



HAL
open science

Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de Tënk

Samuel Gantier

► **To cite this version:**

Samuel Gantier. Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de Tënk. *Tic&société*, 2022, Objets connectés: enjeux technologiques, enjeux de société, 15 (2-3), pp.297-323. 10.4000/ticetsociete.7009 . hal-03794500

HAL Id: hal-03794500

<https://uphf.hal.science/hal-03794500v1>

Submitted on 25 Sep 2024

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Tic & société

Vol. 15, N° 2-3 | 2ème semestre 2021 - 1er semestre 2022
Objets connectés: enjeux technologiques, enjeux de société

Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de Tënk

Mediation of Documentary Films and practices of Tënk's film-loving subscribers

Mediación del cine documental y prácticas de los suscriptores cinéfilos de la plataforma Tënk

Samuel GANTIER



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ticetsociete/7009>

DOI : 10.4000/ticetsociete.7009

ISSN : 1961-9510

Éditeur

Association ARTIC

Édition imprimée

Pagination : 297-323

Ce document vous est fourni par Université Polytechnique Hauts-de-France



Référence électronique

Samuel GANTIER, « Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de Tënk », *tic&société* [En ligne], Vol. 15, N° 2-3 | 2ème semestre 2021 - 1er semestre 2022, mis en ligne le 01 juillet 2022, consulté le 19 septembre 2024. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/7009> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.7009>



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

**Médiation du cinéma documentaire et
pratiques des abonnés cinéphiles de TënK**

Samuel GANTIER

samuel.gantier@uphf.fr

Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de Tënk

Biographie :

Samuel Gantier est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au laboratoire LaRSH-DeVisu de l'Université Polytechnique Hauts-de-France. Ses recherches portent sur le design d'expérience utilisateur dans le champ des industries culturelles et la médiation du cinéma documentaire.

Résumé : Cet article interroge les logiques de médiation du documentaire de création sur la plateforme de vidéo à la demande Tënk. L'originalité méthodologique de cette recherche-action est d'analyser les usages des abonnés à travers la conception d'un prototype interactif. Cet artefact est évalué en ayant recours à un protocole empirique qui analyse la réception d'un panel de dix utilisateurs cinéphiles de la plateforme. L'étude présente tout d'abord l'appropriation d'une proposition éditoriale qui combine les modèles sur abonnement (SVOD) et en visionnement à l'acte (VOD). Dans un deuxième temps, l'expérimentation met en avant les conditions nécessaires pour concevoir un système de recommandation sociale au sein d'une communauté d'abonnés qui partagent un goût commun pour le cinéma documentaire.

Mots-clés : plateforme de vidéo à la demande (VOD), documentaire de création, design centré sur l'utilisateur, recommandation sociale, médiation numérique, cinéphilie.

Mediation of Documentary Films and practices of Tënk's film-loving subscribers

Abstract: This article examines the logic of mediation of Documentary Films on the Video on Demand platform, Tënk. This action-research analyzes the practices of film-loving

subscribers through the design of an interactive prototype, an innovative method. The artefact is assessed using an observation-based protocol to analyze the point of view of a panel of ten users. The analysis shows the appropriation of an editorial line that hybridizes subscription (SVOD) and pay-per-view (VOD) economic models. It also highlights the conditions necessary for designing a social recommendation system within a community of subscribers who share a common preference for non-fiction films.

Keywords: video on Demand platform (VOD), Documentary Film, User-Centered Design, Social Recommendation, Digital Mediation, Cinephilia.

Mediación del cine documental y prácticas de los suscriptores cinéfilos de la plataforma Tënk

Resumen: Este artículo analiza la lógica de la mediación del cine documental de creación en la plataforma de vídeo bajo demanda Tënk. La originalidad metodológica de esta investigación-acción consiste en cuestionar los usos de los abonados al cine mediante la concepción de un prototipo interactivo. Este artefacto es evaluado mediante un protocolo empírico que analiza la recepción de un panel de diez usuarios de la plataforma. El estudio muestra, en primer lugar, la apropiación de una propuesta editorial que hibrida los modelos de suscripción (SVOD) y de pago por visión (VOD). En segundo lugar, el estudio destaca de manifiesto las condiciones necesarias que permiten diseñar un sistema de recomendación social dentro de una comunidad de suscriptores que comparten un gusto común por el documental creativo.

Palabras clave: plataforma de vídeo bajo demanda (VOD), cine documental, diseño centrado en el usuario, recomendación social, mediación digital, cinefilia.

*« Normalement sur Tënk, ce sont des gens sérieux,
ce n'est pas Tripadvisor! » (abonnée de Tënk)*

Introduction

Cet article présente les résultats d'une étude expérimentale réalisée dans le cadre du programme de recherche UXDoc¹. L'objectif de cette recherche-action est d'interroger les logiques de médiation et dynamiques d'appropriation de la plateforme de vidéo à la demande Tënk². Cette plateforme lancée en 2016 est spécialisée dans la diffusion et la coproduction de films documentaires d'auteurs. En 2021, la direction de Tënk revendique environ 20 000 abonnés qui se répartissent pour moitié en abonnements individuels et pour l'autre moitié en abonnements institutionnels (écoles d'arts et de cinéma, universités, lycées) (Gantier, 2020). Comme dans de nombreux secteurs des industries culturelles, le marché des plateformes de vidéo à la demande se structure sous la forme d'un oligopole à franges (Thuillas et Wiart, 2019). Pour se différencier des offres concurrentes³, Tënk revendique une approche auctoriale du cinéma documentaire en opposition aux programmes télévisés fortement standardisés (Lesauvier, 2019). L'ensemble des films, sélectionnés par une équipe de programmeurs, se caractérise par « la subjectivité d'un regard⁴ », c'est-à-dire par l'expression du point de vue singulier sur le monde qui s'incarne formellement dans un dispositif cinématographique. Les auteurs-réalisateurs de « documentaires de création⁵ » s'opposent ainsi à une démarche journalistique qui se limiterait à exploiter le langage audiovisuel sur un mode illustratif. Comme le prétend François

¹ Le programme UXDoc (Design d'expérience utilisateur et systèmes de recommandation de films documentaires) a été financé en 2019 dans le cadre de l'appel à projets émergents de la Meshs Hauts-de-France (Maison européenne des sciences de l'homme et de la société).

² <https://on-tenk.com/fr/> (consulté le 04/02/2022).

³ Pour un panorama des plateformes VOD, se reporter à l'analyse comparative du design d'expérience utilisateur de 16 plateformes sur les 65 référencées en 2018 (Gantier et Czeszynski, 2019).

⁴ Extrait de l'édito de Tënk. URL : <https://www.tenk.fr/p/notre-projet> (consulté le 04/02/2022).

⁵ Selon Sophie Barreau-Brouste (2011, p. 90-91), la genèse du label « documentaire de création » remonte à 1987. Cette appellation aux frontières poreuses est performative dans la mesure où elle vise à distinguer les programmes de flux (reportage, magazine, télé-réalité) des œuvres patrimoniales pour l'ensemble des acteurs de la filière. La plateforme Tënk utilise quant à elle le terme de « documentaire d'auteur » pour souligner la démarche auctoriale des films qui composent son répertoire.

Niney, « les différences, voire oppositions, entre documentaire et reportage se marquent à trois niveaux : la relation au langage audiovisuel, le mode de production [et] la notion même de sujet » (2009, p. 120). Dès lors, l'identité éditoriale de Tënk, basée sur la défense de la création documentaire patrimoniale et contemporaine, cible prioritairement un public cinéphile qui apprécie particulièrement le « cinéma du réel⁶ ».

Dans ce contexte, cette recherche propose de mieux appréhender l'expérience utilisateur de Tënk à travers les logiques d'appropriation de ses abonnés cinéphiles. L'objectif de cet article est double. Il s'agit premièrement de questionner la pertinence d'une nouvelle offre d'abonnement qui cherche à combiner les logiques commerciales des modèles sur abonnement (SVOD) et en visionnement à l'acte (VOD). Le principe de ce nouveau modèle d'affaires est d'articuler une offre hebdomadaire tournante de 50 films (prescrits par l'équipe éditoriale) avec un forfait de 30 films (que l'abonné peut choisir librement parmi un catalogue de 600 films). Le second objectif est de s'interroger sur la manière de concevoir un système de recommandation sociale qui favorise le partage des films au sein d'une communauté d'abonnés. Ce processus s'avère déterminant pour déléguer aux usagers de la plateforme une possibilité de prescrire des documentaires sans nécessairement souscrire à la recommandation éditoriale.

Cette étude s'appuie sur une approche interdisciplinaire en sciences de l'information et de la communication. Notre cadre théorique interroge les stratégies médiatiques des plateformes (Bullich et Schmitt, 2019 ; Taillibert, 2020 ; Croissant et Cambone, 2020 ; Thuillas et Wiart, 2020, 2019) ainsi que les logiques de prescriptions des acteurs des industries culturelles (Dupuy-Salle, 2014 ; Dessinges et Perticoz, 2019 ; Delaporte et Mazel, 2021 ; Chapelain et Ducas, 2018 ; Croissant, 2019 ; Debruyne et Pirolli, 2017 ; Paquienséguy, 2017 ; Farchy *et al.*, 2017). L'analyse mobilise également des travaux qui questionnent l'histoire des pratiques cinéphiles sur Internet (Jullier et Leveratto, 2010 ; Allard, 2000 ; Gimello-Mesplomb,

⁶ Le sens commun oppose le genre documentaire au cinéma de fiction supposé être du « vrai » cinéma. Cette définition amène à considérer le réel (appartenant nécessairement au champ documentaire) en opposition à l'imaginaire (intervenant uniquement dans la fiction). Or, nous rejoignons Gérard Leblanc sur le fait que « documentaire et fiction se rencontrent en un certain point, à définir et à redéfinir sans cesse (...) Ils interagissent et s'interpénètrent » (1997b, p. 152-153).

2015 ; Voets, 2020). L'axe de pertinence adopté se focalise sur une cinéphilie bien particulière : celle du documentaire de création. C'est pourquoi des travaux qui qualifient les spécificités communicationnelles du cinéma documentaire complètent cette revue de littérature (Leboutte, 2002 ; Lioult, 2019 ; Niney, 2009 ; Nichols, 2010 ; Odin, 2011).

La méthodologie proposée dans cet article consiste à problématiser la médiation du cinéma documentaire à travers la conception expérimentale d'un prototype qui simule des scénarios d'usage. Cet artefact est ensuite évalué avec un protocole empirique qui analyse la réception d'un panel de dix utilisateurs de la plateforme. L'enjeu est de remplacer le lien causal qui consiste à « comprendre pour faire » par une démarche qui tente de « faire pour comprendre ». Dit autrement, il s'agit de mieux appréhender la médiatisation d'un catalogue de films documentaires à travers un processus de conception *exploratoire* et *réflexif*. Cette démarche s'inscrit en filiation avec une recherche-projet en design (Findeli, 2015) et suit les préceptes proposés par le *design thinking* (Lallemand et Gronier, 2018 ; Zacklad, 2017 ; Gaudenzi et Gantier, 2018).

Une première partie de l'article présente le processus méthodologique adopté au cours de l'expérimentation. L'enjeu est de synthétiser les apports de connaissance sur les usages de la plateforme réalisés en amont de l'étude. Une deuxième partie analyse la réception de la nouvelle offre d'abonnement dans le but de mieux comprendre la manière dont cette proposition éditoriale rencontre les pratiques de visionnement des abonnés cinéphiles. Enfin, une troisième partie vise à définir le système de valeurs de cette communauté interprétative. Ceci dans l'optique d'éclaircir les manières de mener à bien une recommandation sociale qui puisse aider les abonnés dans leur choix de visionnement.

1. Enjeux d'une conception centrée sur les abonnés cinéphiles de Tënk

1.1. Hypothèses préalables au prototypage

L'expérimentation s'appuie dans un premier temps sur l'analyse de données qualitatives et quantitatives recueillies sur les abonnés de Tënk et ayant permis de construire des

personæ⁷. Cette analyse préliminaire a permis de dresser deux hypothèses principales qui ont ensuite orienté le prototypage.

La première hypothèse considère que la séparation dichotomique entre les modèles d'affaires SVOD et VOD est une aporie du point de vue de l'expérience utilisateur. Cette décomposition des usages ne semble pas donner pleinement satisfaction aux abonnés de Tënk. En effet, la plateforme propose une « programmation tournante glissée » (Taillibert, 2020, p. 179-181) d'environ 50 documentaires accessibles pendant 2 mois sur abonnement (SVOD) auxquels s'ajoute un catalogue de près de 600 films documentaires qu'il est possible de louer pendant 48 heures pour un tarif de 2 € (VOD). Ce système de monétisation du répertoire de Tënk est difficilement compréhensible par les utilisateurs, comme le déclare par exemple Catherine (persona n° 1) : « C'est très agaçant de devoir payer une location supplémentaire en plus de mon abonnement ! J'ai par exemple renoncé à regarder la sélection jazz, car je l'ai ratée lorsqu'elle était programmée. » Cette frustration est également partagée par Morgane (persona n° 4) : « J'ai découvert, hélas, qu'il fallait louer les films si ces derniers ne figuraient plus dans le catalogue en ligne. C'est bien dommage, car j'aurais souhaité voir certains d'entre eux, ce qui m'a démotivée à me réabonner ! » En résumé, les modèles d'affaires des plateformes pour cinéphiles tentent d'articuler une offre sur abonnement avec le visionnement à l'acte comme le synthétise le tableau ci-dessous.

⁷ Les *personæ* se définissent comme « des archétypes d'utilisateurs créés à partir de données réelles recueillies pendant la phase d'exploration. » (Lallemand et Gronier, 2016, p. 194). La méthodologie adoptée pour construire six persona de Tënk est détaillée dans une publication antérieure (Gantier, 2020).

Médiation du cinéma documentaire et pratiques
des abonnés cinéphiles de Tënk

Tableau 1.

Apports et limites des modèles SVOD et VOD de Tënk

Modèles d'affaires	Principes	Apports	Limites
SVOD	<ul style="list-style-type: none"> - Sélection tournante glissée (6 films entrants et sortants par semaine), soit 50 films accessibles pendant 2 mois. - Programmation événementielle (festival, thématique, rétrospective sur un cinéaste, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Stabilise le chiffre d'affaires de la plateforme. - Limite la prise de risque dans la constitution du catalogue. - Favorise la construction d'une communauté d'abonnés qui partagent la défense du cinéma documentaire d'auteur. - Rémunération identique des ayants droit quel que soit le nombre de vues. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logique éditoriale <i>top-down</i> calquée sur le modèle festivalier. - Forte prescription temporelle dans la programmation. - Frein de la chronologie des médias française qui limite l'exploitation de films récemment sortis en salle pour ce modèle de diffusion.
VOD	<ul style="list-style-type: none"> - Location pendant 48 h pour un montant de 2 € d'un documentaire parmi un catalogue de 600 titres⁸. - Négociation avec les ayants droit pour 2 années d'exploitation, ce qui permet un renouvellement du catalogue. 	<ul style="list-style-type: none"> - Profondeur du répertoire qui regroupe une grande variété de documentaires patrimoniaux ou contemporains. - Possibilité de mettre en relation les goûts des abonnés avec des thématiques ou démarches cinématographiques particulières. 	<ul style="list-style-type: none"> - Résistance à l'acte d'achat ancrée dans les habitudes de consommation du Web. - Nécessité d'équiper la médiation humaine par un dispositif de recommandation algorithmique pour trier le catalogue⁹.

⁸ Le volume du catalogue continue d'augmenter progressivement avec les acquisitions, passant à environ 1000 films en octobre 2021.

⁹ La conception d'une recommandation algorithmique basée sur les dispositifs de réalisation du cinéma documentaire est développée dans le cadre d'un autre programme de recherche intitulé AlgoDoc (cf. Gantier *et al.*, 2020; Givois *et al.*, 2021).

La seconde hypothèse de cette étude avance l'idée que les abonnés de Tënk sont quelque peu démunis pour choisir un film face à la surabondance de propositions. Comme l'argumente Valérie Croissant, « la thématique de l'hyperchoix caractérise désormais le rapport aux objets culturels, ce qui place au centre de toutes les préoccupations, notamment économiques, mais également sociales et politiques, la question de la médiation et des médiateurs. » (2019, p. 2-3). Dans ce contexte, plusieurs utilisateurs regrettent un manque d'accompagnement pour les aider dans leur sélection, comme le déclare par exemple Julien (persona n° 6) : « Je suis un peu perdu face à l'offre abondante. Je n'ai pas les références et ne sais pas toujours quoi regarder, du coup je zappe pas mal... » En d'autres termes, la médiation des œuvres proposée par l'équipe éditoriale ne semble pas suffisante dans un environnement attentionnel fortement dégradé par l'abondance des propositions culturelles sur Internet. Plus globalement, les abonnés cinéphiles semblent regretter une forte individuation dans leur consommation culturelle comme le déclare notamment Léonard (persona n° 2) : « Je me sens un peu seul pour partager cette passion. Serait-il possible d'échanger sur les films pour renforcer les liens avec les autres abonnés ? »

1.2. Construction d'un scénario d'usage

Afin de vérifier ces deux hypothèses, un prototype interactif est conçu pour matérialiser un scénario d'usage proposant deux nouvelles fonctionnalités pour les abonnés¹⁰.

Premièrement, la création d'un abonnement « cinéphile », en complément de l'abonnement « classique » déjà existant, propose un crédit de films à visionner à l'acte en plus des six films proposés par l'équipe éditoriale chaque semaine. Cette fonctionnalité doit permettre à l'abonné de choisir 30 documentaires de son choix dans le catalogue comme l'illustre la figure ci-dessous.

10 Une vidéo de démonstration du prototype est archivée comme donnée de recherche : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03406215>. Je remercie Quentin Van Oost et Clara Choquet, qui ont fabriqué ce prototype sur Adobe XD dans le cadre de leur stage de master 2 Design graphique et d'interaction au sein du laboratoire LaRSH-DeVisu.

Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de TënK



Figure 1. Page d'accueil du prototype

Deuxièmement, la simulation d'un système de prescription communautaire des films documentaires vise à tester la pertinence d'une recommandation des films des abonnés vers d'autres abonnés comme le présente la figure suivante.

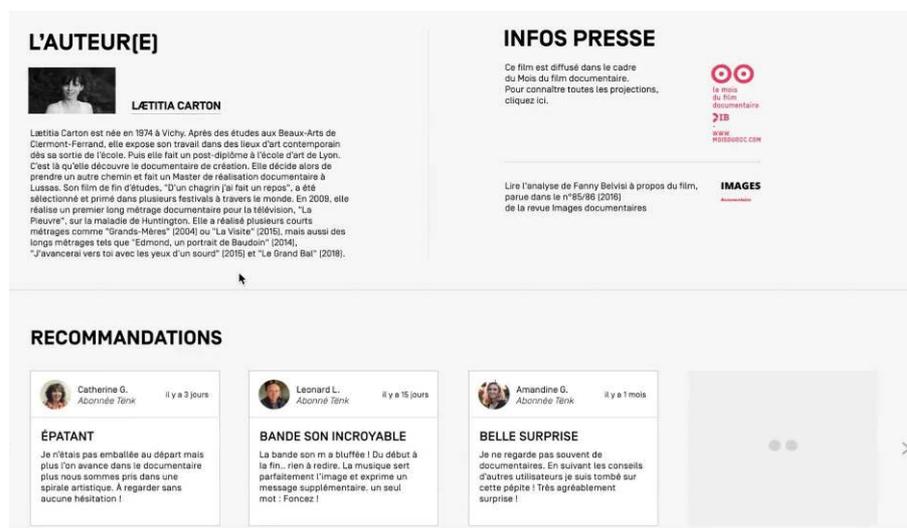


Figure 2. Recommandation sociale proposée par le prototype

L'espace de communication est pensé directement au sein de la plateforme (et non externalisé sur les réseaux socio-numériques) afin de favoriser des interactions entre les membres de cette communauté. Le postulat qui sous-tend cette fonctionnalité est qu'il semble tout aussi important de favoriser le partage social autour des œuvres (sur le modèle festivalier ou du ciné-club) que de focaliser sur le nombre de films visionnés par les abonnés. En effet, la circulation des avis, goûts ou controverses sur les documentaires doit permettre de contrebalancer leur faible exposition médiatique depuis le désengagement de la télévision pour ce type de programme au cours de ces vingt dernières années (Barreau-Brouste 2011; Kilborne 2011a, 2011b). En résumé, l'enjeu est de favoriser le sentiment d'appartenance à une communauté de goût et de défense du documentaire de création en continuité avec les expériences sociales partagées dans un réseau de festivals spécialisés.

1.3. Recueil et analyse des données

Le panel pour évaluer le prototype est composé de dix abonnés de Tënk (5 hommes et 5 femmes) comme le présente le tableau ci-dessous¹¹. Deux critères ont été établis pour recruter ces utilisateurs. D'une part, une localisation dans l'agglomération lilloise (104 abonnés), et d'autre part, une pratique de visionnement effective sur Tënk (entre 5 et 96 films vus selon la durée d'abonnement).

¹¹ Le test a été effectué à la Meshs Hauts-de-France en février 2020 avec un panel de douze abonnés. Les abonnés A2 et A10 ont été neutralisés lors de l'analyse, car ils bénéficiaient d'un abonnement collectif sans pratique effective de la plateforme. Par commodité, les abonnés seront dénommés par leur numéro de A1 à A12 dans la suite de l'article.

Médiation du cinéma documentaire et pratiques
des abonnés cinéphiles de Tënk

Tableau 2. Description du panel d'abonnés

Abonné	Âge	Profession	Durée d'abonnement	Nombre de films vus
A1	42	Documentaliste en collège / réalisateur	1 an	9
A3	31	Enseignant-chercheur en cinéma	2 ans	30
A4	28	Étudiante / réalisatrice	3 ans (partagé)	27
A5	44	Rédactrice / auteure-scénariste	1 an (partagé)	5
A6	42	Enseignant en primaire / réalisateur	3 ans	91
A7	33	Ébéniste	1 an (partagé)	29
A8	41	Technicien vidéo	2 ans	31
A9	70	Retraité du ministère de la Jeunesse et des Sports	6 mois	7
A11	70	Retraîtée de l'éducation nationale	3 ans	33
A12	41	Dirigeant d'un cabinet de ressources humaines	1 an	5

Ce panel présente l'avantage d'être relativement homogène : cinq abonnés sur dix ont une pratique avérée de la réalisation documentaire (comme activité principale ou secondaire) et ont déjà fréquenté le festival des États généraux du film documentaire (Lussas). Il s'agit d'un public d'initiés, doté d'un savoir de praticiens ou d'amateurs, qui sont acculturés à la variété des démarches cinématographiques composant le champ du cinéma documentaire. Comme le démontre Yann Kilborne dans une étude ethno-méthodologique sur les auteurs-réalisateurs de documentaires de création (2011a, 2011b), ces acteurs sociaux ont la particularité d'être dotés d'une grande réflexivité sur leur pratique de l'image et d'un regard critique sur les médias en général.

La méthodologie expérimentale adoptée expose l'ensemble du panel à un scénario d'usage suivi d'un entretien d'environ

trente minutes. L'abonné est invité à verbaliser le déroulement de sa pensée et de son ressenti au cours de la manipulation du prototype. Il s'agit d'une parole « en acte », c'est-à-dire intriquée dans l'interaction avec l'interface. Ce protocole permet de recueillir trois types de données complémentaires : 1) les interactions avec l'interface (déplacements du pointeur à l'écran) ; 2) la verbalisation de l'expérience de navigation ; 3) les expressions faciales (attestant d'une communication non verbale de l'utilisateur). L'analyse qualitative des douze heures de captation audiovisuelle a été réalisée selon un processus de théorisation ancrée qui vise à codifier les données de manière systématique et inductive (Paillé et Mucchielli, 2012). Dans un deuxième temps, une relecture conceptualisante a été opérée afin d'inférer les données avec la revue de littérature citée précédemment. La richesse de ce matériel vise à restituer les dynamiques discursives, sociotechniques et cognitivo-émotionnelles impliquées lors de l'expérience utilisateur de la plateforme.

2. Réception du prototype

2.1. Une double temporalité complexe à appréhender

Comme l'illustre la figure 1, la mise en forme graphique des deux offres d'abonnement reprend les codes marketing d'un service à options. Bien que cette nouvelle offre propose une capacité d'agir plus grande à l'abonné en lui permettant d'accéder à l'ensemble du catalogue (sans dépendre de la programmation tournante proposée par la plateforme), sa compréhension ne va pas de soi.

Tout d'abord, la sémiotisation de l'interface conduit l'abonné à focaliser son attention sur le ratio coût/bénéfice. Le montant du service est ainsi ramené au nombre de documentaires visionnés mensuellement sur Tènk. Cette concentration de l'utilisateur sur la « rentabilité » de l'offre explique en partie pourquoi 70 % du panel a eu besoin d'un délai important pour juger de l'intérêt de l'abonnement cinéphile. L'abonné n° 5 va jusqu'à confondre les deux modèles proposés : « Je ne comprends pas très bien la différence entre les deux offres. À combien de films est-on limité ? ». Quant à l'abonné n° 1, le terme de « location à l'unité » l'amène à penser qu'il doit louer des films et va donc devoir payer une nouvelle fois en sus de son abonnement. Suivant ce

Médiation du cinéma documentaire et pratiques des abonnés cinéphiles de Tënk

raisonnement, celui-là aurait « tendance à évacuer, tout de suite, l'abonnement le plus cher. » L'abonné n° 8 renchérit sur la surabondance de l'offre déjà présente sur la plateforme : « Dans les films qui se renouvellent, j'en ai tout le temps au moins une dizaine que j'ai envie de regarder, donc je me dis que l'abonnement à 60 € me suffit. » Ce constat rejoint le besoin pour Tënk de mieux valoriser son catalogue dont les abonnés ignorent le volume et la richesse comme le résume l'abonné n° 6 : « Avec ce nouvel abonnement, c'est l'accès en permanence à un choix de films que je trouve bien. Après il faudrait que je comprenne mieux dans le catalogue ce qui est référencé. »

Dans un deuxième temps, l'utilisation d'un crédit pour visionner un film du catalogue permet aux utilisateurs de mieux s'approprier la proposition comme l'illustre la figure ci-dessous.

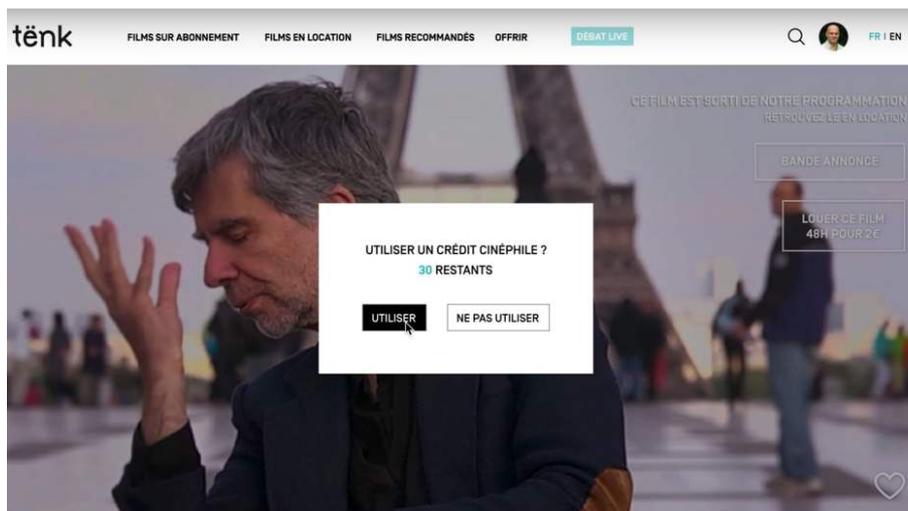


Figure 3. Système de crédits proposés dans l'offre cinéphile

L'abonné n° 3 explique que, dans le cadre de son activité professionnelle, il aurait été intéressé à plusieurs reprises par cette option : « Dans le cadre de mes cours, je voulais montrer à mes étudiants certains films qui ne faisaient plus partie de la programmation, mais qui étaient néanmoins dans le catalogue. » Toutefois, la double temporalité médiatique SVOD et VOD semble représenter un obstacle important comme le démontre l'incompréhension de l'abonné n° 11 : « Pour les 30 films au

choix dans l'offre cinéophile, y a-t-il une limitation dans le temps ? »

En résumé, ce nouveau modèle d'affaires articule les spécificités d'une programmation de type « tournante glissée » (6 nouveaux films chaque semaine) disponible pendant deux mois avec une durée limitée à 48 heures pour les films en visionnement avec un crédit. Cette question de la temporalité de la programmation n'est pas triviale, mais souligne le besoin d'un rendez-vous stabilisé qui établisse un rituel socialement partagé par les abonnés. C'est ce que met en avant l'abonné n° 6 lorsqu'il résume ses routines d'usage de la plateforme et se trompe sur la date hebdomadaire de mise en ligne des films chaque vendredi soir :

Je vais vous dire comment je décide de voir un film : je vais régulièrement sur Tënk, une à deux fois par semaine, pour éplucher le catalogue. Je ne sais même plus quand les films arrivent. Je devrais le savoir, ce n'est pas les mercredis ? Comme pour les nouveautés au cinéma¹² ? (A6)

Ainsi, la logique médiatique promue par les industries culturelles à travers le slogan ATAWAD¹³ se confronte de manière pragmatique aux agendas et scénarios de vie quotidienne des usagers. Ceux-ci réclament des points de repère afin d'établir des plages spatio-temporelles où ils auraient une disponibilité cognitive et émotionnelle (humeur) propice à cette pratique cinéophile :

J'ai compris assez rapidement qu'en cliquant sur l'icône cœur, ça l'ajoute à ma filmothèque. Cela me rappelle Netflix avec l'idée d'avoir ses propres films à voir plus tard. Mais, je me fais toujours avoir par la nouveauté et, finalement, je regarde autre chose : les films dont on parle par ailleurs et qu'il faut avoir vus. Du coup les films que je me suis mis de côté, je ne les regarde jamais ! (A1)

2.2. Sémiotisation des modèles SVOD et VOD

Du point de vue techno-sémiotique, la compréhension d'une formule d'abonnement hybride se cristallise sur le design graphique des labels représentant un œil (utilisé pour distinguer

¹² Le renouvellement de l'offre hebdomadaire a lieu en réalité tous les vendredis après-midi avec l'envoi d'une infolettre.

¹³ *Any Time Any Where Any Device*. Sur ce plan technique, Tënk accuse un retard certain sur d'autres acteurs, car la plateforme ne propose pas, à ce jour, de visionnement en mode non connecté.

les films accessibles en SVOD) et de l'icône d'une pièce de 2 € (désignant les films disponibles en location) comme l'illustre la figure ci-dessous.



Figure 4. Labels de l'œil et de la pièce de 2 €

Ce choix graphique pose deux problèmes majeurs pour l'utilisabilité de l'interface. Premièrement, l'affichage identique pour les deux formules d'abonnement crée une confusion dans l'esprit des utilisateurs. En effet, le crédit de film n'est accessible qu'une fois un film en VOD identifié. L'abonnée n° 8 signale ici son incompréhension dans l'utilisation de ces deux labels : « Je trouve ça bizarre, le fait que si les films ne sont pas en location pour moi, ils apparaissent quand même avec la pièce de 2 € ». Point sur lequel le rejoint l'abonnée n° 11 : « Lorsqu'il y a des prix qui sont indiqués, c'est contraire à la règle d'abonnement. Normalement, c'est compris dans les 30 films au choix dans le catalogue. Donc, ces films-là devraient être offerts à titre gracieux. » Deuxièmement, sur le plan symbolique, certains utilisateurs soulignent que la pièce de 2 € connote fortement l'idée du commerce électronique. Ceci semble en contradiction avec la dimension artisanale défendue par la plateforme en marge de la standardisation des industries de programme, comme le déclare par exemple l'abonné n° 3 : « Je ne suis pas très fan de l'icône 2 €. Ça fait un peu trop marchandise... Ce que les films sont aussi un peu, mais il y a quelque chose de discount. En tout cas, c'est la première impression que cela m'a donnée ».

3. Construction d'une communauté interprétative

3.1. Un goût particulier pour le documentaire de création

L'analyse approfondie des entretiens atteste de la manière dont Tënk participe à la construction d'un goût cinématographique particulier. Il s'agit d'un double processus au sens où l'entend Gimello-Mesplomb :

C'est à la fois un apprentissage endogène (jugement interne), conduisant le sujet à faire l'expérience esthétique de son propre goût (une « carrière »), et un apprentissage intellectuel menant vers la consolidation d'une connaissance socialement distribuée sur le film (jugement externe), permettant au spectateur d'interagir avec autrui, comme il en est de tout processus de socialisation fondé sur un savoir (Gimello-Mesplomb, 2015).

Dès lors, la passion de l'amateur de films documentaires s'appuie sur un ensemble de savoirs qui s'expriment à travers des signes d'attachement à une communauté de spectateurs. Les abonnés de Tënk naviguent ainsi au sein d'un continuum de repères implicites : histoire des formes documentaires ; programmations thématiques faisant date dans l'histoire des festivals ; événements saisonniers comme le Mois du film documentaire ou les Étoiles de la Scam ; rétrospective sur un auteur rare ou doté d'une notoriété d'estime... Ces références, distillées par une instance d'énonciation plurielle, prennent sens uniquement pour un petit cercle de spectateurs initiés, repoussant *de facto* les spectateurs néophytes à la marge de cette communauté interprétative.

Il y a un truc sur Tënk qui est un peu chiant. C'est que le résumé ne donne pas les informations sur le style de film. Là, je peux parler au nom de ma mère et d'autres personnes qui ont été déçues parce qu'ils [sic] trouvaient ça trop perché. (...) Alors qu'il y a des films documentaires moins complexes. J'ai dans la tête le documentaire sur une jeune qui fait de l'agriculture avec ses plantes pour faire des tisanes bio¹⁴. Ce film est assez léger et ne demande pas une grande disponibilité d'esprit. J'aimerais bien ce genre de critère-là pour filtrer le catalogue. (...) Quand on rentre fatigué le soir, ce n'est peut-être pas Tënk qu'il faut regarder pour être tranquille ! Après, attention : je prône le cinéma documentaire (rire) ! (A4)

¹⁴ L'abonnée fait référence ici au documentaire *Anaïs s'en va en guerre* (Marion Gervais, 2014), diffusé dans le parcours découverte et accessible pendant plusieurs mois sur Tënk.

L'hypothèse centrale avancée par cet article est que les amateurs de documentaire de création cultivent une cinéphilie particulière dotée de ses propres codes et d'une histoire esthétique qui lui est propre¹⁵. Cette culture des images vise à un travail d'exégèse cinématographique qui interroge la *praxis* des cinéastes en dépliant les dispositifs cinématographiques qu'ils mettent en œuvre pour filmer le réel. Ainsi, comme le déclare le cinéaste Jean Breschand, « questionner le cinéma à partir de son approche documentaire amène à s'interroger sur le statut du réel face à la caméra, ou encore du rapport du film à la réalité » (2002, p. 3).

Lorsqu'on va vers ce type de films, on cherche autre chose que les débats classiques du type : c'est un bon ou un mauvais film. On cherche quelque chose qui questionne le cinéma, qui interroge la relation entre la personne qui filme et la personne filmée, les choix de réalisation, la forme qui, j'espère, ne se normalise pas. (...) Cela doit être discuté, permettre la rencontre avec d'autres personnes. Du coup, c'est le principe du ciné-club [désigne un espace clos avec ses mains]. (A1)

Cette posture interprétative conduit à une exigence artistique qui ne se contente pas de filmer le monde, mais qui pose comme ambition esthétique de révéler ou encore dévoiler des « scénarios du réel » (Leblanc, 1997a). En d'autres termes, l'ambition de cette pratique artistique n'est pas d'illustrer un réel qui va de soi, mais vise davantage à l'interpréter, à le déconstruire pour situer le spectateur face à la complexité des interactions sociales ou des phénomènes observés. Patrick Leboutte (2002) résume cette lecture herméneutique des œuvres à travers une approche politico-esthétique qui pose le spectateur au cœur de la démarche interprétative. Celui-là souligne l'exigence d'une éducation du regard du spectateur contemporain à travers la défense d'une sélection de « films qui nous regardent¹⁶ ». Argument qu'il conceptualise notamment dans des formations auprès des bibliothécaires travaillant,

¹⁵ Cette histoire argumentative dans la défense artistique du documentaire s'est forgée au cours des années 1990, comme en attestent de nombreuses publications sur la *praxis* de la réalisation coéditées par l'Addoc (Association des cinéastes documentaristes) : <https://addoc.net/memoire-daddoc/nos-publications/> (consulté le 15/02/2021).

¹⁶ Appellation qui a donné lieu au nom de la sélection annuelle des documentaires francophones contemporains lors des États généraux du film documentaire dans les années 2000.

depuis de nombreuses années, sur la médiation du documentaire de création en médiathèque¹⁷ :

Le cinéma commence lorsque quelqu'un, un cinéaste, enregistre du « déjà là », (...) lâche la maîtrise et essaye, à partir de son sujet, de le mettre à l'épreuve du monde pour voir ce que ça va faire. (...) On sent que c'est du cinéma lorsque le cinéaste fait que moi, spectateur, je reçois quelque chose qui va me permettre de mieux me connaître. (Leboutte, 2001, p. 11).

L'épaisseur interprétative des discours d'escorte qui accompagnent le documentaire de création ne doit pas conduire pour autant à réifier l'abonné cinéophile de Tënk à ce segment de sa consommation culturelle. Cette pratique cinéophile s'apparente plutôt à une tension avec d'autres pratiques culturelles qui cohabitent de manière complémentaire ou conflictuelle en fonction des contextes spatiotemporels propices pour visionner ce type de biens symboliques. Ainsi, il est fréquent que ces pratiques spectatorielles s'inscrivent en décalage avec les pratiques de l'entourage familial, amical ou professionnel comme le résume l'abonné dans l'extrait ci-dessous.

Je me suis abonné à Tënk par soutien un an, parce que je trouvais la démarche importante. Mais en fait, je l'utilisais très peu. (...) Avant, j'organisais des séances dans un cinéma associatif à Lille. Pour moi, le cinéma documentaire est plutôt associé à la salle, à l'échange avec un public. Une fois que je suis sorti pour aller voir un film, je peux me consacrer à cette écoute-là, à cette sensibilité-là. Sur Tënk, cela reste dans le cercle familial [fait un geste de cercle clos qui se referme sur lui-même à plusieurs reprises avec ses mains]. Sur un ordinateur, c'est beaucoup plus compliqué et ce n'est pas tant lié à l'interface. Du coup, je vais plutôt aller vers des films plus populaires qui vont plaire aux gens qui sont chez moi, qui permettent des moments de partage en famille. La démarche d'aller vers ce cinéma-là, même pour moi qui ai réalisé des documentaires, ça reste compliqué. Il y a toujours un truc à réinvestir. C'est un effort d'y aller, mais une fois que j'y suis, c'est génial ! (A1)

Les témoignages des abonnés du panel convergent pour dépeindre le portrait d'un spectateur exigeant, mais expérimentant des consommations culturelles variées. Si nous optons pour un cadrage plus large, l'activité spectatorielle des

¹⁷ Professionnels regroupés au sein de l'association Images en bibliothèques qui organise notamment le mois du film documentaire.

abonnés n'est, bien entendu, pas exclusive. Elle s'inscrit dans une pratique culturelle multiple, hétérogène, voire dissonante, qui varie en fonction du contexte, de la sociabilité et de l'humeur de chaque individu (Lahire, 2006). Nous rejoignons sur ce point Gérard Leblanc qui met en avant la vision réductionniste et unidimensionnelle des industries de programmes qui construisent un public monolithique répondant à leur intérêt propre. Pour ce chercheur, la figure figée du téléspectateur « n'existe pas, au sens où chaque téléspectateur en contient plusieurs qui coexistent en lui, pacifiquement ou conflictuellement » (1997a, p. 26).

3.2. Contrat de confiance et recommandation sociale

Il va de soi que toute recommandation sociale s'appuie sur un contrat de confiance tacite entre une instance prescriptrice et un destinataire de la prescription. Ce pacte implicite constitue un socle garant d'un engagement des deux parties dans le processus de médiation. Celui-ci s'incarne dans la reconnaissance d'une expertise sur les goûts des autres comme le rappellent spontanément les abonnés de la plateforme :

Je suis assez peu sensible aux commentaires d'une manière générale, parce qu'ils sont trop subjectifs. Mais s'il s'agit d'un commentaire d'un ami proche, là effectivement, je sais s'il y a des films qui peuvent me plaire ou pas. Dans ce cas, le commentaire pourrait m'intéresser, car j'ai plus confiance en ses goûts. Nous avons une sensibilité commune, je pense à deux ou trois amis où [sic] ça pourrait m'intéresser (A12).

L'expression d'une recommandation culturelle relève ainsi du désir de transmettre une culture qui relève à la fois d'une communauté interprétative et de l'expression d'un goût singulier. Il s'agit selon Valérie Croissant (2019) de petits discours culturels qui relèvent de logiques d'écriture prescriptives. Comme toute opération de jugement, cette action vise à rendre visible une œuvre plutôt qu'une autre à travers une sélection participant à la notoriété d'un cinéaste et à une logique de distinction culturelle comme l'explique l'abonné n° 6 :

Sur Tënk, c'est une communauté où les gens savent de quoi ils parlent. Contrairement à Allociné où je ne regarde jamais les commentaires des spectateurs. Peut-être que, sur Tënk, je le ferais, parce que je me sens potentiellement plus proche des spectateurs. Il n'y a pas beaucoup de monde qui regarde le documentaire d'auteur, donc c'est une petite communauté, et

on peut s'attendre à ce que les recommandations soient argumentées (A6).

De manière paradoxale, à l'heure du déploiement massif des réseaux socio-numériques, la pratique de la plateforme est fortement individualisée pour les abonnés faute de dispositif socio-technique propice à générer un lien fort entre les membres de cette communauté. Or, la cinéphilie s'est construite historiquement autour d'un acte de médiation visant à accompagner collectivement le film d'une exégèse (Gimello-Mesplomb, 2015). Cette solitude de l'abonné de Tënk revient de manière récurrente dans les entretiens comme le résume l'abonné n° 3 :

C'est vrai que c'est bien qu'on ait ces recommandations, parce que des fois on se sent un peu seul ! (rire) On se dit qu'il y a des gens qui ont vu le même film que moi. Le sentiment que l'on est avec d'autres à regarder, un peu, la même programmation, que cela circule d'une certaine manière (A3).

La majorité du panel ressent le besoin d'une recommandation qui s'adresse directement à leur réseau de connaissances, comme l'indique notamment l'abonné n° 12 : « Si je recommande un film, je le ferai spontanément de manière individuelle, mais je n'irai pas mettre une recommandation sur un réseau social ». La publication des recommandations de manière indifférenciée à l'ensemble de la communauté de Tënk ne semble pas pertinente pour deux raisons. Tout d'abord, elle créerait du bruit dans la communication, car si l'interlocuteur n'est pas connu, elle n'aurait aucun crédit pour le destinataire. D'autre part, elle susciterait un volume trop important de publications difficiles à filtrer et qui pourrait conduire à une surcharge informationnelle. C'est pourquoi il semblerait préférable d'opter pour une aide à la décision constituée d'une petite quantité de recommandations qualitatives et adressées de manière personnalisée à un réseau d'abonnés cinéphiles se cooptant, de proche en proche, par affinité sélective.

Conclusion

L'évaluation d'un prototype expérimental a permis d'interroger de manière heuristique les pratiques des abonnés cinéphiles de la plateforme Tënk. Deux constats peuvent être tirés de cette expérimentation.

Premièrement, la matérialisation d'un modèle d'abonnement hybride donne la possibilité à l'utilisateur de choisir 30 films de son choix parmi 600 titres (en complément des 6 films proposés de manière hebdomadaire par l'équipe éditoriale). S'il est vrai que ce nouveau modèle médiatique accorde une possibilité d'action plus grande à l'abonné, force est de constater qu'il nécessite également un temps d'acculturation important pour les usagers de la plateforme. En effet, cette proposition éditoriale ne s'appuie pas sur une norme d'usage stabilisée actuellement dans la consommation de biens symboliques sur Internet. À ce stade, l'enchâssement de deux temporalités différentes pour visionner les films sur abonnement ou à l'acte complexifie donc les modalités de rencontre avec les films.

Deuxièmement, un système de recommandation sociale doit respecter deux conditions préalables afin de pouvoir aider les abonnés dans leur choix de visionnement. Il s'agit, tout d'abord, d'instaurer un contrat de confiance entre recommandeur et recommandé, socle garant de la qualité de la recommandation. Il importe ensuite de déployer cette prescription communautaire (des abonnés vers les abonnés) dans un espace de communication privé afin de ne pas surcharger l'interface de la plateforme par une surabondance de propositions.

En outre, au-delà des questions d'utilisabilité sur le design d'interface de Tënk, l'analyse des pratiques des abonnés cinéphiles fait ressortir différentes dimensions à l'œuvre dans le processus de médiation du documentaire de création. Ainsi, la médiatisation du cinéma documentaire au sein de Tënk légitimise artistiquement son répertoire de films. Le travail de programmation éditoriale participe dès lors au projet politique d'*émanciper* le regard du spectateur à travers des œuvres qui mettent en crise les modes dominants de représentations du réel. Comme le détaille la troisième partie de l'article, les discours d'escorte sur les films inscrivent la plateforme dans la continuité de nombreuses initiatives, menées depuis une vingtaine d'années par des cinéastes-documentaristes, pour défendre les spécificités de leurs pratiques cinématographiques. Il en ressort que la culture cinéphilique, relayée par Tënk, participe à structurer une communauté de spectateurs qui partagent des goûts et des jugements communs sur le cinéma documentaire. Le postulat sous-jacent qui anime cette communauté interprétative est que les œuvres documentaires

doivent nécessairement *interroger le réel* pour révéler au spectateur des phénomènes *invisibles* autrement à notre entendement. Comme le relate Laurence Allard, cette « communauté d'interprétation [participe à créer] un lien social esthétique » (2000). Suivant ce raisonnement, l'enjeu central de la médiation du documentaire de création consiste dès lors à repenser les modalités sociale et esthétique de mise en relation entre les œuvres et leur public. Or, paradoxalement, à l'heure où les réseaux socio-numériques sont omniprésents dans notre société, force est de constater que les abonnés cinéphiles de Tènk restent, à ce jour, fortement individualisés et marginalisés dans leur consommation cinématographique.

Références

- Allard, L. (2000). Cinéphiles, à vos claviers ! Réception, public et cinéma. *Réseaux*, 99, 131-168. doi : 10.3406/reso.2000.2198.
- Barreau-Brouste, S. (2011). *Arte et le documentaire : de nouveaux enjeux pour la création*. Lormont/Bry-sur-Marne, France : Bord de l'eau/INA.
- Breschand, J. (2002). *Le Documentaire : l'autre face du cinéma*. Paris, France : Cahiers du Cinéma/Scérén-CNDP.
- Bullich, V. et Schmitt, L. (2019). Les industries culturelles à la conquête des plateformes ?, *tic&société*, 13(1), 1-12. doi : 10.4000/ticetsociete.3032.
- Chapelain, B. et Ducas, S. (dirs.) (2018). *Prescription culturelle. Avatars et médiamorphoses*. Villeurbanne, France : Presses de l'Enssib.
- Croissant, V. (dir.) (2019). *L'Avis des autres. Prescription et recommandation culturelles à l'ère numérique*. Paris, France : Éditions des archives contemporaines.
- Croissant, V. et Cambone, M. (2020). Discours et pratiques de la participation dans la construction des hiérarchies cinématographiques sur les plateformes de streaming vidéo. Communication présentée à La fabrique de la participation culturelle : plateformes numériques et enjeux démocratiques, Paris. Repéré à : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03052399>.

- Debruyne, F. et Pirolli, F. (2017). Prescription et recommandation : agir et faire agir ? Introduction. *Études de communication*, 49) 7-12. doi : 10.4000/edc.6947.
- Delaporte, C. et Mazel, Q. (2021). Usage(r)s des plateformes : les publics de l'audiovisuel à la demande. *Communiquer*. Repéré à : <https://journals.openedition.org/communiquer/4190>
- Dessinges, C. et Perticoz, L. (2019). Les consommations de séries télévisées des publics étudiants face à Netflix : une autonomie en question. *Enjeux de l'information et de la communication*, 20/1, 5-23. Repéré à : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2019/varia/01-les-consommations-de-series-televisees-des-publics-etudiants-face-a-netflix-une-autonomie-en-question>
- Dupuy-Salle, M. (2014). Les cinéphiles-blogueurs amateurs face aux stratégies de captation professionnelle. *Réseaux*, 183, 65-91.
- Farchy, J., Méadel, C. et Anciaux, A. (2017). Une question de comportement. Recommandation des contenus audiovisuels et transformations numériques. *tic&société*, 10(2-3), 168-198. doi : 10.4000/ticetsociete.2136.
- Findeli, A. (2015). La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle. *Sciences du Design*, 1, 45-57. doi : 10.3917/sdd.001.0045.
- Gantier, S. (2021). Vidéo de démonstration du prototype interactif réalisé dans le cadre du programme UXDoc. Donnée de la recherche repérée à : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03406215>
- Gantier, S. (2020). Construction de pratiques cinéphiles sur une plateforme de vidéo à la demande : enjeu du design des personæ. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 21(1), 53-73. Repéré à : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/varia/04-construction-de-pratiques-cinephiles-sur-une-plateforme-de-video-a-la-demande-enjeu-du-design-des-personae>
- Gantier, S., Givois, E. et Kergosien, É. (2020). Recommander autrement les films documentaires ? Design d'une preuve

de concept basée sur l'indexation des dispositifs de réalisation, *RIHM*, 2, 1-26. Repéré à : [http://europia.org/RIHM/V21N2/1-RIHM21\(2\)-Gantier.pdf](http://europia.org/RIHM/V21N2/1-RIHM21(2)-Gantier.pdf)

- Gantier, S. et Czeszynski, A. (2019). *Programme UXDoc : Design d'expérience utilisateur et systèmes de recommandations de films documentaires*. Rapport de recherche. Lille/Valenciennes. Repéré à : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02974517>
- Gaudenzi, S. et Gantier, S. (2018). Vers un canevas méthodologique pour le design d'œuvres audiovisuelles interactives, *Interfaces numériques*, 7(3), 708-726. doi : 10.25965/interfaces-numeriques.3649.
- Gimello-Mesplomb, F. (2015). Cinéphilie, *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Repéré à : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/cinephilie>.
- Givois, È., Bolka-Tabary, L., Kergosien, É., Gantier, S., et Atbane-El Haoudi, B. (2021). Élaboration itérative d'un thésaurus pour indexer le cinéma documentaire à partir des procédés filmiques. *I2D - Information, Données et Documents*, 2, 122-150. doi : 10.3917/i2d.212.0122.
- Jullier, L. et Leveratto, J.-M. (2010). *Cinéphiles et cinéphilies : Une histoire de la qualité cinématographique*. Paris, France : Armand Colin.
- Kilborne, Y. (2011a). Le petit écran, média indépassable ? Du statut de la télévision chez les cinéastes documentaristes. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1, 95-106. doi : 10.3917/enic.011.0007.
- Kilborne, Y. (2011b). Les stratégies de résistances des cinéastes documentaristes français. *Sociologie de l'art*, 16, 81-98. doi : 10.3917/soart.016.0081.
- Lahire, B. (2006). *La culture des individus : dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris, France : La découverte.
- Lallemand, C. et Gronier, G. (2018). *Méthodes de design UX. 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales*. (2^e éd.). Paris, France : Eyrolles.
- Leblanc, G. (1997a). *Scénarios du réel*, tome 1. Paris, France : L'Harmattan.

- Leblanc, G. (1997b). *Scénarios du réel*, tome 2. Paris, France : L'Harmattan.
- Leboutte, P. (2001). *Transmettre le cinéma*, Compte-rendu de l'assemblée générale de l'association Images en bibliothèques, 11 juin 2001.
- Leboutte, P. (2002). *Ces films qui nous regardent : une approche du cinéma documentaire*. Bruxelles, Belgique : La Médiathèque de la Communauté française de Belgique.
- Lesauvier, M.-E. (2019). Une plateforme au service d'un monde professionnel mobilisé : enjeux symboliques et économiques. *tic&société*, 13(1-2), 225-246. doi : 10.4000/ticetsociete.3299.
- Lioult, J.-L. (2019). *À l'enseigne du réel. Penser le documentaire*. (2^e éd.). Millau, France : Presses Universitaires de Provence.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to Documentary* (2^e éd.). Bloomington, Indiana, États-Unies : Indiana University Press.
- Niney, F. (2009). *Le Documentaire et ses faux-semblants*. Paris, France : Klincksieck.
- Odin, R. (2011). *Les Espaces de communication : Introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Paillé, P. et Mucchielli, A. (2012). *L'Analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris, France : Armand Colin.
- Paquienséguy, F. (2017). Le glissement de la prescription dans les plateformes de recommandation. *Études de communication* (49), 13-32. doi : 10.4000/edc.6989.
- Taillibert, C. (2020). *Vidéo à la demande : une nouvelle médiation ? Réflexions autour des plateformes cinéphiles françaises*. Paris, France : L'Harmattan.
- Thuillas, O. et Wiart, L. (2019). Les plateformes de VOD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 20(1), 39-55. DOI : <https://lesenjeux.univ-grenoble->

alpes.fr/2019/varia/03-les-plateformes-de-vod-cinephiliques-des-strategies- de-niche-en-questions/

Thuillas, O. et Wiart, L. (2020). Une stratégie collective européenne : l'exemple d'EuroVoD dans la vidéo à la demande, *Communication Organisation*, 57, 69-83, doi : 10.4000/communicationorganisation.8781.

Voets, J.-P. (2020). *Comment la cinéphilie, précédemment partagée via des canaux traditionnels, est-elle aujourd'hui promue sur des plateformes dites cinéphiles ? Étude comparative Uncut-MUBI* (mémoire de master en communication). Université catholique de Louvain/Louvain. Repéré à : <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:24957>

Zacklad, M. (2017). Design, conception, création : vers une théorie interdisciplinaire du Design. *Wikicréation*. Repéré à : <https://wikicreation.fr/interdisciplinarite-et-creation/>