uniquement à raconter des histoires, on les utilise plutôt pour se déplacer, avoir des informations, communiquer⁸¹. » Pour lui, cette nouvelle utilisation relève de l’information exhaustive, du tout-visible, contrairement à l’écran traditionnel du cinéma. Il emploie ainsi le terme *display* qui convient mieux à *écran*, car selon lui « ils se limitent à donner à voir, sans rien cacher. [Ils] se limiteraient donc à recueillir et exposer des données, sans instituer une dialectique de présence et d’absence entre le visible et l’invisible⁸². » Cependant, nous pensons que cette dialectique a tout de même lieu, du moins pour les plans de *Don’t Look Up* ci-dessus : nous ne voyons pas les groupes de personnes derrière ces chiffres, la communauté des utilisateurs est convertie en données, sa représentation par des courbes et des diagrammes nous est à la fois précise et abstraite. Ce monde en réseaux est présent mais invisible. C’est là où réside l’humour grinçant du cinéaste, car l’ampleur de l’action des deux scientifiques et la gravité de leur découverte sont réduites à des jauges d’audimat affichées sur un *display*. Nos deux lanceurs d’alerte prennent conscience de l’impuissance de leur parole, sentiment appuyé par un public désincarné.

Avec cette séquence, le *New York Herald*, malgré son ancienneté, sa qualité et sa stature (semblables au *New York Times*, dont la police du titre est identique comme on le voit à l’arrière-plan) joue le jeu des mesures d’audience et semble se plier aux nouvelles règles de la course au buzz. Son terrain d’investigation se limite à la sphère médiatique : sur le diagramme sont mentionnés *The Daily Rip*, l’émission en question, et une série de réseaux sociaux symbolisés par des icônes colorées. Un média parle des autres médias, et laisse de côté le fond du sujet. McKay montre ainsi la transformation d’un journal classique, son entrée dans l’ère hypermoderne et ses lois.

Dans notre partie sur *Des Hommes d’Influence*, nous évoquions avec la médiatisation de la Guerre du Golfe en 1991 la naissance de nouvelles formes de visualisation de la guerre dont les forces narratives étaient supérieures à celles des images « classiques ». Serge Daney définit ces « visuels » comme la « vérification optique d’un fonctionnement purement technique »⁸³, mais nous pensons plutôt que c’est précisément l’affranchissement de l’optique qui caractérise leur nature. Il n’y a plus de lentilles, de convergence de rayons ni d’inversion du réel. Nous jugeons intéressants cependant sa critique du visuel et son éloge de l’image, du hors-champ et de l’imagination :

⁸¹ J. Bodini, « L’écran pour le sujet : un miroir opaque et narratif », in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, op-cit, p112.

⁸² J. Bodini, *Ibid*, p113.

⁸³ S. Daney, « Montage obligé - La guerre, le Golfe et le petit écran », op-cit, p192.

« Le visuel est sans contre-champ, il ne lui manque rien, il est clos, en boucle, un peu à l'image du spectacle pornographique qui n'est que la vérification extatique du fonctionnement des organes et de lui seul. Quant à l'image, cette image dont nous avons aimé au cinéma jusqu'à l'obscénité, ce serait plutôt le contraire. L'image a toujours lieu à la frontière de deux champs de forces, elle est vouée à témoigner d'une certaine *altérité* et, bien qu'elle possède toujours un noyau dur, il lui manque toujours quelque chose. L'image est toujours *plus et moins qu'elle-même*. [...] Alors, non seulement l'image se fait rare, mais elle devient une sorte de résistance obtuse ou de souvenir ému dans un univers de pure signalisation. »⁸⁴

Nous verrons au sous-chapitre B comment *Don't Look Up* incarne cette résistance de l'image, qui se mêle à ces « signaux » en dissolvant toute paroi entre réel et virtuel.

Avant cela, nous passons du papier à la télévision avec *The Daily Rip*, quotidien matinal présenté par deux journalistes, Brie Evantee et Jack Bremmer, une courte émission centrée sur l'information choc et populaire. Un autre média type qui ne cache pas non plus les allusions à des formats existants. Dans une interview donnée au Hollywood Reporter avec son monteur, Adam McKay évoque le producteur et créateur de l'émission matinale d'information américaine *Morning Joe* en parlant des personnages fictifs Brie et Jack.

Fig.50

*Don't Look Up*

Fig.51



Morning Joe, MSNBC

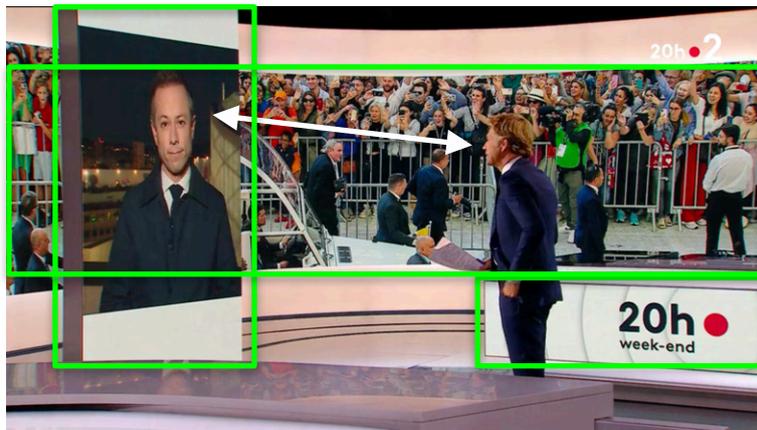
Même si l'émission *Morning Joe* n'est probablement pas la seule source d'inspiration de McKay, nous notons la reprise des codes de ce format : deux présentateurs nous parlent de face en tenant une tasse de café. Parmi les ressemblances, le code couleur des deux émissions est marqué par un rouge vif. Le vêtement de Brie est d'ailleurs assorti avec le fond d'écran derrière elle.

Beaucoup de plateaux de télévision ont recours aux écrans pour superposer des couches de son et d'image en un même plan afin d'optimiser l'information. Dans l'exemple ci-dessous, chaque

⁸⁴ S. Daney, *ibid*, p192.

écran filmé renvoie à un nouvel espace et de nouvelles figures, la juxtaposition d'images dans le même plan ayant pour fonction d'offrir plusieurs informations simultanément. Elle permet aussi de mettre en interaction les deux univers filmés et de les lier dans le temps et l'espace. Il résulte de ce surcadrage, de cette image dans l'image, une constitution de plusieurs dimensions du virtuel : nous appelons *dimension virtuelle* l'état d'une image par rapport à l'espace qui l'accueille. Une image de première dimension est celle qui sort d'un écran que l'on regarde, nous spectateur. Si dans cette première image figure un écran, l'image qui en sort appartient à la deuxième dimension, et ainsi de suite.

Fig.52



Journal télévisé de 20h sur France 2, le 23/09/2023

Dans le cas du plateau de France 2 (ci-dessus), l'écran est protéiforme. On en compte trois, de tailles et largeurs différentes, horizontaux ou verticaux. Résulte de cette différence de tailles et de placement par rapport à l'axe de la caméra une hiérarchie des informations. A l'avant, une vidéo en dialogue avec le présentateur. A l'arrière, le titre du journal et une photo de contextualisation. Le présentateur est en interaction directe avec un écran sur lequel figure un reporter présent sur les lieux à Marseille. La présence du reporter est favorisée par la verticalité de l'écran qui épouse la forme de son corps, et son cadrage le rend à peu près aussi grand que son interlocuteur. Le positionnement en biais de l'écran par rapport à l'axe de la caméra du plateau donne l'illusion que les deux journalistes se regardent dans les yeux (regard matérialisé par la double-flèche blanche). Ce dispositif vise à réunir les conditions perceptives afin d'établir un dialogue entre deux individus comme s'ils étaient présents dans le même espace, alors qu'ils n'appartiennent pas à la même dimension virtuelle.

L'écran est la matérialisation de l'image dans son environnement. Lorsqu'elle est filmée, cette image ne se contente plus de montrer des formes mais devient elle-même une forme. Dans l'exemple de plateau de télévision ci-dessus, l'image, rendue physique par son support, est véritablement mise en scène dans le sens où elle fait partie intégrante de la scénographie de l'émission. De nouvelles caractéristiques lui sont attribuées, sa forme, sa taille, son positionnement, son axe, qui deviennent toutes aussi importantes que son contenu. Le cadrage lui donne une place centrale sur le plateau. Un des buts d'une telle disposition des écrans est l'optimisation de l'espace pour une optimisation de l'information et de l'immersion. Nous notons aussi que la netteté de ces écrans est maximale, leurs couleurs saturées et leur contraste fort, ce qui joue sur l'efficacité de l'information et son impact. La mise en relation des écrans avec les présentateurs est essentielle, car elle les met au premier plan de l'attention du spectateur : ils encadrent les journalistes et offrent différents points de vue. Points de convergence des regards, ils deviennent la référence principale tout comme un repère spatial et sont placés au coeur de l'information.

Nous avons reproduit le même schéma sur un plan de *Don't Look Up* pour mettre en évidence la même omniprésence des écrans, le même type de scénographie et de mise en scène des regards :

Fig.53

*Don't Look Up*

Dans le plan ci-dessus, nous voyons quatre écrans, trois affichant à foison le titre du quotidien sur fond rouge, et un affichant quelqu'un en plan serré, face caméra. Brie et Jack mettent en dialogue Riley Bina, chanteuse très populaire, et son ex-compagnon DJ Chello. Avec ce jeu d'écran, les deux amants se réconcilient sous les yeux de leurs fans et les codes narratifs de la télé-réalité s'invitent dans une émission d'actualité.

The New York Herald et *The Daily Rip* sont des médias qu'on pourrait qualifier d'institutionnels avec beaucoup de moyens et de grands espaces, et qui ont une place essentielle dans la narration du film. Il existe dans l'univers de *Don't Look Up* d'autres médias dont on ne voit pas les coulisses (ou

très peu) et qui n'impactent pas directement l'intrigue principale. Ces médias, plus actuels, ont aussi la particularité de n'être vus qu'à travers des smartphones. C'est le cas du journal en ligne *Autopsy*, spécialiste de l'information rapide et des scandales dont le nom traduit sa vision cynique de la société. Phillip Kaj, compagnon de Kate Dibiasky, y travaille comme rédacteur et exprime son obsession pour le juste titre de ses articles : vaut-il mieux intituler l'affaire Riley Bina/DJ Chello « On se quitte plus au pieu, on se quitte à deux » ou bien « Top 10 des queutards repris de justesse » ? « Congestionné » est-il plus adéquat que « visiblement excité » à propos du shérif Conlon, amant secret de la présidente ? Ces quantités d'informations sans retenue envahissent le débat sur la gestion de crise et la communauté se laisse détourner par les petites affaires. Ces dernières sont lues sur un petit écran que l'on tient dans la main, d'une façon qui nous fait baisser la tête. Le choix du titre du film en est d'autant plus astucieux : regarder son smartphone, c'est aussi ne pas regarder en haut. « Don't look up » peut non seulement être vu comme le slogan d'une campagne climatosceptique mais aussi comme l'injonction de la technologie mobile.

Fig.54



Don't Look Up - « J'ai couché avec la tarée qui dit qu'on va tous crever »

C'est d'ailleurs à travers un article d'*Autopsy* rédigé par son compagnon que Kate apprend qu'il la quitte, et ce à la fin de la réunion bilan du *New York Herald* qui elle-même fait suite à la séquence de l'émission polémique du *Daily Rip*. Les médias sont autant les organes du monde imaginé en miroir du nôtre que les pièces maîtresses du puzzle narratif du film, celles qui lient les différents épisodes de l'intrigue. Ils sont le fil d'équilibre sur lequel avancent les personnages. Ils sont à la fois les obstacles et les passerelles par lesquelles ils évoluent, les points de jonction entre les différentes séquences : ici, la réunion bilan commence par le plan sur l'écran de présentation et se termine par le plan sur le smartphone ci-dessus. Deux autres réseaux sociaux rejoignent la formation de cette sphère médiatique autour de laquelle s'articule le montage du film : *MeTube*, plateforme de vidéos jumelle de *Youtube*, et *VroomVroom*, alias *TikTok*, eldorado de courtes vidéos de soi (« selfies-vidéos ») et royaume des influenceurs comme le personnage Riley Bina.

Dans *Don't Look Up*, les médias se font le relais d'autres médias. Le film étudie la physiologie d'un système en réseaux, marqué par les interconnexions entre des êtres qui, paradoxalement, ne communiquent plus vraiment. Les relations n'ont plus lieu que via des interfaces rectangulaires qui les compriment dans le champ virtuel. Les acteurs de ce réseau névralgique se fondent dans les flux numériques, se transforment en pures informations binaires. Cette « automatisation », que l'on apercevait déjà avec *Network*, se traduit par les jauges, les avatars et les portraits mouvants encadrés. La mécanique d'hier, celle de l'analogique, devient l'ensemble des données numériques d'aujourd'hui. Ce à quoi nous assistons, c'est la comédie du temps présent, où l'organique se métamorphose en entité immatérielle. C'est la satire où, encore une fois, s'entrechoquent le réel et le virtuel. De manière plus englobante, entre les êtres et les choses, comme le propose Fernando Ganzo pour les *Cahiers du Cinéma* :

« Si la comédie pouvait être par définition le genre qui exploite le rapport entre les êtres et les choses, elle trouve ici, entre les grandes et les petites, les proches et les lointaines, un montage qui pousse cette relation à l'extrême [...]»⁸⁵ »

B) Le Screencast : se fondre dans la toile

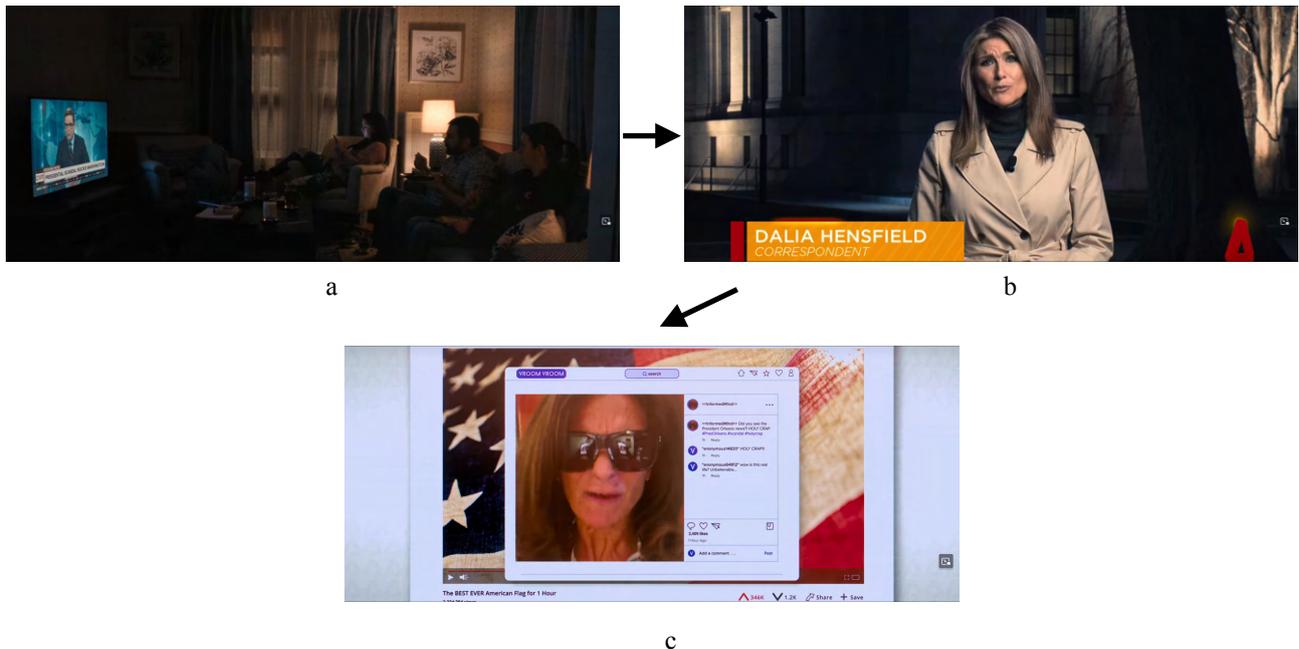
Nous comptons quatre séquences de *Don't Look Up* qui se démarquent du reste du film par leur forme et leur fonction narrative particulière. Ces séquences, en prenant la forme d'un *montage* (terme anglais désignant généralement une série d'images sur une musique ou une voix-off), racontent de manière elliptique une succession d'événements faisant suite à un épisode clé de l'intrigue et font souvent transition entre les grands actes du film. Ce type de séquence nous extrait du point de vue des protagonistes pour nous donner un aperçu global des réactions et contre-réactions de la communauté des internautes et des téléspectateurs, tout en nous faisant avancer plus rapidement dans la temporalité du film.

La particularité formelle de ces tunnels narratifs se trouve dans leur mélange des différentes catégories d'image. La première de ces séquences fait suite à la divulgation des photos intimes que Orlean a envoyées à son amant, provoquant un flot d'indignation chez les internautes. Par transition de régime d'image faite en trois plans, nous passons du côté de l'espace physique à celui de l'espace virtuel : nous partageons d'abord le même espace qu'une télévision cadrée *in situ* dans un salon (photogramme a ci-dessous), avant de rentrer plein cadre dans un autre écran de télévision,

⁸⁵ F. Ganzo, « Plans sur la comète », *Cahiers du cinéma*, op-cit, p53.

face à une présentatrice (b), pour finir dans une fenêtre informatique sur fond blanc (c). Nous quittons l'espace physique du plan a où une distance nous séparait de l'écran et nous nous collons à l'écran (plan b) pour adopter exclusivement le point de vue de la caméra de télévision, qui représente toujours un espace physique même si l'on n'en fait pas partie. Lorsque l'on passe au plan c, la notion même d'espace n'est plus adéquate, nous pourrions plutôt parler de *champ virtuel*.

Fig.55



Sur le plan c, on aperçoit à première vue deux fenêtres : la publication vidéo d'une femme indignée sur un réseau social, superposée à la vidéo d'un drapeau américain. Ces deux fenêtres sont très rapidement submergées par une quantité saisissante d'autres vignettes et fenêtres du même type : parmi elles, d'autres vidéos d'indignation, des commentaires qui la défendent (« I still luv her! »), des spams (« Click here to see the President's [deux smileys de tête de chat] »), des images détournées caricaturales ou *mèmes*, le tout sur le même fond de drapeau américain. Nous notons les deux vecteurs principaux de cette abondance de publications, MeTube, sosie fictif de YouTube par son logo et son appellation, et Vroom Vroom, réseau de partage de « selfies-vidéo » semblable à TikTok. Tout comme avec les médias précédemment décrits, la satire choisit sciemment des noms fictifs pour mieux évoquer ceux qui existent. Déjà dans cette séquence, la vision d'Internet qui nous est proposée par le cinéaste est celle d'une entité très large mais insaisissable, sans identité propre, instinctive et éphémère : les propos qui en émergent disparaissent aussitôt, toutes les idées et leurs contraires sont montrés dans le même champ virtuel, on n'y trouve pas de ligne idéologique définie (les spams sont tout aussi importants que les critiques contre Orlean).



Fig.56

Ce basculement dans le champ virtuel renvoie à une approche de la représentation d'Internet née dans les années 2010, que l'on nommera le *screencast*. Marida Di-Crosta définit cette technique comme l'« enregistrement numérique de tout ce qui se produit à l'écran de l'ordinateur, une capture d'écran prolongée dans le temps destinée à obtenir une séquence ininterrompue d'images en mouvement⁸⁶ ». D'autres termes sont employés dans l'étude collective « Capture d'écran - quand le cinéma affronte les flux numériques » tels que le *desktop film* ou le *screen movie*⁸⁷. Si déjà en 2007 Brian De Palma avait partiellement recours à cette méthode dans son film *Redacted*, en capturant l'écran d'un blog comme moyen d'expression des compagnes des soldats américains partis en Irak, c'est en 2014, selon Marida Di-Crosta, que sort le premier film se déroulant intégralement en *screencast*, *Open Windows* de Nacho Vigalondo⁸⁸. Ce thriller américain sur fond de voyeurisme et de cyberattaque lancera la mode des thrillers horrifiques informatiques dont feront partie *Unfriended* (Levan Gabriadze, 2014) et sa suite *Unfriended: Dark Web* (Stephen Susco, 2018), qui font dérouler leur intrigue presque exclusivement à travers une visioconférence entre amis. Au passage, il n'est pas anodin qu'Internet et ses nouveaux modes communication, couplés aux nouveaux régimes d'image et mélanges de régimes d'image qu'il propose, fassent naître un nouveau genre de film d'horreur. Pour ces cinéastes, Internet est le lieu parfait pour y inventer des intrigues mêlant suspense, angoisse et paranormal. Les thèmes de la pression sociale, du cyberharcèlement ou de la criminalité s'associent aux différents outils et formes de communication propres à ce médium, comme la web-caméra, le *chat* ou une quelconque interface logicielle permettant d'effectuer une recherche.

Autant de motifs que les cinéastes tentent de détourner pour en faire des procédés filmiques. Tout est à réinventer lorsque l'on raconte une histoire via une interface informatique : penser le cadre, le montage et même le point de vue ne passe plus par les méthodes classiques, puisque le principe même du *screencast* et de son champ virtuel annule tout rapport à l'espace physique. On ne parle même plus de caméra mais d'outil d'enregistrement. La question topologique est ainsi mise en jeu car « l'espace informationnel des datas recouvre l'espace géographique dont il rend compte en

⁸⁶ M. Di-Crosta, « L'écran-webcamera », in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, op.cit, p90.

⁸⁷ Voir N. Bras et F.-P. Saget, Éd., *Captures d'écran: quand le cinéma affronte les flux numériques*, in Côté Cinéma, Crisnée, Belgique, Yellow Now, 2022.

⁸⁸ M. Di-Crosta, « L'écran-webcamera », op.cit, p90.

termes de représentation⁸⁹ ». L'axe de profondeur se retire ainsi de la grille de lecture de l'image. Il n'y a plus de scénographie en tant que telle, elle est remplacée par l'infographie qui suffit à la narration. Ce n'est pas seulement le champ de l'image qui se retrouve amputé de sa troisième dimension mais également le champ de perception du spectateur : en cherchant un élément dans le champ, nos yeux ne suivent plus que les deux mouvements latéraux et verticaux et non plus avant-arrière. Cette démarche radicale est cependant rare, car les interfaces informatiques enregistrées dans les exemples cités font le plus souvent apparaître des fenêtres représentant une image filmée avec une caméra (une web-caméra ou bien une vidéo diffusée). Toujours est-il qu'en l'absence de caméra principale, celle qui unifie traditionnellement le point de vue du spectateur (ce que ne font pas les différentes web-caméras qui habillent le champ virtuel), la mise en scène doit trouver de nouveaux moyens de diriger le regard. Ces films peuvent être vus comme de vrais chantiers d'expérimentation filmique, en renouvelant la grammaire cinématographique : comment créer du hors-champ, ou bien comment donner la sensation d'une coupe, d'un raccord ? Ces réflexions ontologiques habitent la génération des cinéastes des années 2010, dont on sent encore la faiblesse et les limites de la démarche. Les films cités ont recours à de trop nombreux « zooms » dans les fenêtres visant à aiguiller excessivement le regard du spectateur, par manque de confiance envers leur propre démarche. Par ailleurs, l'utilisation de web-caméras contraint les protagonistes dans leurs possibilités de placements et mouvements, rendant la narration et sa justification compliquées et jamais entièrement convaincantes.

Si ces nouvelles propositions de cinéma sont encore à leur balbutiement, elles font des réseaux et des flux numériques non seulement un sujet central mais bien un mode d'expression filmique à part entière, proposant un renouvellement des codes de mise en scène en phase avec les nouveaux modes de communication. Notons l'écart de plus en plus ténu entre image et communication, la première se définissant selon les règles de la deuxième. En effet, notre culture visuelle actuelle se construit de plus en plus selon les régimes d'image offerts par Internet (l'information textuelle, le graphisme, le GPS, le *chat*, la web-caméra et autres vidéos amateurs) et selon la manière dont ces régimes d'image sont agencés. Nos critères d'appréciation d'une image sont modelés par les interfaces de nos outils de communication, et ce nouveau type de cinéma permet de jouer avec ces critères d'appréciation. Rappelons ce que disait Deleuze dans sa *Lettre à Serge Daney* à propos du dialogue critique entre le cinéma et la télévision, de la nécessité d'étroiter les rapports entre les formes classiques et modernes de l'image :

⁸⁹ N. Bras et F.-P. Saget, Éd., *Captures d'écran: quand le cinéma affronte les flux numériques*, p102.

« [...] l'écran n'est plus une porte-fenêtre (derrière laquelle...), ni un cadre-plan (dans lequel...), mais une table d'information sur laquelle glissent les images comme des « données ». [...] Il faudrait que le cinéma cesse d'en faire, cesse de faire du cinéma, qu'il tende des rapports spécifiques avec la vidéo, l'électronique, les images numériques, pour inventer la nouvelle résistance et s'opposer à la fonction télévisuelle de surveillance et de contrôle. Il ne s'agit pas de court-circuiter la télévision - comment serait-ce possible ? - mais d'empêcher la télévision de trahir ou de court-circuiter le développement du cinéma dans les nouvelles images. »⁹⁰

Ce moyen de résistance nous semble fort d'actualité avec les régimes d'image induits par le numérique et Internet qui s'éloignent, encore plus que la télévision, de l'image cinématographique. Ce travail de glissement est alors plus radical, puisqu'il s'agit de faire cohabiter des images aux architectures diamétralement opposées. Dans le cas de *Don't Look Up*, cette stratégie s'avère indispensable pour dépeindre, parmi ses protagonistes principaux, la médiasphère géante et protéiforme qui anime la vie de chacun.

Une autre évolution drastique par rapport à la télévision se trouve dans la quantité astronomique d'images créées à la minute et leur instantanéité. Quelques décennies après la théorie de Jacques Rancière, qui réfute dans « L'image intolérable » (*Le Spectateur émancipé*) l'opinion selon laquelle le « système [télévisuel] nous submerge sous un flot d'images en général » et qui s'oppose à l'idée que « le mal des images soit leur nombre même⁹¹ », nous pensons qu'il y a maintenant une abondance d'images incomparable au temps de la télévision analogique. Celles-ci ne proviennent plus seulement d'une poignée d'organismes mais de l'ensemble des individus. N'étant plus soumises à une vision et un intérêt uniques, il y a autant d'images médiatiques et d'idées qu'il y a de personnes émettrices (ce qui n'est pas pour autant synonyme d'affranchissement total de toute idéologie). Aussi, à mesure que leur quantité augmente avec la démocratisation des usages de ces images, leur durée d'existence, elle, diminue. L'image médiatique moderne est éphémère, elle s'autodétruit après vue, défile vers le hors-champ pour laisser place à la suivante. Tel est le principe d'un *mur* Facebook qui se rafraîchit, d'une *story* Instagram dont la jauge horizontale qui se consume nous informe du peu de temps qu'il lui reste avant de disparaître, ou d'un *swipe* sur une application de rencontre balayant vers la gauche ou la droite le portrait de quelqu'un. Comment illustrer à la fois cette temporalité restreinte et cette profusion de matière, là où l'image cinématographique telle qu'on la connaît a le plus souvent privilégié l'unicité du point de vue et une

⁹⁰ G. Deleuze, *Pourparlers, 1972-1990*, Paris, les Éd. de Minuit, 2003, p107.

⁹¹ J. Rancière, *Le spectateur émancipé*, op-cit, p105.

échelle de durée propre à l'observation ? Le *screencast* sème les débuts d'une réponse à ce que nous pensons être parmi les plus gros enjeux cinématographiques de notre temps.

Si Adam McKay a bien compris les potentialités des nouveaux modes d'expression cinématographiques, il ne les adopte pas pour autant de la même façon. Ses séquences de *montage* dans *Don't Look Up* ont en commun avec les Desktop films d'entrer entièrement dans un champ virtuel, mais elles ne relèvent pas du *screencast*, ne prenant pas la forme d'une capture d'écran singulière d'un bureau informatique. Nous ne partageons pas le point de vue d'un utilisateur de l'écran en particulier, au contraire, nous sommes plongés dans un champ non identifié d'où jaillissent des fenêtres qui semblent provenir de n'importe où. Nous pourrions qualifier son approche de *meta-screencast*, en ce qu'elle repère et reprend les différents éléments du Desktop-cinéma pour en proposer une réflexion plus large. En associant cette technique aux séquences de *montage* auxquelles il est habitué, le cinéaste invente sa manière de dresser un portrait de la société américaine de notre époque. Dans son entretien donné aux Cahiers du Cinéma, il affirme que son film jette « un regard épistémologique sur l'espèce humaine⁹² ». Si l'emploi du terme « épistémologique » est curieux, l'affirmation dénote une posture quasi-scientifique vis-à-vis de la société humaine, prise comme l'objet d'étude d'une expérience *in vitro* (c'est-à-dire en milieu artificiel, soit ici l'écran) et dont le *screencast* est l'instrument d'observation. Dans ces séquences l'espèce humaine équivaut à la communauté d'Internet. Mais comment décrire une société, une communauté par un flux d'information ? Ici la masse est anonymisée et dissimulée derrière leurs écrans, elle est abstractisée par ce *meta-screencast* qui la relaye au monde du virtuel, lui retirant toute possibilité d'incarnation. Pendant un échange lors d'une des avant-premières du film, McKay dit avoir voulu représenter ce qu'il appelle la « clicking society⁹³ » (société du clic). Derrière cette expression où l'humain rencontre la machine par la mécanique du geste (ne reconnaissons-nous pas les caractéristiques d'un Charlot aliéné par sa propre automatisation dans *Les Temps Modernes* ?), le cinéaste laisse interpréter sa vision de cette société davantage comme un ensemble d'interconnexions qu'un groupe d'individus. Ces derniers, pour reprendre les termes de Jean Baudrillard, ont « la possibilité de s'y dissimuler, de disparaître dans l'espace impalpable du virtuel, et ainsi de n'être plus nulle part repérable, y compris pour soi-même [...]»⁹⁴. Cette notion de

⁹² Entretien avec F. Ganzo, « Plans sur la comète », *Cahiers du cinéma*, op-cit, p55.

⁹³ Échange avec l'équipe artistique, avant-première « Don't Look Up », (26 décembre 2021), [En ligne Vidéo], Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=liEWfQL7rGI>

⁹⁴ J. Baudrillard, « Ecran Total », *Libération*, p. 8, 6 mai 1998.

dissimulation est nouvelle dans le mode de représentation de la masse à qui s'adressent les médias. Dans les films sur les médias, la représentation des spectateurs de l'information joue un rôle crucial dans la compréhension des enjeux. Dans *Le Gouffre aux chimères* (Billy Wilder, 1951) dont s'est inspiré Adam McKay, filmer la foule est un moyen essentiel de prendre la mesure de l'ampleur médiatique de l'évènement (un homme resté coincé au fond d'une grotte). Ce coin du désert devient très vite une destination touristique prisée : le parking s'élargit, les queues devant les boissons et les manèges s'allongent. De nombreux plans d'ensemble en hauteur rendent compte de cette foule amassée devant un rocher. Les panoramiques nous font voir au-delà des limites du cadre la population qui s'agrandit. Les valeurs de cadre et les mouvements de caméra permettent de bien visualiser et mettre en valeur cette masse. Chez McKay, cette masse de spectateurs est dorénavant invisible. Si celle du *Gouffre aux chimères* est constituée de plein de petites silhouettes sans identité propre, celle de *Don't Look Up* n'existe plus que par des pseudonymes, des avatars, des commentaires et des clics. Même si certains visages sont effectivement filmés, tantôt en *screencast*, tantôt *in situ* (des gens qui se filment en selfie, ou bien des gens qui regardent leur portable), ces derniers demeurent seuls dans leur espace. La sensation de masse ne passe que par les flux d'information qui se superposent les uns aux autres et par l'anonymisation totale des individus.

Prenons dans le film un autre exemple de ces séquences en *meta-screencast*, qui intervient à l'issue du discours de la présidente Orlean qui annonce le plan d'action visant à détruire la comète (discours que nous analyserons plus tard). Nous recevons alors une multitude d'informations regroupant des réactions apeurées ou complotistes face à la comète (des animations, des mèmes, des commentaires comme « END OF THE WORLD », « I'm scared », « It's all fake »). Parmi cette profusion de réactions, on aperçoit la Pop star Riley Bina qui prend part aux inquiétudes, ou bien le témoignage de survivalistes qui font de leurs pelles un commerce. La popularité d'Orlean culmine, tandis que le cours de la bourse lié aux minéraux de la comète, très volatile, monte et chute. On assiste au début de la starification de Randall Mindy (on voit des commentaires dans toutes les langues, dont « Dr Randall est hyper sexy », en français dans le film), et à l'inverse la perpétuation du lynchage médiatique de Kate.

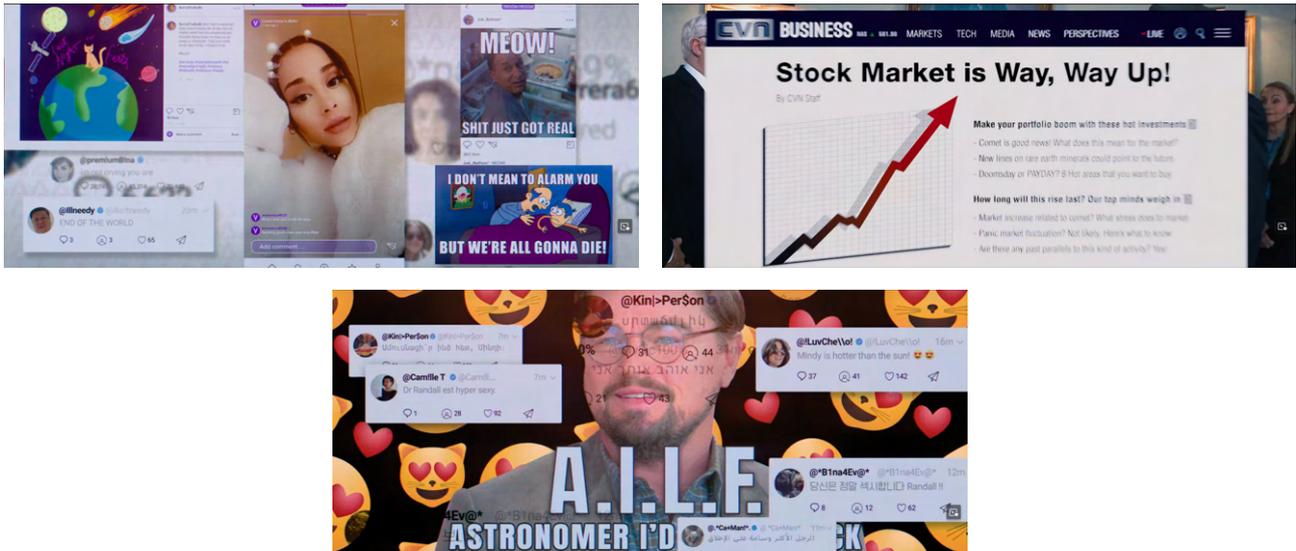


Fig.57

Seulement cinquante secondes rassemblent cette quantité d'informations accompagnée du même motif musical au rythme de jazz entraînant qui mêle cuivres, batterie et guitare à des accords mineurs, le tout traduisant l'empressement et la confusion permanentes à mesure que l'on s'approche de l'apocalypse. Ce sentiment d'urgence se vêt de couleurs et motifs accrocheurs : les mèmes, les courbes, les smileys sont tous plus vifs les uns que les autres, les textes surgissent en gros caractères. L'univers en devient à la fois simple et difficile à saisir puisque ses traits ludiques sont tus par sa vitesse effrénée. Les informations ne se contentent pas de se succéder mais s'entremêlent, se chevauchent, se remplacent, alors même qu'elles traitent de sujets complètement différents. Dans ce bouillonnement médiatique, la co-présence dans le même cadre des différentes idées ou bien leur juxtaposition au montage tendent à briser toute hiérarchie des informations, à leur attribuer le même degré d'importance, à les égaliser jusqu'à les lisser pour en offrir un bref aperçu de surface. C'est là l'absence d'idéologie, de ligne directrice politique et d'esprit critique dont la toile fait preuve, là où règnent l'immédiateté et la dorure des images.

Il est une autre caractéristique fondamentale de cette toile qui est son horizontalité. Dans *Network*, Sidney Lumet nous emmenait dans les coulisses d'un système institutionnel où le pouvoir s'exerçait de façon verticale. Dans *Don't Look Up*, les spectateurs ne sont plus seulement observateurs mais bien acteurs de la médiatisation des événements. La production médiatique est alors perçue et mise en scène non plus comme venant du dessus mais s'exerçant par tous et parmi tous. Le *screencast* semble être le dispositif filmique le plus adéquat à cette forme horizontale de la communication. L'écrivain de science-fiction Alain Damasio (*La Zone du Dehors*, 1995, *Les*

Furtifs, 2019) défend la nécessité d'un changement de paradigme lorsque l'on parle de contrôle et de surveillance. Pour lui, nous devrions passer d'une conception du contrôle propre à Michel Foucault, celle de la logique disciplinaire, selon laquelle un pouvoir nous donne des instructions et exerce par le haut, à une vision qui prenne en compte l'arrivée d'Internet et des nouvelles technologies qui rendent le contrôle immanent. Le panoptique de Bentham devrait laisser place dans cette nouvelle conception à une forme de contrôle « auto-générée par les citoyens sur eux-mêmes⁹⁵ ». Même si les propos de l'écrivain portent sur la surveillance et le contrôle, nous supposons également un glissement du même type dans la représentation des médias et des modes de transmission d'information, ne serait-ce qu'en comparant les deux films pré-XXIème siècle de notre corpus à *Don't Look Up*. Dans les premiers, l'information est à sens unique et descend des sphères de pouvoir vers les citoyens. Dans le dernier, les personnes démultipliées à travers les écrans sont à la fois les détentrices, productrices et consommatrices d'information. Le contrôle médiatique n'est plus transcendant mais immanent à la communauté. Ainsi nous pensons qu'Adam McKay propose une satire totale qui n'épargne personne de sa critique : pour nous, il ne se limite pas à l'inculpation de la classe politique et des puissantes chaînes de télévision. Il prend le problème également par le bas et décrit la population comme tout autant responsable de la spirale infernale dans laquelle elle s'engouffre. Pour le cinéaste, elle n'est pas victime ni rationnelle, elle est auto-dégénérative : indifférente, crédule, complotiste, elle participe à sa propre manipulation.

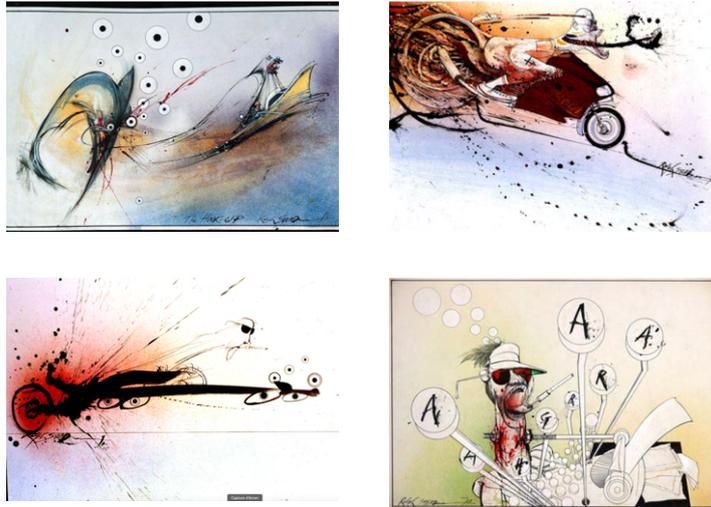
Dans son entretien accordé aux Cahiers du Cinéma⁹⁶, Adam McKay rapproche ce monde « grand-guignolesque » des illustrations de Ralph Steadman pour le compte de Hunter S. Thompson⁹⁷. En voici des exemples que nous avons personnellement choisis :

⁹⁵ « Comment vivre et lutter face au capitalisme de surveillance ? Avec Alain Damasio », *Blast*, 12 mai 2023, [En ligne], Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=zBIHx0BqpNU>.

⁹⁶ Entretien avec F. Ganzo, « Plans sur la comète », *Cahiers du cinéma*, op-cit, p55.

⁹⁷ Voir la galerie en ligne : <https://www.steadmanclassics.com/collections/hunter-s-thompson>

Fig.58



En ces illustrations, tout comme les images de *screencast* foisonnantes d'absurdité, résonnent encore les mots de Walter Benjamin :

« L'humanité est devenue assez étrangère à elle-même pour réussir à vivre sa propre destruction comme une jouissance esthétique de premier ordre.⁹⁸ »

⁹⁸ Voir W. Benjamin et M. de Gandillac, *Essais*, in *Bibliothèque Médiations*, no. 240-241, Paris, Denoël Gonthier, 1983.

CHAPITRE 2. L'humain : dans l'écran, hors-écran

A) Pouvoir et représentation

Déjà dans *Vice*, Adam McKay est habité par la question du pouvoir et de sa représentation. Christian Bale y incarne Dick Cheney, vice-président redoutable aux manettes de la politique du gouvernement de Bush et à la tête des actions décisives liées à la guerre en Irak. Dans ce film, McKay décrypte à l'aide d'une voix-off omnisciente les manigances d'un stratège de l'ombre, cerveau central de l'exécutif.

Une trentaine d'années après l'intervention au Vietnam, les années 2000 sont rythmées par les interventions américaines en Afghanistan et en Irak. L'envoi de troupes militaires dans le pays de Saddam Hussein en 2003, même s'il a été accéléré par les attentats du 11 septembre, résulte d'un long processus d'implication continue commencée avec la Guerre du Golfe puis poursuivie à travers plusieurs opérations (comme l'Opération « Southern Watch » en 1996 et l'Opération « Desert Fox » en 1998). La politique étrangère américaine post-11 septembre, son interventionnisme renforcé par son *soft power* exercé sur le monde, ne fait donc que perpétuer dans l'esprit collectif un imaginaire « oriental ». Cette « virtualité extrême⁹⁹ » dont parle Baudrillard à propos de la représentation du Golfe atteint son paroxysme dans le cas de l'Irak. Une virtualité remarquablement mise en scène dans des films comme *Redacted* (Brian de Palma, 2007), *Il n'y aura plus de nuit* (Éléonore Weber, 2020) ou la série de films *Serious Games* (Harun Farocki, 2009-2010) qui montrent comment cet ennemi invisible est cultivé, illustré en points sur une carte, en silhouette infrarouge ou modélisé dans un jeu-vidéo. Parmi les traces que l'interventionnisme américain et la traque des terroristes ont laissé derrière eux, nous repérons dans *Don't Look Up* une image qui résonne furieusement avec une photographie devenue célèbre de la salle de crise de la Maison-Blanche en 2011, lors du raid ayant conduit à la mort d'Oussama Ben Laden au Pakistan.

⁹⁹ J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, op-cit, p15.



Fig.59a



Fig.59b

L'image de gauche ci-dessus, qui correspond à une photo de promotion et qui ne figure pas dans le film, contient de nombreuses similarités avec le cliché du 1er mai 2011 de Pete Souza, photographe officiel de la Maison-Blanche (image de droite). Personnels de l'administration et généraux de l'armée sont regroupés dans une salle close aux murs grisâtres, certains debout et d'autres assis autour d'une table en bois verni. Le sceau du Président des États-Unis est accroché au mur dans les deux photos. Le Président Barack Obama se trouve aux côtés du Brigadier Général Marshall B. "Brad" Webb, tout comme la Présidente Janie Orlean est assise près du Général Themes. Notons également l'attitude corporelle d'Orlean qui rejoint celle d'Hillary Clinton. L'angle de prise de vue est lui aussi le même, et les regards sont rivés vers un écran hors-champ, vitrine d'une opération extérieure commandée à distance depuis la salle d'opération. Les dix années qui séparent ces deux photos témoignent de la marque indélébile, sur le paysage culturel et cinématographique américain, d'un moment crucial dans l'histoire du XXIème siècle et des guerres modernes. La photo de Souza, que nous considérons comme une image-symbole de la gestion de crise, relègue définitivement la menace au hors-champ. Les vaincus deviennent indécélables derrière un écran lui-même omis du cadre, face aux vainqueurs qui eux sont bien visibles. Cette stratégie de prise de vue achève le façonnement pendant plusieurs années d'une perception abstraite du danger par les images médiatiques. Elle transforme par ailleurs l'opacité des mesures gouvernementales en une manœuvre discrète, experte et quasi-héroïque (que démontrent la posture d'Obama et son regard sombre). Le cadreur tourne le dos à la réalité de l'événement pour photographier ce qui compte vraiment, le leadership américain.

Dans la photo de *Don't Look Up*, l'ensemble des personnages assiste en temps réel au décollage d'une fusée censée détruire la comète qui menace la planète. À la crise sécuritaire succède la crise climatique, elle aussi invisible, gérée en cellule de crise telle une opération militaire secrète. À travers cette prise de vue, on a l'impression que le maintien de la planète ne dépend que d'une

poignée de personnes dans une petite salle. L'interventionnisme laisse place au solutionnisme technologique et à la colonisation de l'espace. L'écran, lui, définit à lui seul le rapport qu'entretient le pouvoir au monde extérieur. Il devient l'œilleton des personnes aux commandes d'un acte *in vitro*.

Ces coulisses du pouvoir, Adam McKay la met en scène sans détour dans son cinéma. *Vice* s'inscrit déjà dans le genre de l'investigation en filmant les coulisses du pouvoir avec une caméra à la traque de la moindre information cachée et scrutant les véritables intentions de Dick Cheney. Dans ce contexte, George W. Bush n'est que la vitrine de l'administration dont le cinéaste fait son terrain d'enquête.

Dans *Don't Look Up*, les coulisses de cette administration sont nettement appauvries : rien n'est montré des prises de décision, des réflexions et discussions quant aux mesures à prendre, car celles-ci n'ont jamais lieu. La vitrine qui nous est donnée à voir ne cache rien derrière elle si ce n'est l'absence sidérante de fond. La présidente Janie Orlean et son fils Jason, chef de cabinet, sont concentrés exclusivement sur leur stratégie de communication et leur propre représentation. Le film ne montre d'eux que leur mise en spectacle. Cela se voit d'abord à travers les deux séquences de discussions au sein du bureau ovale. Dans la première, Orlean nous apparaît froide et indifférente aux propos alarmants de Dibiasky et Mindy, préoccupée par une affaire compromettante pour son image. Dans la deuxième, suite au scandale révélant ses photos de nu envoyées à son amant et lui faisant perdre sur le même coup les élections de mi-mandat, elle affirme prendre en main le projet de déviation de la comète pour regagner en popularité. Elle enchaîne en se projetant mentalement la mise en scène de l'annonce de cette mission : ainsi, ils ne préviendront pas la presse, « pour que ça ressemble à une urgence ». Il leur faudra également « un héros, un pilote, des gros flingues ». La déclaration du mercenaire Benedict Drask, « fervent patriote » réquisitionné pour la mission-suicide, emprunte au film *Il faut sauver le soldat Ryan* (Steven Spielberg, 1998) la réplique « Tout ce que je demande c'est que si je claque, vous méritiez la vie que mon sacrifice vous aura offerte ». Annonce choc, mission héroïque, sacrifice, la mesure politique est transformée en récit patriotique. Pour la mettre en scène, McKay fait intervenir la forme de spectacularisation de la politique par excellence : l'allocution télévisée.

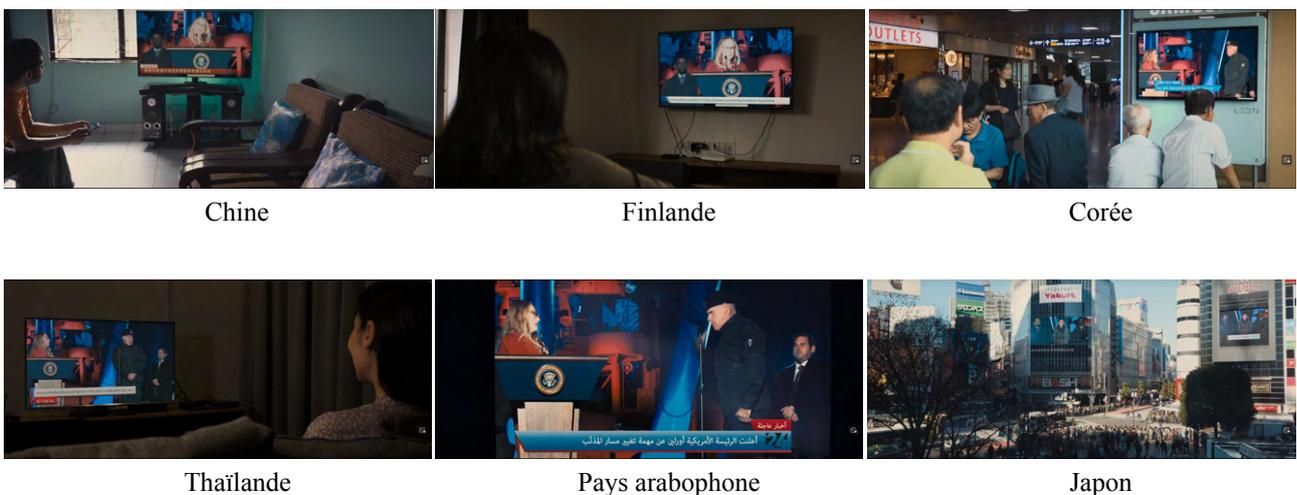
Fig.60.1



La fragmentation en trois plans du jingle dramatique et prenant du « Emergency Broadcast System », chacun montrant un écran différent dans un foyer différent, annonce déjà la solennité du discours d’Orlean. Il n’est pas anodin que l’allocution interrompe dans un même plan une émission de télé-réalité (intitulée « Jackpot Fiancé ») que regardent une mère et sa fille sur leur canapé (plan a ci-dessus), où l’on voit, avant l’apparition du logo de l’allocution, un nouveau couple s’embrasser. La politique s’inscrit dans la continuité de la comédie romantique, il se mêle avec lui pour ne former qu’une seule unité dramatique. Contrairement aux propos de l’annonceur de l’allocution, le programme n’a pas vraiment été interrompu. Une musique en remplace une autre, un personnage en remplace d’autres, et les spectateurs se retrouvent face à un nouveau narrateur et un nouveau récit. Les téléspectateurs semblent ne pas réagir, changent à peine de position et continuent de grignoter devant leur télé (plan c), comme si rien n’avait changé dans ce qu’ils regardaient.

L’écran se fait le porteur de ce récit par la pluralité des formes qu’il prend à travers le monde. Au fil de l’allocution, nous voyageons dans tous les continents. En reconnaissant les différents alphabets sur les bandes défilantes de la retransmission, on note parmi les pays spectateurs, dans l’ordre, la Chine, la Finlande, la Corée, la Thaïlande, un pays arabe, le Japon :

Fig.60.2



Par ce montage alterné juxtaposant et dispersant les points de vue aux quatre coins du globe, les écrans deviennent les points de connexion d'un réseau mondial lié par le discours de la présidente. Parmi ces six plans qui cartographient en quelques secondes l'univers diégétique du film, trois échelles de plan nous sont proposées, du plus individuel au plus large : la première concerne le plan de la retransmission arabe qui nous apparaît plein-écran, comme si nous voyions directement l'image télévisée. L'écran sur lequel nous regardons le film *est* l'écran du spectateur arabe. Le montage place alors le spectateur au sein même de son univers, l'intégrant parmi les citoyens-monde à l'écoute de l'annonce. La deuxième échelle concerne les points d'observation chinois, finlandais et thaïlandais, où seules les lettres constituent les indices du pays où nous nous trouvons, car nous sommes en intérieur et les visages sont à peine discernables. La troisième échelle concerne le plan d'ensemble d'une place publique japonaise, avec des écrans muraux géants. Le mixage sonore du discours d'Orlean accompagne ces changements de lieux et de portée de la voix, passant du timbre le plus feutré au timbre le plus résonnant. Le cinéaste montre alors ce déploiement planétaire des écrans, ce réseau mondialisé qui croît exponentiellement à chaque coupe de plan.

Il est intéressant de faire un bref parallèle avec les conditions de diffusion et réception du film *Don't Look Up* à travers le monde. Lors d'un entretien accordé au British Film Institute, le réalisateur se félicite d'avoir eu un succès dans plusieurs pays grâce à la plateforme Netflix, coproductrice et diffuseur du film. « Avec ce film, l'intention a toujours été un film-monde, donc nous étions toujours à la recherche d'une diffusion plus large¹⁰⁰ ». Cette parenthèse nous permet de ne pas perdre de vue le lien étroit entre l'esthétique du film et ses intentions de production et de diffusion, le film hypermoderne étant sans cesse en phase et faisant intégralement partie de l'époque qu'il prend pour sujet.

Sur le plan strictement narratif, ce voyage intercontinental signifie l'ampleur internationale de l'enjeu climatique dont le film est la métaphore. Sur le plan esthétique, il invite à réfléchir sur le statut d'une image diffusée instantanément à l'international. Dans cette succession de plans, aucun ne dure plus de cinq secondes, et les allers-retours entre ces pays et les États-Unis sont faits en un cut. Le montage épouse ainsi la forme même de la mondialisation et de la communication hypercontemporaine, basées sur ce contraste entre éloignement spatial et proximité temporelle. La courte durée des plans enlève toute sensation de distance et par la même occasion nous désancre

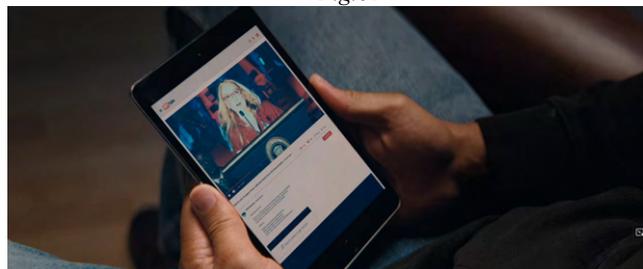
¹⁰⁰ « With this movie, the intention was always a world-movie, so we were always looking at a sort of larger release ». Traduction personnelle. *BFI At Home | Don't Look Up Q&A with Adam McKay*, (26 janvier 2022), [En ligne Vidéo], Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=NEhCQ4G23aw>

d'un espace physique commun aux personnages. Notre point de vue de spectateur survole le monde mais ce dernier ne lui est pas tangible. JJ Wunenburger exprime l'idée selon laquelle l'écran implique une dissolution des distances entre monde et perception du monde :

« Le dispositif couplé avec l'œil qui regarde, normalisé, est devenu le support d'une perception artificielle, augmentée et illimitée du monde, qui transgresse les limites naturelles du proche et du lointain, de l'horizontal et du vertical. Il est devenu l'occasion et le lieu d'une scopie utopique, l'agent de ce rêve ou de cette pulsion de l'hyper-visualité. Plus aucune distance nous sépare du monde, plus aucun art de proxémie n'est nécessaire puisque nous avons abandonné notre position finie et incarnée dans le monde réel.¹⁰¹ »

Avec *Don't Look Up*, nous voyons l'écran non seulement comme un sujet filmé qui nous aide à appréhender une société mondialisée, mais également comme un outil filmique permettant au montage d'imiter cette *hyper-visualité* dont parle Wunenburger, de transposer au cinéma nos modes de vie hypercontemporains, d'en adopter la forme.

Fig.61



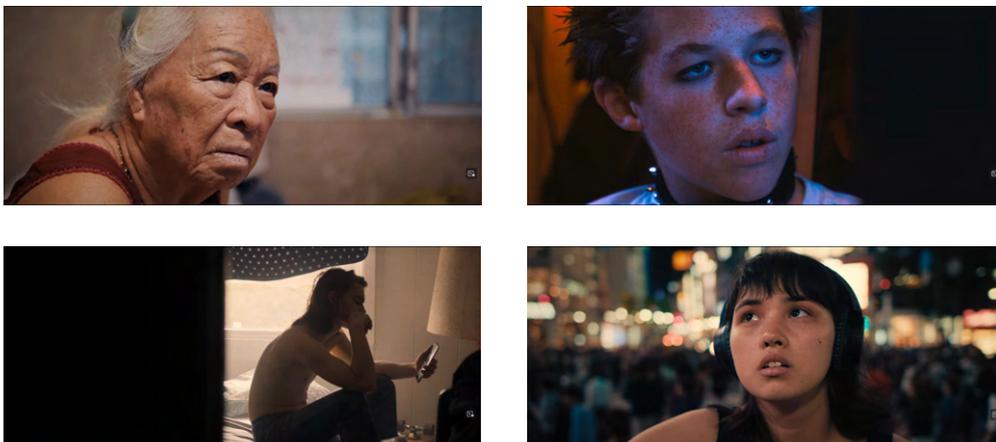
Dissolution des distances couplée à une confusion des rapports de grandeur. L'allocation est diffusée sur des écrans aux multiples formes : des téléviseurs, des écrans géants ou des smartphones (plan ci-dessus). La même image est affichée sur des supports aux tailles diamétralement opposées. La présidente est tantôt immense, tantôt miniaturisée. Elle surplombe de grandes places publiques tout en s'invitant ailleurs chez les gens, proche de leur corps, entre leurs mains. En tenant de ses doigts l'écran et par là même l'image de la présidente, le spectateur de l'allocation adopte un mode de réception particulier et complètement différent d'une réception sur tout autre type de support, car c'est dans ce mode de réception qu'entrent en collision le collectif et l'individuel : un discours d'ampleur sans précédent adressé à toute la planète se retrouve émis dans un champ de vision très

¹⁰¹ J.J. Wunenburger, « L'hypervisualité des écrans », in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, op-cit, p83.

restreint. Ce contraste existe déjà avec la télévision mais il est fortement renforcé avec le smartphone car ce dernier est disposé par essence à une utilisation individuelle, puisqu'elle implique une proximité quasi-organique, un contact corporel. La représentation filmique du smartphone n'échappe d'ailleurs pas à ce paradoxe parce qu'il s'astreint à le cadrer en gros plan en excluant toute contextualisation spatiale, plaçant au cœur du plan l'image affichée, d'une netteté et d'un contraste tranchants qui ressortent d'une faible profondeur de champ. Tous les éléments de l'intime, du cocon, du murmure visuel, se croisent pour montrer l'extrême opposé à savoir un monde en réseau à élargissement croissant, un espace infini. Ce contraste maximise selon Wunenburger la puissance des images et il en résulte un effet de « *maxi-mini*¹⁰² », un lien sensoriel fort entre l'immense et le petit, entre le monde et l'individu.

Pour Adam McKay, toutefois, ce dispositif de réception semble servir au contraire le ton grinçant et pessimiste du film : l'inaction et l'inefficacité du gouvernement entraîneront l'ensemble de la population vers l'échec, et tout discours est vain. Aucun élan n'est perçu parmi les spectateurs de l'allocution, et la petite figure d'Orlean sur l'écran de smartphone semble bien montrer que ses paroles ne valent rien. La même idée est montrée à travers la série de plans sur les spectateurs qui écoutent silencieusement à travers le monde, perplexes, désabusés et dépassés par les propos.

Fig.62



À travers cette séquence au montage dense, comprenant pas moins de douze points d'observation différents, c'est tout un empire politico-médiatique qui est décrypté. Mais Adam McKay, dans son ton satirique, ridiculise les détenteurs du pouvoir par le biais de la démultiplication de leur image sous toutes ses formes sous les yeux incrédules de la population, qui est comme spectatrice d'un mauvais numéro de cirque.

¹⁰² J.J. Wunenburger, *ibid*, p77.

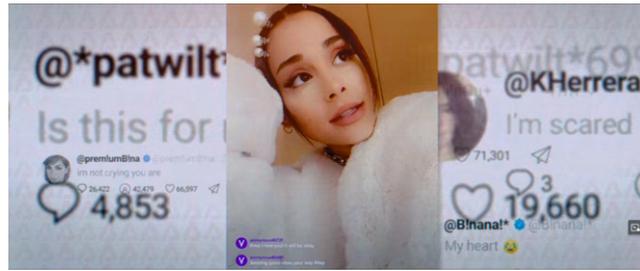
B) Les scientifiques face au jeu du spectacle

Don't Look Up commence dans le calme. Le film s'ouvre sur un silence nocturne, celui d'un observatoire ample dans lequel résonnent seuls les pas de Kate Dibiasky et la mise en route des machines. Installée à son poste, dans un dernier moment de communion avec les images, elle déchiffre les photographies du télescope. Muettes, ces captures de l'univers s'offrent à la doctorante dans leur état le plus pur, sans détournement ni recadrage, et regorgent d'informations encore non interprétées. Elles sont l'antithèse du système d'images qui engloutira le film par la suite.

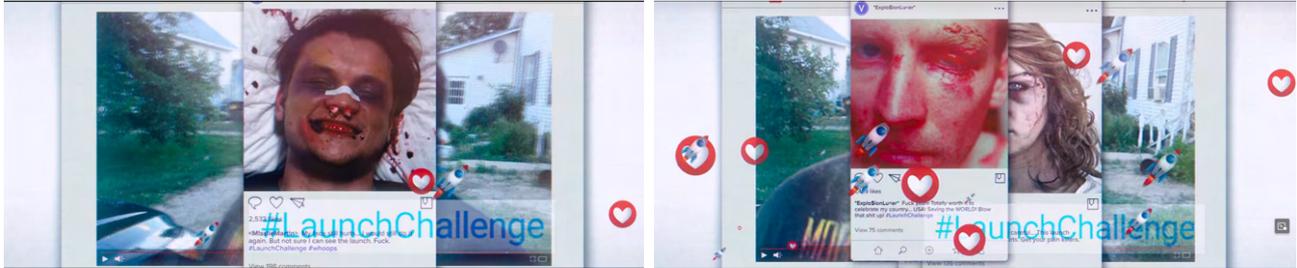
À mesure que la médiasphère entre jeu, l'accélération du rythme se fait davantage ressentir, les fins de réplique des personnages sont souvent coupées par le montage, illustration parfaite du *zapping* et du *swipe* (geste de balayage par le doigt sur un écran tactile, souvent pour changer de fenêtre). Dans cette effervescence générale, où les propos de fond sont avortés, règne la frénésie des visages. Des visages virtuels, certains célèbres, d'autres inconnus, forment l'orchestre bruyant de la toile numérique. Ainsi apparaissent à tour de rôle la star d'Internet Riley Bina (plan a ci-dessous), au visage poli par un filtre numérique appliqué par son smartphone, et la communauté qui s'amuse à se mutiler (b et c). Dans le plan a, l'influenceuse exprime le regard perdu son anxiété dûe à la comète, accompagnée des mots de soutien de ses fans. Son *selfie* reproduit les codes de la photogénie contemporaine, celle du filtre esthétique calculé par des algorithmes et homogénéisant le visage de tous les utilisateurs, étape cruciale de leur virtualisation. À travers son intervention, « likée », commentée et partagée indéfiniment (tels que nous le montrent les signaux et les chiffres de ce plan en screencast), l'angoisse collective prend la forme d'un culte de la personne, elle s'adoucit par l'image et devient agréable à regarder. À l'inverse, les plans b et c montrent les blessures des internautes qui se sont prêtés au « launch challenge » suite au décollage de la fusée sensée détruire la comète. Ce défi s'inspire d'un concept propre aux réseaux sociaux où un acte lancé par quelqu'un est repris par le plus de monde possible. En caricaturant de type de défi - il s'agit ici de se lancer un feu d'artifice ou un pétard sur le visage - Adam McKay filme, d'une manière drôle et glaçante, la propension à prendre plaisir à s'autodétruire. Cette mutilation globale s'adjoint à la lisseur sans défaut des visages filtrés pour former une parade d'humains transformés, un « freak show¹⁰³ », expression employée par Camille Nevers dans sa critique pour *Libération*.

¹⁰³ C. Nevers, « Don't Look Up, catastrophe emballante », *Libération*, op-cit.

Fig.63



a



b

c

Le visage n'est jamais autant rentré dans les mœurs qu'à notre époque actuelle. Époque où le cinéma n'a plus l'exclusivité des images, et où les nouveaux outils à la fois de restitution et de création d'images que sont les smartphones permettent de se réapproprier le monde qu'il voit et surtout son visage. Ces supports font véritablement corps avec leur spectateur qui en est également l'utilisateur. L'image est sujette à des interactions permises par un support tactile qui permet au spectateur d'agir sur ce qu'il voit. La caméra frontale, elle, fait de l'autoportrait filmé un nouvel outil social et communicatif essentiel. La représentation et la mise en scène de soi deviennent les moteurs de nos interactions avec les autres et prennent la même importance, si ce n'est plus, que les images que l'on regarde en étant purement spectateur. La caméra n'est plus tournée vers le monde mais vers soi, et n'instaure plus un trajet optique rectiligne qui part du sujet filmé jusqu'à l'œil du filmeur en passant par la caméra, mais qui part cette fois du filmeur/sujet pour aller vers la caméra et rebondir vers l'œil du filmeur.

Nous pourrions nous demander comment se définit l'image médiatique moderne d'un visage. D'abord esthétiquement par plusieurs facteurs inhérents au smartphone. L'autoportrait médiatique moderne est souvent un gros plan, la caméra étant inévitablement proche du sujet/filmeur. Mais le plus souvent un gros plan en courte focale, qui donne une perception des proportions du visage autre que celle à l'œil nu. Aussi, ce dispositif impose dans la circulation des images la réinsertion du format vertical, historiquement lié au genre de l'autoportrait. Ainsi le smartphone, par sa forme verticale, redéfinit le format des images mouvantes jusque là exclusivement horizontales depuis la naissance du cinéma. Format vertical qui met le visage au cœur des manières de communiquer et de s'exprimer par les images.

Cette image médiatique du visage est faite par un outil avec lequel nous faisons parfaitement corps, par sa maniabilité, sa double fonction d'écran et de caméra. Auparavant, nous pouvions distinguer deux approches de l'autoportrait : celle où l'auteur ne se regarde pas quand il se dessine, se peint, se photographie ou se filme, et celle où l'auteur se regarde, par le biais d'un miroir. À l'époque du smartphone, une troisième approche se distingue encore des deux précédentes : l'auteur de l'autoportrait peut voir instantanément le résultat de ce qu'il filme, le produit fini, en même temps qu'il est enregistré. Il n'y a pas de frontière entre l'œuvre finale et l'œuvre en cours, ni même entre le statut de créateur et celui de spectateur. La caméra ne forme qu'un avec l'écran final auquel l'image est destinée. Cette approche de l'autoportrait, celle numérique et instantanée, change notre rapport à l'œuvre et à soi, car la durée du processus de création, caractéristique fondamentale d'une œuvre, est réduite à son strict minimum. Les temps de pensée, de geste et de résultat sont compressés en un instant *t*, et notre regard de créateur est en même temps et de manière équivalente un regard de spectateur.

Les scientifiques Randall Mindy et Kate Dibiasky doivent-ils intégrer ou s'extraire de ce « freak show » pour alerter la population ? Quel est le sort de leur image, une fois retransmise dans la toile ? À la trente-septième minute du film, les deux protagonistes montent sur le plateau de *The Daily Rip*, la chaîne de télévision animée par les deux présentateurs Brie et Jack au ton à la fois blagueur et cynique. Lors de cette séquence, deux types d'image s'intercalent au montage : celles filmées par la caméra de cinéma et celles par les caméras de télévision. Ce dispositif implique une double lecture des visages que l'on voit et notre position vis-à-vis des personnages jongle entre celle, d'un téléspectateur de l'émission (plan a ci-dessous) et celle d'un spectateur de cinéma, amené à témoigner d'une part du personnage laissée dans l'ombre (plan b).

Fig.64



La différence de traitement des visages entre ces deux plans définit la dichotomie télé/cinéma que l'on cherche à souligner. Elle se voit à plusieurs niveaux, à commencer par l'exposition même du sujet, plus clair dans le plan a que dans le plan b. Le niveau d'exposition du plan b fait davantage ressentir la texture de la caméra qui se mêle avec le grain de peau du visage. La qualité de lumière diffère également, plus uniforme dans le premier que dans le second. Le plan a ne laisse place à aucune ombre, toutes les parties du visage sont uniformément éclairées, tandis que le plan b semble cadrer le côté sombre du visage, éclairé par une source de lumière opposée à la caméra dessinant ses contours. Le tout offre une sensation de contraste qui détonne face au plan a. La caméra, en a, est positionnée de face, à hauteur des yeux, tandis qu'en b elle se trouve légèrement en-dessous du niveau des yeux, de profil. D'un plan serré, on passe à un gros plan où le visage occupe plus de la moitié du cadre et où le grain de peau prend plus d'importance. Du tout-net, on passe à une profondeur de champ très réduite.

Ces deux approches que tout oppose semblent servir la volonté du cinéaste de mettre en scène le traitement médiatique de Dibiasky, et pour le comprendre, de le mettre en contraste avec le traitement narratif (et donc cinématographique) du personnage. Tous les procédés filmiques s'accordent pour que l'on se sente plus en phase avec le personnage en b qu'en a. Par le niveau d'exposition plus bas et le contraste plus élevé, nous partageons davantage son incompréhension de la situation. Par la fine profondeur de champ nous sommes perdus avec elle. Par la vue de profil, nous sommes à ses côtés. Le tout-net, le tout-éclairé et le tout-de-face du plan a ne nous offrent pas cette intimité du plan b où le bleu clair de ses yeux, souligné par un eyeliner au noir prononcé, fait vivre son regard lourd d'émotion au moment où elle se trouve dépossédée de sa parole.

Lors d'une discussion avec le fabricant et fournisseur de pellicule Kodak, le chef-opérateur Linus Sandgren explique le choix de tourner en pellicule face aux nombreux formats vidéos présents dans le film :

« [...] Des moments importants de l'histoire traitent du monde moderne, contemporain et superficiel, où les gens s'enregistrent eux-mêmes sur leurs smartphones et où les émissions télé paraissent super nettes et vives. Nous avons donc décidé de mélanger l'aspect "35mm" du film avec tous ces autres formats, pour clarifier les distinctions entre le côté plus doux, sombre et humain de la vie et l'artificialité des médias et d'Internet. »¹⁰⁴

¹⁰⁴ « How DP Linus Sandgren FSF ASC used Kodak 35mm to capture Adam McKay's... », *Kodak*, [En ligne], Disponible sur <https://www.kodak.com/en/motion/blog-post/dont-look-up/>. « That said, significant parts of the story are about the modern, contemporary and superficial world, where people record themselves on smartphones and TV shows look super-sharp and vivid. So we decided to mix the movie's 35mm foundation with all of these other formats, to make clear distinctions between the softer, darker, human side of life and the artificiality of the media and the internet. » Traduction personnelle.

Dans cette satire médiatique, le spectateur a accès à deux modes de lecture qui lui permettent d'opérer une scission nette entre l'empathie qu'il éprouve pour le personnage et l'indifférence que lui accordent les autres à travers l'écran de télévision, indifférence qui se transformera par la suite en lynchage médiatique.

Fig.65



Après cette séquence, de nombreuses réactions de la part des internautes émergent sur les réseaux sociaux. À travers une séquence où les journalistes du *New York Herald* analysent les retombées de l'émission, Kate Dibiasky fait face à des images piochées sur Internet la caricaturant. Le cinéaste reprend les codes du *mème* dont le principe est de prendre une photo existante pour la détourner et la faire circuler sur Internet. Ici, le visage de Kate est dénaturé de plusieurs façons. On reconnaît le cadrage et le regard caméra du plan a, mais du personnage il ne reste que son pull, son collier et ses cheveux. Son visage est soit remplacé par une tête en bois à la Pinocchio, soit complètement défiguré. Ces *mèmes* suivent la règle d'or d'Internet : un message épuré, frappant, ludique, rapide à lire et à comprendre. Le plan a cité plus tôt se prête bien à cette règle, avec un cadre de face en plan serré, un regard caméra et une forte expression de visage dont il est facile d'exagérer les traits. À travers ces caricatures, Kate, après s'être fait déposséder de sa parole, se retrouve dépossédée de sa propre identité. Son image, dès lors qu'elle a été diffusée, ne lui appartient plus à elle mais à la communauté d'Internet. Sa personnalité est substituée par son double virtuel né du plan a, dont il existe à présent mille versions.

À travers ces différentes séquences, Adam McKay met en scène le visage de Kate Dibiasky de plusieurs manières, selon les différents régimes d'image que donnent à voir le cinéma, la télévision

et Internet. Par cette pluralité des images et leurs natures différentes, il raconte le traitement médiatique subi par la lanceuse d'alerte. En faisant se confronter les différents codes esthétiques de ces régimes d'image, il nous propose différentes échelles de lecture du personnage et de son visage, passant de la proximité émotionnelle à l'indifférence, jusqu'à sa désincarnation.

Randall Mindy ne suit pas le même parcours. Souffrant d'un manque de reconnaissance parmi la communauté scientifique, l'astrophysicien, grâce à la découverte de la comète qui fascine tout le monde, est vite aspiré par le tourbillon numérique de la toile. Devenu célèbre malgré lui, le personnage à la « formidable structure faciale » (ce que lui dit sa maquilleuse avant d'entrer sur le plateau) apparaît au grand jour via les écrans et se prête au jeu du spectacle imposé par ses interlocuteurs. La caméra ne cesse d'osciller entre lui et son double virtuel pixelisé et affiché publiquement (plans ci-dessous).

Fig.66



Ce n'est qu'au bout d'une heure trente de film que sa conscience le rattrape et l'éjecte violemment du circuit médiatique. Lors d'une émission chez Brie et Jack, à laquelle il est devenu habitué, le lanceur d'alerte est pris d'une colère impulsive mêlée d'angoisse. Face aux caméras, il déclame contre l'inaction générale et la légèreté exaspérante des journalistes et lance des invectives contre la Présidente Orlean et le milliardaire Isherwell. Hurlant la catastrophe imminente, il redevient l'homme névrosé et gavé de tics qu'il était au départ. Le cinéaste décide à ce moment-là de filmer, plein cadre, un écran de retransmission de son discours via une caméra de l'émission (plan ci-dessous). Encore une fois, la transition entre l'image de cinéma et l'image vidéo se fait discrètement, et nous ne savons pas à première vue la vraie nature de ce que nous voyons. Quelques indices comme l'aspect saccadé de l'image, sa faible résolution et le cadrage étrangement serré nous permettent alors de noter l'artifice : il s'agit de l'image de Mindy restituée sur un écran lui-même filmé par la caméra de McKay. La mise en abîme que provoque la répétition du processus (l'acteur est filmé, puis diffusé, puis re-filmé) parasite notre perception du personnage à un moment

où lui-même perd le contrôle. Nous décrivions un procédé similaire en partie III) 1) A) avec *Des Hommes d'Influence*, où la caméra de Barry Levinson filmait un écran analogique et jouait de l'absence de délimitation du cadre pour questionner la frontière entre le vrai et le faux.



Fig.67

Après cet épisode, l'astrophysicien, qui s'était élevé au rang de conseiller scientifique de la Maison-Blanche, est recraché par les institutions qui l'avaient avalé. Ayant jusque-là joué au jeu du spectacle et des apparences, les troubles mimiques du docteur semblent le ramener à sa vie normale, loin de la scène et des écrans. Derniers signes de vie dans un univers virtuel où les visages sont remplacés par des avatars, les êtres transformés en *mèmes* et la vie assimilée à un flux. Randall Mindy est peut-être un « freak » comme les autres, mais il reste un humain.

Mise en relation avec la PPM

Le *screencast* semble être un bon mode de représentation de ce « freak show » numérique. Dans notre partie pratique, l'émission politique animée par les deux streamers est relayée en direct sur une plateforme. L'ensemble des internautes constituent un personnage à part entière qui se manifeste à travers de nombreux commentaires affichés sur la plateforme et que les deux invités politiques peuvent lire depuis le plateau. Un tel dispositif nous permet de confronter le personnage de Maud avec la communauté par un jeu de présence-absence propre à la communication en réseaux : avec l'absence de spectateurs en « présentiel », l'enjeu est de faire sentir leur présence et leur impact sur l'émission à travers les écrans. Nous avons privilégié deux manières de mettre en valeur l'apparition des commentaires. La première imite le procédé du *screencast* : nous nous détachons brièvement de l'espace physique pour entrer dans un champ virtuel. Ainsi, le plan a ci-dessous nous montre le défilement du *mur* d'un réseau social, on y voit un commentaire adressé à Victor Vaillant, politicien populaire et favori.

Nous avons employé parallèlement une autre méthode qui consistait à filmer un écran de très près à l'aide d'un objectif macro (le Laowa 24mm) proposant un rapport de grossissement allant jusqu'au 2:1. Cette optique nous a permis de nous rapprocher de l'écran jusqu'à en distinguer les pixels. Le plan b est un exemple de ces plans, où cette fois le commentaire affiché s'adresse à Maud, victime d'un lynchage médiatique en direct. Le cadrage de biais fait jouer la faible profondeur de champ et une certaine perspective de l'image, qui s'opposent à la nature bi-dimensionnelle et affranchie de toute profondeur du *screencast*. Au montage son et à la composition musicale, des couches d'ultra-sons et de larsens sont associés à ces très gros plans pour accompagner cette proximité avec les pixels. À chaque écran est attribuée une fréquence spécifique, comme si l'on entendait circuler le courant électrique.

Le montage nous a par la suite permis d'entremêler ces modes de représentation en les alternant avec le regard des personnages sur le plateau. Nous avons essayé de reproduire, par le rythme et la variété d'angle de vues, le bouillonnement médiatique dont témoigne *Don't Look Up* ainsi que la « clicking society » dont parle McKay, une masse d'individus devenue un ensemble de flux numériques.

Fig.68



a



b

CONCLUSION

« [...] on est dans une culture de l'écran, pas de l'image. Il y a de l'écran partout mais l'écran n'implique pas nécessairement l'image. Il ne l'implique qu'en tant qu'elle est facile à décrypter.¹⁰⁵ »

Avec cette phrase, Serge Daney nous invite à questionner la définition même d'une image, qui se dissocie selon lui des « visuels ». Mais à l'issue de ce travail, nous considérons qu'il est tout de même important de ne pas opposer les images que l'on qualifierait de « traditionnelles » et légitimes, des nouvelles images qui n'en seraient plus vraiment, que l'on désignerait plutôt comme des données illustrées, des flux visuels... Le risque d'une telle opposition serait d'établir une hiérarchie entre les images, en dissociant les plus nobles des plus triviales. Or, les films de notre corpus n'ont pas cette position-là. Que ce soit dans *Network*, *Des Hommes d'Influence* ou *Don't Look Up*, l'écran médiatique a une importance fondamentale dans la structure du film par son occupation du cadre, sa place dans le montage et le rôle de miroir qu'il se donne. Lumet, Levinson et McKay ne traitent pas l'information comme un sujet distant, elle est un élément intrinsèque à leur mise en scène et leur mode de narration. Elle est le sujet aussi bien que le médium. Pour nous (et ce que veut réellement dire Daney), la vraie question est de savoir distinguer les images qui appellent au hors-champ, à l'intériorité d'un personnage et à l'imaginaire, de celles qui se suffisent à elles-mêmes, qui sont « faciles à décrypter ». Nous pensons que tout ce qui est émis d'un écran doit être lu comme une image, c'est-à-dire en en appréciant les formes et les contrastes, puisque c'est ainsi que le monde se présente à nous aujourd'hui. Cela nous paraît d'autant plus juste qu'à l'ère du numérique, tout signe (un texte, un élément graphique) qui apparaît sous la forme d'un assemblage de pixels peut être assimilé à une image (« pixels » étant le diminutif de « picture elements » ou « éléments d'image »)¹⁰⁶. Et qu'y a-t-il de plus fort pour déchiffrer, « retourner » comme le suggère Deleuze cette règle de l'image devenue un système global, que l'image elle-même ?

À travers ces trois films, nous avons étudié quelques exemples de dialogue entre les formes cinématographiques et les formes médiatiques quand celles-ci ne sont pas confondues. Nous avons vu aussi à quel point la mise en scène des écrans soulevait des questions de cinéma essentielles,

¹⁰⁵ S. Daney et B. Le Grignou, « La parole du zappeur : Entretien avec Serge Daney, *Libération*, réalisé par Brigitte le Grignou, décembre 1988 », *quad*, vol. 8, n° 1, p. 87-93, 1989, doi: [10.3406/quad.1989.2113](https://doi.org/10.3406/quad.1989.2113), p91.

¹⁰⁶ Voir à ce sujet N. Bras et F.-P. Saget, Éd., *Captures d'écran: quand le cinéma affronte les flux numériques*, op-cit, p13.

autant dans notre perception des images que dans la représentation des personnages. Deux tiers de notre corpus appartiennent à une période datant de vingt à quarante ans où la télévision était encore le média audiovisuel maître et où les images étaient régies par la technologie analogique. Si nous devions poursuivre ce travail, il serait intéressant d'axer davantage l'analyse sur le temps présent et d'explorer les pistes proposées par les cinéastes contemporains au temps de la technologie numérique, d'Internet et des nouveaux médias que sont les réseaux sociaux et les plateformes de vidéos.

Les trois films de notre corpus, bien que séparés d'une vingtaine d'années, rendent compte d'une petite constellation de réalisateurs et scénaristes habités par les questions d'image et les liens entre cinéma et autres médias. Constellation dont on repère facilement les liaisons, d'abord parce que les cinéastes ont tous les trois commencé leur carrière dans la télévision. Par ailleurs David Mamet, le scénariste des *Hommes d'Influence*, a également dépeint quinze ans auparavant une autre institution, la justice, en signant le scénario d'un film de Sidney Lumet, *Le Verdict* (1982). Adam McKay, lui, affirme s'être fortement inspiré de *Network* et des *Hommes d'Influence*¹⁰⁷. Mais malgré la frénésie qui s'empare de Howard Beale et la soif nerveuse de Stanley Motss, ces deux films s'expriment avec un langage cinématographique plus économe et pondéré que le troisième. « Un bon style est un style qui ne se voit pas. C'est un style que l'on ressent¹⁰⁸ », affirme Lumet dans son livre *Making Movies*. Dans ces deux films, malgré certains moments de secousse intense, c'est à travers le regard d'une caméra relativement tranquille, au cadrage stable et aux mouvements mesurés que l'on dépiste les anomalies du système. *Don't Look Up* correspond quant à lui davantage à cet état de « crispation ou de convulsion¹⁰⁹ » dont parle Deleuze lorsqu'il désigne le « maniérisme » défini par Daney. Les images se tordent comme les modes de communication incontrôlés des individus et le montage se met au tempo des clics et des *swipes*. En ce sens, notre travail d'analyse pourrait s'étendre à ce rapport entre l'art et l'agitation croissante des images, et au problème que doit se poser le cinéma aujourd'hui : doit-il s'ériger comme un rempart contre ce mouvement d'agitation ou plutôt l'infiltrer ? Lors de nos analyses, nous n'avons pas mentionné la notion de postmodernisme ni les écrits de Fredric Jameson à ce sujet. Un concept pourtant clé dans la compréhension du monde contemporain et de ce « capitalisme tardif ». Concept qui rejoint aussi la séparation entre les choses et leur substance que nous évoquions en parlant des êtres et de leur

¹⁰⁷ Entretien avec F. Ganzo, « Plans sur la comète », *Cahiers du cinéma*, n° 783, p. 52-55, déc. 2021, p54.

¹⁰⁸ S. Lumet, *Making Movies*, First Ed., New York, NY, Knopf, 1995, p51.

¹⁰⁹ G. Deleuze, *Pourparlers, 1972-1990*, op-cit, p106.

double virtuel. Pour Jameson, « le postmodernisme est plus formel [que le mouvement moderniste] [...] et ne sait que trop bien que les contenus ne sont que des images de plus.¹¹⁰ » Ce mouvement semble proposer une grille de lecture des films sur les médias contemporains qu'il serait passionnant d'étudier.

L'année 2024 connaît un bouleversement de notre culture visuelle avec les progrès de l'intelligence artificielle. La mise en route en février dernier du logiciel Sora, capable de générer artificiellement une vidéo à partir d'une indication sous forme de texte, en est un exemple. Face à ces nouveaux processus de génération d'image, la caméra est-elle en voie d'extinction ? Nous pensons que non. Avec tous les risques que cela pose aux métiers de l'audiovisuel, ces nouvelles « banques » d'image s'offrent au cinéma comme un vrai terrain d'expérimentation formelle. Nous pensons qu'un nouveau mouvement est nécessaire où les cinéastes prennent en main ces dispositifs à la fois en tant qu'objet et outil d'expression, comme le font Lumet avec l'image analogique, Levinson avec les procédés d'incrustation et McKay avec les visuels informatiques. Laisser ces images « 2.0 » imprégner les récits du cinéma et son langage même, c'est laisser la caméra entrer en résonance avec elles, puis en observer les effets d'interférence, constructives comme destructives. C'est laisser le cinéaste les disséquer, entrer dans les entrailles de l'image ultramoderne pour en éclairer les failles, les malformations.

Enfin, les nouveaux modes de communication font de tout individu un artisan potentiel de l'image. L'enjeu aujourd'hui est donc de ne pas perdre la main sur le geste de création. De tendre vers un monde où c'est l'homme qui fait des images et non pas les images qui font l'homme. Dans une séquence du récent film de Steven Spielberg inspiré de sa propre enfance, *The Fabelmans* (2023), le jeune Sammy contemple ses premières images tournées en Super 8 (plan ci-dessous). Confiné dans son placard, ce sont ses mains qui lui servent d'écran, cet objet indissociable de l'image qui fut le fil directeur de notre travail. Un objet de « *tension [...] entre le dispositif du cadre et la fonction de surface que ce cadre vient activer tout en la délimitant¹¹¹* », tel que le décrit Anna Caterina Dalmaso. En joignant ses deux mains pour obtenir ce *cadre* et cette *surface*, le cinéaste en herbe s'approprie sa nouvelle œuvre, la contient et la préserve dans ses paumes. Et qu'espérer de

¹¹⁰ F. Jameson, *Le Postmodernisme ou la Logique culturelle du capitalisme tardif*, Paris, Beaux-arts de Paris, 2007, p27.

¹¹¹ A.C. Dalmaso, « Empiéter, toucher, dissoudre les bords du cadre », in M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, op-cit, p40.

plus, aujourd'hui, que de préserver notre geste créatif ? Comme le jeune Sammy, il nous faut voir en nos paumes l'écran de notre imagination.



Fig.69

FILMOGRAPHIE ET BIBLIOGRAPHIE

FILMOGRAPHIE PRINCIPALE

Network - Sidney Lumet, États-Unis, 1976, 2h01, 35mm, couleur

Des Hommes d'Influence - Barry Levinson, États-Unis, 1997, 1h35, 35mm, couleur

Don't Look Up - Adam McKay, États-Unis, 2021, 2h22, 35mm, couleur

FILMOGRAPHIE SECONDAIRE

Le Gouffre aux Chimères - Billy Wilder, États-Unis, 1951, 1h51, 35mm, noir et blanc

Docteur Folamour - Stanley Kubrick, États-Unis, 1964, 1h35, 35mm, noir et blanc

Vice - Adam McKay, États-Unis, 2018, 2h14, 35mm, couleur

Little Miss Sunshine - Jonathan Dayton et Valérie Faris, États-Unis, 2006, 1h40, 35mm, couleur

The Fabelmans - Steven Spielberg, États-Unis, 2023, 2h31, 35mm, couleur

Le Verdict - Sidney Lumet, États-Unis, 1982, 2h09, 35mm, couleur

Good Morning Vietnam - Barry Levinson, États-Unis, 1987, 2h01, 35mm, couleur

Ginger et Fred - Federico Fellini, Italie, 1986, 2h05, 35mm, couleur

OUVRAGES

Sur Sidney Lumet et son film *Network* :

F. R. Cunningham, *Sidney Lumet: film and literary vision*, Lexington (Ky.), University Press of Kentucky, 1991.

S. Denis, « La télévision à l'ère du spectacle », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge*, in *Eclipses*, no. 48, 2011.

A. Devillard, « L'homme et le système », in Y. Deschamps, *Sydney Lumet - Dans le sens de la marge*, in *Eclipses*, no. 48, 2011.

S. Lumet, *Making Movies*, First Ed., New York, NY, Knopf, 1995.

S. Lumet et J. E. Rapf, *Sidney Lumet: interviews*, 1st ed. in *Conversations with filmmakers series*, Jackson, University Press of Mississippi, 2006.

Sur Barry Levinson et son film *Des Hommes d'Influence* :

C. Chambost, « Ma(s)king the news, unma(s)king Europe as a faraway foe... Or american journalism for specific purposes in Barry Levinson's *Wag The Dog* », in F. La Polla, G. Menegaldo, et Société d'études et de recherches sur le cinéma anglophone (France), Éd., *Europe et Hollywood à l'écran: regards croisés = European and Hollywood cinema: cultural exchanges*, 1re édition, Paris, Michel Houdiard Éditeur, 2012.

C. Collard, *Artist on the make: David Mamet's work across media and genres*. in *Regards croisés sur le monde anglophone*. Nancy, Presses universitaires de Nancy-Éd. universitaires de Lorraine, 2012.

G. Hickenlooper, *Reel Conversations: candid interviews with film's foremost directors and critics*, Secaucus, NJ (u.a.), Carol, 1991.

B. Levinson et D. Thompson, *Levinson on Levinson*, London Boston, Faber and Faber, 1992.

Réflexions sur les écrans et la télévision :

J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Paris, Galilée, 1991.

J. Baudrillard, *Simulacres et simulation*, Paris, Éditions Galilée, 2017.

M. Carbone et J. Bodini, *Voir selon les écrans, penser selon les écrans*, in *Images, médiums*, no. n. 3, Milan, Paris, Éditions Mimésis Pollen-Littéral diffusion et distribution, 2016.

S. Daney, « Montage obligé - La guerre, le Golfe et le petit écran » (avril 1991), in *Devant la recrudescence des vols de sacs à main, cinéma, télévision, information: 1988 - 1991*, 2. éd., rev.Corr, no. 1, Lyon, Aléas, 1999.

G. Deleuze, « Lettre à Serge Daney », in *Pourparlers, 1972-1990*, Paris, les Éd. de Minuit, 2003, pp97-112.

J. Rancière, *Le spectateur émancipé*, Paris, la Fabrique éd, 2008.

Sur Internet et la technologie mobile :

N. Bras et F.-P. Saget, Éd., *Captures d'écran: quand le cinéma affronte les flux numériques*, in *Côté Cinéma*, Crisnée, Belgique, Yellow Now, 2022.

C. Delaporte, *Cinéma et internet: représentations, circulations, réceptions*, Paris, L'Harmattan, 2017.

C. Lambach, *Le cinéma de poche: images mobiles et sociétés connectées*, l'Harmattan, Paris, 2022.

À propos de la satire :

F. Niney, *Le documentaire et ses faux-semblants*, in *50 questions*, no. 47, Paris, Klincksieck, 2009.

M. Tueth, *Reeling with laughter: American film comedies--from anarchy to mockumentary*. Lanham, [Md.], Scarecrow Press, 2012.

REVUES/PRESSE**Sur le film *Network* :**

J. Demeure, « La nostalgie est toujours ce qu'elle était », *Positif*, n° 193, mai 1977.

J. Thibau, « Network - Entretien avec Jacques Thibau », *L'Humanité*, Paris, 24 mars 1977.

Sur le film *Des Hommes d'Influence* :

J.-J. Bernard, « Des hommes d'influence », *Première*, n° 254, p. 52, mai 1998.

S. Blumenfeld, « Trop gentil pour être subversif », *Le Monde*, 30 avril 1998.

G. Cheshire, « Wag the Dog », *Variety*, vol. 369, n° 6, p. 58, déc. 1997.

E. Higuinen, « Des Hommes d'Influence », *Cahiers du cinéma*, n° 523, p. 80, avr. 1998.

C. Mulard, « Entretien avec Barry Levinson », *Le Monde*, 30 avril 1998.

C. M, « L'actualité américaine rattrape les films "Wag the Dog" et "Primary Colors" », *Le Monde*, 19 février 1998.

[Auteur non-indiqué], « Des Hommes d'Influence », *Studio Magazine*, n° 133, p. 21, avr. 1998.

Sur le film *Don't Look Up* :

F. Ganzo, « Plans sur la comète », *Cahiers du cinéma*, n° 783, p. 52-55, déc. 2021.

C. Nevers, « Don't Look Up, catastrophe emballante », *Libération*, déc. 2021.

C. Nevers, Entretien avec Adam McKay, « "Ce qui était écrit dans mon film se produisait sous mes yeux" », *Libération*, 24 décembre 2021.

A. Tonet, « La réalité devenait plus folle que mon scénario, écrit avant la pandémie », *Le Monde*, 22 décembre 2021.

Réflexions de Serge Daney et Jean Baudrillard sur les images contemporaines :

J. Baudrillard, « Ecran Total », *Libération*, p. 8, 6 mai 1998.

S. Daney et B. Le Grignou, « La parole du zappeur : Entretien avec Serge Daney, *Libération*, réalisé par Brigitte le Grignou, décembre 1988 », *quad*, vol. 8, n° 1, p. 87-93, 1989, doi: [10.3406/quad.1989.2113](https://doi.org/10.3406/quad.1989.2113).

SITOGRAPHIE

Sur le film *Don't Look Up* :

BFI At Home | Don't Look Up Q&A with Adam McKay, (26 janvier 2022), [En ligne Vidéo], Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=NEhCQ4G23aw>

V. Mignerot, « Don't look after », Vincent Mignerot, [En ligne], Disponible sur <https://vincent-mignerot.fr/dont-look-up-after/>

D. Zabunyan, « « Puisque le rideau va tomber » – Sur Don't Look Up d'Adam McKay - AOC media », *AOC media - Analyse Opinion Critique*, [En ligne], Disponible sur <https://aoc.media/critique/2022/01/09/puisque-le-rideau-va-tomber-sur-dont-look-up-dadam-mckay/>

« Don't Look Up : l'apocalypse, now ! », *France Culture*, 14 janvier 2022, [En ligne], Disponible sur <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-methode-scientifique/dont-look-up-l-apocalypse-now-3534375>

Échange avec l'équipe artistique, avant-première « Don't Look Up », (26 décembre 2021), [En ligne Vidéo], Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=liEWfQL7rGI>

« How DP Linus Sandgren FSF ASC used Kodak 35mm to capture Adam McKay's... », *Kodak*, [En ligne], Disponible sur <https://www.kodak.com/en/motion/blog-post/dont-look-up/>

Sur Sidney Lumet et son film *Network* :

H. A. Lightman, « Network and How it Was Photographed », *American Cinematographer*, avr. 1977, [En ligne], Disponible sur <https://theasc.com/articles/network-how-it-was-photographed>

« Sidney Lumet, un juste en colère - Jean-Baptiste Thoret - Vidéo Dailymotion », Dailymotion, [En ligne], Disponible sur <https://www.dailymotion.com/video/x2knp4h>

Sur la Guerre du Golfe :

A. Mercier, « Guerres et médias : permanences et mutations », *Raisons politiques*, vol. 13, n° 1, p. 97-109, 2004, doi: [10.3917/rai.013.0097](https://doi.org/10.3917/rai.013.0097).

A. Mercier, « Médias et violence durant la guerre du Golfe », *conflits*, n° 09-10, mai 1993, doi: [10.4000/conflits.296](https://doi.org/10.4000/conflits.296).

Entretien avec l'écrivain Alain Damasio :

« Comment vivre et lutter face au capitalisme de surveillance ? Avec Alain Damasio », *Blast*, 12 mai 2023, Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=zBIHx0BqpNU>

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figures :

1. *Little Miss Sunshine* - Jonathan Dayton et Valérie Faris, États-Unis, 2006, 1h40, 35mm, couleur
2.
 - a. *Olympia* - Leni Riefenstahl, Allemagne, 1938, 3h40, 35mm, noir et blanc
 - b. Film de Abraham Zapruder, États-Unis, 22 novembre 1963, 26s, Super 8, couleur
 - c. Allocution de Valéry Giscard d'Estaing, France, 19 mai 1981, format télévisuel, couleur
 - d. Même extrait de la bande dessinée *Gun Show*, n°648 « On fire », KC Green
 - e. « lol hey guys », vidéo de la page TikTok de Joe Biden (« Biden-Harris), 12 février 2024
3. Schéma personnel
4. à 9. *Network* - Sidney Lumet, États-Unis, 1976, 2h01, 35mm, couleur
10. Plan au sol personnel
11. à 22. *Network* - Sidney Lumet, États-Unis, 1976, 2h01, 35mm, couleur
23. *Illusions Modernes* (PPM) - Nayan Chowdhury, France, 2024, 16min, numérique, couleur
24. à 29. *Des Hommes d'Influence* - Barry Levinson, États-Unis, 1997, 1h35, 35mm, couleur
30. Plan au sol personnel
31. *Des Hommes d'Influence* - Barry Levinson, États-Unis, 1997, 1h35, 35mm, couleur
32. *Campbell's Soup Can* - Andy Warhol, New-York, 1962, Gallery Ferus
33. *Réveils* - Arman, France, 1960, Musée des Arts contemporains de Chicago
34. à 43. *Des Hommes d'Influence* - Barry Levinson, États-Unis, 1997, 1h35, 35mm, couleur
44. *Des Hommes d'Influence* - Barry Levinson, États-Unis, 1997, 1h35, 35mm, couleur
45. Photographie - Monica Lewinsky et le Président Clinton à la Maison-Blanche, novembre 1997 - Reuters
46. *Des Hommes d'Influence* - Barry Levinson, États-Unis, 1997, 1h35, 35mm, couleur
47. *Illusions Modernes* (PPM) - Nayan Chowdhury, France, 2024, 16min, numérique, couleur
48. Schéma personnel
49. et 50. *Don't Look Up* - Adam McKay, États-Unis, 2021, 2h22, 35mm, couleur
51. Édition de la matinale *Morning Joe*, États-Unis, format télévisuel, janvier 2024
52. Journal télévisé de 20h avec Laurent Delahousse, France 2, le 23 Septembre 2023, format télévisuel

53. à 57. *Don't Look Up* - Adam McKay, États-Unis, 2021, 2h22, 35mm, couleur

58. Tableaux de Ralph Steadman. De gauche à droite, haut en bas : *The Hook Up* ; *Hunter on Ducati* ; *Gonzo Leap* ; *Aargh*. Voir site : <https://www.steadmanclassics.com/collections/hunter-s-thompson>

59.a. *Don't Look Up* - Adam McKay, États-Unis, 2021, 2h22, 35mm, couleur. Photo de promotion.

59.b. *The Situation Room* - Photographie de Pete Souza, photographe officiel de la Maison-Blanche, États-Unis, 1er mai 2011, couleur.

60. à 67. *Don't Look Up* - Adam McKay, États-Unis, 2021, 2h22, 35mm, couleur

68. *Illusions Modernes* (PPM) - Nayan Chowdhury, France, 2024, 16min, numérique, couleur

69. *The Fabelmans* - Steven Spielberg, États-Unis, 2023, 2h31, 35mm, couleur

ENS Louis-Lumière

La Cité du Cinéma – 20, rue Ampère BP 12 – 93213 La Plaine Saint-Denis

Tel. 33 (0) 1 84 67 00 01 www.ens-louis-lumiere.fr

Partie Pratique de Mémoire de Master

Spécialité Cinéma, promotion 2024

Soutenance de juin 2024

Illusions Modernes

Nayan CHOWDHURY

Cette PPM fait partie du mémoire et elle est intitulée : « **Filmer les écrans médiatiques : quand le cinéma rencontre sa doublure** »

Directeur de mémoire : Jean-Marc FABRE (Chef-opérateur)

Directeur de mémoire extérieur : Dork ZABUNYAN (Enseignant-chercheur)

Présidente du jury et coordinatrice des mémoires : Giusy PISANO (Enseignante-chercheuse)

1) Synopsis - Film de fiction	132
2) Relation à la problématique de mémoire	132
3) Dimension dramaturgique :	135
4) Séquencier	136
5) Liste du matériel souhaité :	136
6) Plan de travail	138
7) Plan de travail pour la post-production	139
8) Liste technique et artistique des personnels	139
9) Étude technique et économique	140
10) Synthèse	141
11) CV	145

1) Synopsis - Film de fiction

Dans un futur proche, un débat politique animé par deux streamers met face à face Maud Villebeau, députée et secrétaire générale du Parti « Jeunesse Unie » et Victor Vaillant, député « France Réussite ». Le débat a lieu dans un mini-plateau agencé comme un salon convivial. Quatre écrans sont disposés autour des invités, affichant en direct l'évolution de leur cote de popularité, l'audimat de l'émission, les réactions des internautes, des interventions spéciales... Dans une salle annexe, trois modérateurs assistent à la retransmission du plateau et filtrent les commentaires. Les deux débutés s'affrontent autour d'un sujet brûlant, l'implication française dans la guerre en Kaïbie, pays fictif. L'émission prend une tournure décisive lorsqu'est montrée une vidéo compromettante de la candidate qui déclare publiquement qu'elle soutient les terroristes, vidéo que Maud déclare tout de suite comme étant fausse. Malgré cela, elle se met à dos toute la communauté et subit un lynchage médiatique effréné. De leur côté, les modérateurs tentent de rechercher la vraie la vidéo, avant de tomber sur une version qui leur semble juste et en cohérence avec son idéologie. Ils comptent rétablir la vérité, mais c'est alors que Maud les devance en montrant une troisième version de cette même vidéo, encore différente de ce qu'ils ont trouvé. Troisième version dont les propos semblent inverser sur le plateau les rapports de force entre Maud et Victor. Quelle est donc la vraie version ? Que croire parmi cette profusion d'images ?

2) Relation à la problématique de mémoire

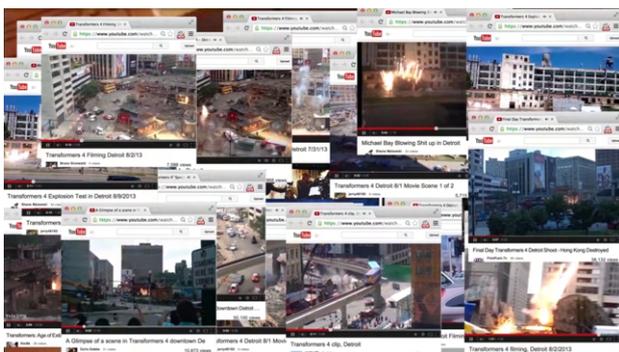
Aspirant réalisateur, j'ai voulu mettre mes questionnements sur les médias contemporains au service de la réalisation d'un court-métrage de fiction afin de concrétiser certaines envies de mise en scène et de gagner en expérience dans la confection d'un film de A à Z. Mon projet de PPM a pour but d'explorer les différentes manières de mettre en scène les écrans (de télévision, d'ordinateurs et de smartphone) principalement à travers le cadrage, le montage et la texture d'image, et de proposer de nouveaux dispositifs (que nous préciserons plus bas) permettant d'apprécier des effets de sens particuliers quant à la continuité entre le virtuel et le réel.

Dans cette PPM, je m'interroge sur la manière dont le cinéma peut mettre en scène et poser un regard critique sur les médias contemporains (spécifiquement la télévision et Internet). En analysant le montage, le cadrage et le propos politique des films comme *Network* (Sydney Lumet, 1976), *Des Hommes d'Influence* (Barry Levinson, 1997) ou *Don't Look Up* (Adam McKay, 2021), je cherche à montrer comment l'écran est utilisé par les cinéastes comme une pièce constitutive de l'architecture

de l'institution télévisuelle (*Network* et *Des Hommes d'Influence*) ou plus globalement de la société (*Don't Look Up*). Dans le cas de ma PPM, j'élabore un système qui fait intervenir les différentes sphères médiatiques que sont Youtube, les influenceurs et les réseaux sociaux, filmés via des écrans. Je souhaite aussi montrer comment le traitement médiatique d'un personnage peut affecter son identité et comment cela se transcrit par son image à travers un écran. Cela se fait en filmant de manière différente le personnage même et son *double virtuel*, qui n'existe que par le biais d'un écran.

Plusieurs types d'écrans jouent dans ma PPM : sur le plateau d'une émission Youtube, un écran (de type téléviseur) est disposé à côté des deux présentateurs. Aux côtés des deux invités politiques, un autre écran fait office de moniteur de retransmission. Dans un autre décor, celui des modérateurs, sont disposés un téléviseur et 3 ordinateurs portables. Une caméra diégétique (de type Broadcast) est utilisée à la fois pour être filmée parmi les coulisses de l'émission, mais aussi pour enregistrer l'image du débat que l'on affichera sur certains écrans.

Dans ma PPM, je souhaite poser une réflexion dans la manière de représenter Internet. Depuis les années 2010, comme évoqué dans la partie théorique, plusieurs films ont recours au dispositif du *screencast* qui consiste à faire une capture vidéo d'un écran d'ordinateur. L'image que l'on voit est alors l'interface numérique elle-même, et l'écran de cinéma sur lequel on voit le film se confond avec celui d'un ordinateur (plans ci-dessous).



Transformers: The Premake (Kevin B. Lee, 2014)



Unfriended - Levan Gabriadze (2015)

Ce procédé s'oppose à la représentation in situ de l'écran, c'est-à-dire en le filmant avec une caméra, comme objet intégré dans un espace.

Il est intéressant de faire cohabiter dans ma PPM ces deux types de représentation de l'écran aux enjeux dramatiques différents. Si la première permet d'immerger le spectateur dans la toile et de jouer sur un surplus d'informations, la deuxième implique forcément le point de vue d'un personnage et instaure un rapport entre l'écran et lui. Dans mon film, par exemple, le lynchage médiatique peut à la fois être montré en *screencast* pour le désancrer d'un espace physique et ainsi accentuer son omniprésence, mais aussi *in situ*, pour partager le point de vue de Maud, la protagoniste de ma PPM qui assiste impuissante à des attaques contre elle.

Aussi, pour filmer notre protagoniste, je jongle entre une image « de cinéma » proche d'elle et celle « télévisuelle » relayée par les médias. Cette dernière est tantôt montrée plein écran, de manière équivalente à l'image « de cinéma », tantôt *in situ*, c'est-à-dire à travers un écran. Les possibilités de mise en scène sont nombreuses en ce qui concerne la représentation *in situ* de ce fameux double virtuel de Maud. En effet, lorsque l'on filme un écran, on est confronté à différents artefacts ou défauts techniques :

- Le flicker : effet de scintillement lié à la fréquence électrique
- L'entrelacé : mode de balayage de l'image
- Le moiré : visible lorsque de hautes fréquences spatiales parviennent jusqu'au capteur.
- La différence de colorimétrie

Ces défauts mettent en évidence l'origine physique et technologique d'une image et participent à l'altération de la réalité qu'elle nous montre. Je souhaite dans ma mise en scène tirer parti de ces artefacts.

Dans *Network*, le personnage de Howard Beale, présentateur télé manipulé par la direction pour agrandir son audience, apparaît via un téléviseur cathodique. Nous voyons une ligne horizontale blanche qui est due à la différence de fréquence entre la télévision et l'obturateur de la caméra. Ainsi, son double virtuel naît et existe par ce défaut technique. Même si nos écrans actuels ne sont plus cathodiques, je souhaite aussi jouer sur ces différences de fréquences afin de provoquer délibérément du flicker ou du balayage et ainsi poser une réflexion sur la nature des images que l'on voit. Si le flicker est la manifestation de la fragmentation temporelle d'une image, il existe un autre artefact qui trahit sa fragmentation spatiale : le moiré. Cet effet est visible lorsque la caméra filme des objets à la résolution proche de celle du capteur, typiquement les pixels d'un écran.



Network (Sydney Lumet, 1976)

J'ai donc testé, avant le tournage, différents dosages de ces artefacts. J'ai également mis en pratique une idée qui consiste à réunir dans un même plan deux cadences de prise de vue différentes. Que se passe-t-il si une partie du plan est projetée à une certaine cadence et l'autre partie à une cadence moins élevée ? Imaginons par exemple un plan où l'on cadrerait à la fois le personnage de Maud et, à côté d'elle, son apparition en direct via un écran. Appliquons maintenant une cadence de 24im/s au personnage réel et une cadence de 12im/s à son double virtuel sur l'écran. Le personnage apparaît donc sous deux facettes dans le même plan, chacune avec une sensation de mouvement et de fluidité différente de l'autre.

La post-production sonore permet également de jouer sur les différences de texture et d'acoustique des sons qui sortent des écrans. À plusieurs moments dans le film, les images affichées sur les écrans sont filmées depuis plusieurs endroits différents : c'est le cas par exemple de la vidéo de déclaration de Maud, filmée dans un montage alterné qui multiplie les points de vue. Elle est alors montrée depuis le téléviseur du plateau, puis en plein écran, puis depuis l'ordinateur d'une modératrice. Ce changement de source de l'image implique un changement de qualité sonore qui à la fois ajoute du rythme au montage et rend compte d'une architecture des lieux en réseau.

3) Dimension dramaturgique :

La question des écrans présente des intérêts techniques, narratifs et de pure mise en scène. Je souhaite raconter l'histoire d'un personnage dont l'intégrité même est mise à mal par les sphères médiatiques et dont les intentions deviennent floues aux yeux des spectateurs. Jusqu'où peut-on compromettre ses propres valeurs pour être accepté par la communauté ? Au long du film, Maud passe progressivement du côté favori de l'opinion publique, et par la même occasion du côté des

écrans. Un glissement s'opère dans le film où d'une proximité avec la protagoniste, on passe à une distance imposée par l'écran, seul intermédiaire possible entre elle et nous.

4) Séquencier

Séq	Décor	Effet	Action
1 En montage alterné avec la séq.2	Plateau de l'émission YouTube	INT/JOUR	Les 2 YouTubers et les 2 invités débattent, assis, autour d'un sujet. Des vidéos sont montrées sur les écrans.
2 En montage alterné avec la séq.1	Bureau des modérateurs	INT/JOUR	3 modérateurs sont dans une salle de bureau. Ils regardent sur leur ordinateur la retransmission en direct de l'émission et cherchent la vraie version d'une vidéo.

- Décor « Plateau de l'émission YouTube » : Plateau cinéma, 17 rue de la Montjoie
- Décor « Bureau des modérateurs » : Salle de cours, à La Boîte

5) Liste du matériel souhaité :

Caméra :

- 1 Sony Venice
- 1 Série d'optiques Zeiss GO (sinon la série Zeiss Standard)
- 1 Sony Z280
- Un jeu de cartes SxS (2 cartes 32Go pour la Venice et 2 cartes 16Go pour la Z280)
- 2 moniteurs 24 pouces
- 1 bonnette (dioptrie +2 ou +3)
- 1 commande de point C-Pro (sinon un Follow-Focus manuel FF5)
- Tête, grandes branches, petites branches pour la Venice
- 1 trépied vidéo pour la Z280
- 1 Mattebox

Comme dit précédemment, nous avons tourné avec deux caméras, une de cinéma et une type Broadcast. Cette dernière sert à la fois de caméra de jeu et aussi à enregistrer les images du débat qui, une fois dérushées, sont affichées sur les écrans d'ordinateur dans le deuxième décor.

Nous souhaitons 2 moniteurs 24 pouces pour en avoir un diégétique et un pour le retour équipe. Le moniteur diégétique retransmet en direct l'image filmée par la Z280. En ce qui concerne les autres écrans diégétiques, nous avons emprunté un grand téléviseur de l'école pour y afficher des images depuis un ordinateur. Pour le reste des écrans, nous utilisons nos smartphones et ordinateurs.

Machinerie

- 4 m de rails
- Plateau de travelling
- Cross épaule
- Borniol 2x3m, 3x4m

Lumière

- 2 Skypanels S60
- 1 kit Titan ou Helios
- 2 SL1 Switch
- 1 console DMX + jeu de câbles
- 5x 150W
- 2 Fresnels 2kW
- 3 cadres de diffusion
- 1 toile 8x8
- Jeu de drapeaux

Les projecteurs LED nous ont permis de dynamiser l'émission en faisant des effets de changements d'intensité et de température de couleur, par exemple au moment de la reprise après la pause. Avec les 2 Skypanels nous pouvions aussi jouer sur des changements de couleur en RVB.

Son

- 2 perches (car 3 ou 4 personnages)
- 1 mix-pro

6) Plan de travail

Au préalable du tournage :

- Début février : validation du décor 2 après repérages (salle de cours au 12 rue de la Montjoie ou bien à La Boîte)
- Courant mars : tournage de 4 petites vidéos (micro-trottoir, appel en visio, reel, self-tape) avec mon matériel (boîtier, smartphone...). Ces vidéos apparaissent sur les écrans lors du vrai tournage.
- Stockage de quelques éléments de décor dans un coin, juste avant le tournage (dont les 2 téléviseurs de l'école)

Date et heures	Activité	Lieu
Les 30/03/24 et 02/04/24 8h-18h	- <u>Installation décor 1 (plateau de l'émission)</u> : déco puis lumière - Essais caméra	Plateau cinéma, 17 rue de la Montjoie, 93210 Saint-Denis
Du 03/04/24 au 05/04/24 8h-18h	<u>Tournage décor 1 (plateau de l'émission)</u> + 1 plan décor 1bis (WC) 4 comédiens : Julie Cléry, Flontin Masengo, Milo Taft, Julien Chaudet	Plateau cinéma + WC, 17 rue de la Montjoie, 93210 Saint-Denis
Le 06/04/2024 8h-18h	- Rangement du plateau - Dérushage des plans à la Z280	Plateau cinéma, 17 rue de la Montjoie, 93210 Saint-Denis
Le 08/04/2024 8h-18h	- Transport du matériel au décor 2 (bureau des modérateurs) - <u>Installation décor 2 (bureau des modérateurs)</u> : déco puis lumière	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris
Du 09/04/24 au 10/04/24 8h-18h	<u>Tournage décor 2 (bureau des modérateurs)</u> 3 comédiens : casting en cours	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris
Le 11/04/24 8h-18h	Rangement de la salle Retour des téléviseurs de l'école et du matériel	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris

7) Plan de travail pour la post-production

Date	Activité	Lieu
Le 11/04/24	Passage en salle VFX pour 1 inscrustation d'image sur fond vert (pour l'effet de double cadence évoqué)	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris
Du 15/04/24 au 27/04/24	Montage image + exports	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris
Du 08/05/24 au 25/06/24	En parallèle : - Montage son - Étalonnage	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris
Du 26/06/24 au 01/07/24	Mixage son	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris
Le 10/07/24	Mastering et exports	La Boîte 34 quai de la Loire, 75019 Paris

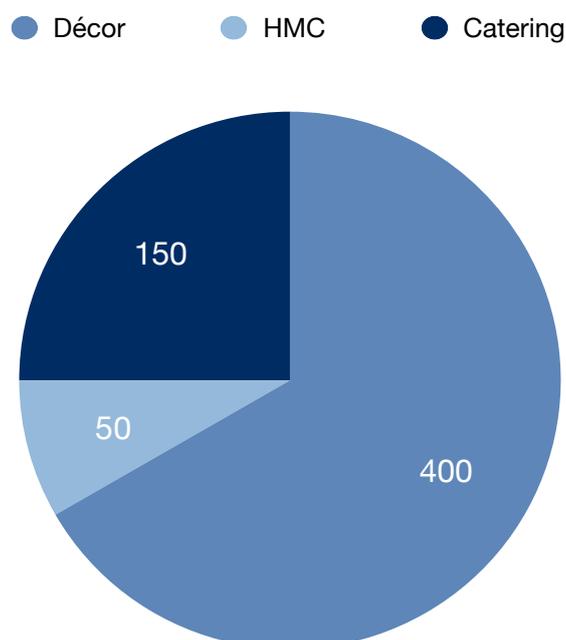
8) Liste technique et artistique des personnels

Poste	Nom
Maud Villebeau	Julie Cléry
Victor Vaillant	Julien Chaudet
Oldboy	Milo Taft
Benzie	Flontin Masengo
Lilly	Justine Demeaux
Enzo	Morgan Jallu
Louna	Alice Preyssas
1ère assistante-réalisatrice	Eve Arnaud
Cheffe-opératrice	Max Decamps
1er assistant caméra	Maximilien Ray-De-Poitevin
2nde assistante caméra/cadreuse B	Esther Bourcereau
Cheffe-électricienne	Ariane
Chef-machino	Victor Cazal
Ingénieur du son	Armand Dulieu

Poste	Nom
Perchman 1	Thibaud Lopez
Perchman 2	Jean-Baptiste Vialard
Scripte	Leya Bourgeois
Maquilleuse	Noémie Guennec
Costumière	Clarisse Veron
Régisseuse générale	Laurie Pieri
Chef-décorateur	Raphaël Guinamard
Motion-designer	Solen Mayot
Montage image	Manuella Jean
Montage son	Camille Boizyvon
Mixage son	Thibaud Lopez
Étalonnage	Raphaël Jaafari

9) Étude technique et économique

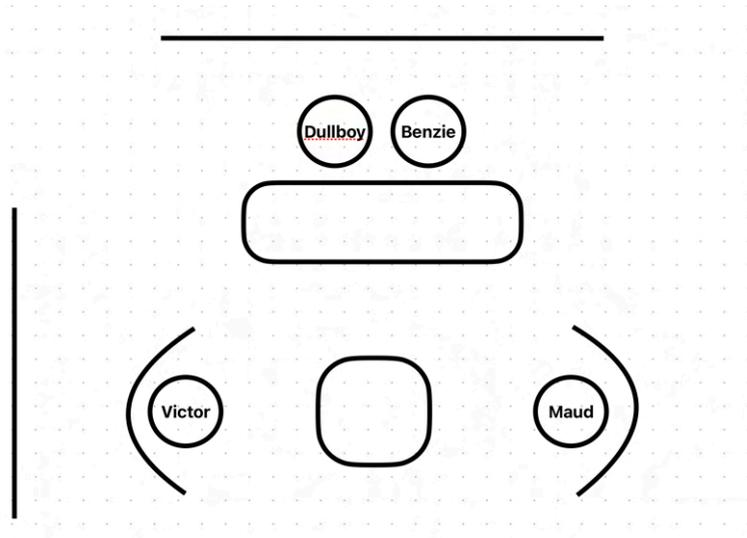
Les 600€ de budget alloué à la PPM sont consacrés en grande partie au décor : l'achat ou la location de mobiliers comme des fauteuils, des poufs, un bureau, une table basse... N'ayant pas de volonté particulière en matière de matériel audiovisuel, nous consacrons le reste du budget au HMC et à la régie.



10) Synthèse

Ce film m'a permis de proposer un aperçu, à travers le genre de l'anticipation, de ce à quoi pouvait ressembler le débat public aujourd'hui. De ce concept initial ont découlé plusieurs questions de représentation, en premier lieu celle de l'Internet devenu un vrai nouvel espace public. Une deuxième question fondamentale portait sur l'individu (en l'occurrence le personnage de Maud) et de son traitement médiatique. Ces problématiques nous ont servi de point de départ à l'appropriation des écrans comme objets de mise en scène, en nous inspirant des films de mon corpus et des analyses que j'en ai faites. J'ai déjà décrit certains plans-clés du film en fin de chaque partie du mémoire (partie théorique) en les rattachant aux analyses des films du corpus. Il s'agira ici plutôt de rendre compte des processus de tournage et de montage et des difficultés auxquelles mon équipe et moi avons fait face.

La production du film était exigeante : deux décors principaux dont un construit en studio, une dizaine de personnages, une variété d'images et d'outils de prise de vue, des dialogues conséquents. Il nous fallait donc un découpage précis qui puisse organiser la cohabitation de tous ces éléments. Un découpage que rendait complexe l'usage de deux caméras : celle du film, non-diégétique (la Venice) et celle de l'émission diégétique (la Z280). En effet, la Z280 ne filmait que depuis un seul angle, tandis que la Venice couvrait à peu près tous les champs possibles. Une rigueur s'imposait alors quant au respect de la règle des 180°, au vu des quatre personnages disposés dans la pièce :



Les plans a, b et c ci-dessus sont tournés avec la Z280 et les plans d, e et f avec la Venice. Du fait de la triangulation entre Maud, Victor et les streamers, il était parfois inévitable de franchir une des lignes de 180° . Par exemple, le plan b et le plan f sont difficilement raccordables car nous ne sommes pas du même côté de Maud. Nous avons tenté au montage d'éviter au maximum des sautes d'axe trop perturbantes, même si parfois nous y étions obligés faute de choix. L'important était de ne pas perdre le spectateur, qu'il se situe dans l'espace à l'aide d'un montage le plus cohérent possible avec les regards.

Assez tôt dans le projet, j'ai pris le parti de ne pas filmer d'écrans verts en vue d'y incruster l'image en post-production. Tous les écrans ont été filmés avec une image directement affichée. Ce choix nous permettait de jouer sur la texture de l'écran, de pouvoir distinguer à l'image les pixels, les reflets, et de cadrer les écrans de biais en jouant sur la perspective et le point de netteté. Ce dernier effet aurait été compliqué à reproduire sur une image incrustée, à notre niveau de

compétence. La principale charge de travail qu'impose alors ce choix dans la manière de filmer les écrans est que toutes les vidéos affichées ont dûes être tournées en amont du « vrai » tournage : le monologue du milliardaire Jack Mist, l'intervention de l'influenceuse Evelyn et la vidéo de déclaration de Maud. La comédienne ayant incarné Evelyn s'est filmée elle-même avec la caméra frontale de son portable verticalement. La vidéo a ensuite été montée selon deux approches dans le film : *in situ* (c'est-à-dire affichée sur un écran du plateau de l'émission) et en plein écran. Cette deuxième approche mêle le format vertical de la vidéo à celui horizontal du film, tension qui me semblait accompagner le mélange de régimes d'images que suggérait la mise en scène. Nous avons ainsi fixé le ratio du film à 1:1,85, le scope nous paraissant trop étroit pour y insérer une image verticale. Je trouve que le mélange de régimes d'image dans le film, entre téléphone, caméra broadcast, diaporamas et caméra de cinéma est intéressant et assez bien amené grâce au traitement différent du format, de la qualité d'image et de l'étalonnage. Pour ce qui est de la vidéo de déclaration de Maud, nous en avons tourné trois versions différentes, comme les trois versions que l'on entend dans le film. Mon regret quant à ce pré-tournage est d'abord que nous avons filmé Maud de dos, puis que nous n'avons pas suffisamment varié les prises pour proposer des versions vraiment différentes. Les seules vraies différences que perçoit le spectateur résident dans sa réplique, et il aurait été intéressant d'insérer des éléments visuels marquant la distinction des versions.

La difficulté principale lors du montage a été d'allier deux composantes essentielles à l'appréciation du film et pourtant antagonistes : la compréhension de l'intrigue et le rythme. En effet, la clarté des enjeux et la lisibilité des informations nécessitait souvent de prendre le temps, de laisser le spectateur digérer ce qu'il voyait et entendait. Il était facile, du fait de la profusion des dialogues superposée à une variété et une forte fréquence d'images, de noyer une information importante parmi d'autres et de perdre ainsi le spectateur. En même temps, dépeindre la frénésie d'Internet et le déploiement du réseau impliquait une accélération au montage, une alternance entre les décors et un entremêlement des régimes d'images. Au fil des visionnages-tests et des retours que l'on a récoltés, la monteuse et moi avons tenté de trouver un équilibre entre ces deux forces contraires, en privilégiant la bonne compréhension, peut-être en dépit de l'énergie potentielle du film.

Pour finir, filmer le défilement de commentaires est un exercice délicat, lorsque l'on veut dépeindre la sphère médiatique de manière juste et crédible. Il s'agit de mettre en exergue un commentaire en le filmant en gros plan, sur une durée assez longue, tout en captant son aspect

éruptif et éphémère avec le défilement du *chat*, qui fait sa caractéristique de flux permanent. Là encore, une tension réside dans la représentation des écrans médiatiques contemporains, entre l'instantanéité fulgurante de l'image et la limpidité de son message. Tension accentuée d'autre part par la stimulation concomitante de la vue et de l'ouïe : une information écrite et une information auditive différente peuvent advenir en même temps, ce qui soulève des enjeux cinématographiques importants quant à la hiérarchisation des images et des sons pour la réception du spectateur. Autant de questions à étudier par les cinéastes d'aujourd'hui dans les films à venir.

11) CV

NAYANE CHOWDHURY Né le 06/06/1999		112 rue de Picpus 75012 Paris +33 7 69 52 53 49 chow.nayan@hotmail.fr
Compétences Caméras maîtrisées Alexa Standard/Mini LF Red Gemini/Komodo Sony Venice Moviecam 35mm Logiciels Avid Media Composer Davinci Resolve Premiere Pro Photoshop Suite Microsoft Permis B Anglais courant	Formation <ul style="list-style-type: none"> • <u>2021-2024</u> : ENS Louis-Lumière Master Cinéma • <u>2020-2021</u> : M1 Cinéma Paris VIII • <u>2019-2020</u> : L3 Cinéma Paris VIII • <u>2017-2019</u> : CPGE Ciné-Sup section image • <u>2017</u> : Bac S mention Très Bien • Lycée Français de Pondichéry, INDE <hr/> Expériences audiovisuelles <ul style="list-style-type: none"> • <u>11 janvier - 26 mars 2021</u> : stage conventionné chez Puzzle Video - pôle technique • <u>25 juin - 27 juillet 2018</u> : stage conventionné assistant matériel, société de production TV Magneto Presse Tournages principaux : <ul style="list-style-type: none"> • Réalisateur - <i>La Chute du Silk</i> (15') - Film de fin d'école (<u>juin 2023</u>) • 1er assistant réalisateur - <i>Sanjiv</i> (30') - Radja Delacroix • 1er assistant caméra - <i>Ce que tu souhaitais entendre</i> (20') - Fayrouz Harmatallah (<u>avril 2021</u>) • Réalisateur - <i>La Boîte en fer-blanc</i> (37') (<u>juillet 2020</u>) • Chéf-opérateur - <i>Point de Contrôle</i> (12') - Jules Cottier, TFE Ciné-Sup (<u>mai 2019</u>) 	
	 nayanchowdhury99	 https://www.youtube.com/channel/UCJhkAIL_FOQ6mVO1z0gvVLg