

Université Panthéon-ASSAS

Institut Français de Presse (IFP)

Mémoire de master II / Juin 2016

Mémoire du Master Médias, Langages et Société
dirigé par Frédéric LAMBERT

Procédés & usages de la dénonciation **Le cas du documentaire *The True Cost***



Université Panthéon-Assas

LUCCHINI Perrine

Sous la direction de Frédéric LAMBERT

Date de dépôt : 12/06/2016

Avertissement

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Résumé (Veillez à être proche de 1700 caractères) :

*Comment l'auteur d'un documentaire exprime son point de vue ? Comment fait-il comprendre au spectateur qu'il est en train de dénoncer ? Enfin, comment parvient-il à mobiliser le spectateur ? En s'attardant sur les discours, les images, le montage et la musique du documentaire *The True Cost*, ce mémoire propose d'observer comment l'auteur d'un documentaire agit sur le spectateur, peut l'influencer et, in fine parvenir à le mobiliser.*

Mots clés : film documentaire / esthésie de la dénonciation / pragmatique- performativité / mobilization citoyenne

Remerciements

Je tiens à remercier tout particulièrement Frédéric Lambert pour ses recadrages, son écoute et ses précieux conseils. Son séminaire de sémiologie a été pour moi une véritable source d'inspiration et d'enrichissement.

Un grand merci à mes relecteurs Pierre Lucchini et Mélanie Gaucher Lucchini.

Une attention toute particulière pour Pierre-Michel Lucchini qui, perfectionniste et patient, a participé à la mise en page de ce beau mémoire.

Enfin, mes ami(e)s ainsi qu'Alexandre Hecquet ont été d'un soutien sans faille tout au long de cette année intense, je leur dédie ce mémoire.

Sommaire

Introduction	8
LE DOCUMENTAIRE <i>THE TRUE COST</i>	8
<i>VOUS AVEZ DIT « DOCUMENTAIRE » ?</i>	8
<i>L’AFFICHE DU DOCUMENTAIRE <i>THE TRUE COST</i></i>	11
<i>L’AUTEUR DU DOCUMENTAIRE <i>THE TRUE COST</i> ET SON FINANCEMENT</i>	12
<i>LA PROMOTION DU FILM</i>	13
<i>« DOCUMENTAIRE » VS « REPORTAGE »</i>	13
<i>THE TRUE COST</i> OU LA MISE EN SCENE D’UNE DENONCIATION	14
<i>LE PARADOXE D’UNE ŒUVRE ENGAGÉE</i>	14
<i>PROBLEMATIQUE</i>	15
UNE APPROCHE PRAGMATIQUE DU FILM-DOCUMENTAIRE	16
Partie 1 - Le documentaire <i>The True Cost</i> comme un lieu de débat public, comme dispositif et comme récit	19
CHAPITRE 1. LES CONDITIONS DE FELICITE DU DOCUMENTAIRE	19
<i>LES CONVENTIONS</i>	20
<i>L’AUTORITE ET LA CROYANCE</i>	21
CHAPITRE 2 : LE DISPOSITIF DOCUMENTAIRE	26
CHAPITRE 3 : LE RECIT DU DOCUMENTAIRE <i>THE TRUE COST</i>	29
<i>LE « SYSTEME ACTANTIEL » DE LA DENONCIATION</i>	36
1) <i>Qui dénonce dans le documentaire <i>The True Cost</i> ?</i>	36
2) <i>Qui sont les victimes ?</i>	39
3) <i>Qui sont les persécuteurs ?</i>	39
4) <i>Qui sont les juges ?</i>	43
<i>LA CLOTURE DU RECIT DOCUMENTAIRE</i>	43
Partie 2 - L’esthésie de la dénonciation documentaire : des prises de vues, des archives et une musique en action	45
CHAPITRE 4 : DES PRISES DE VUES QUI DENONCENT	45

<i>L'INEVITABLE MISE EN SCENE DU MONDE</i>	45
<i>FOCALISATION & OCULARISATION</i>	47
<i>L'EXPOSITION CRITIQUE DES FAITS</i>	48
<i>MAUVAISE SURPRISE</i>	50
<i>L'ADRESSE</i>	52
CHAPITRE 5 : LES ARCHIVES, CES IMAGES QUI (SE) REFLECHISSENT	55
<i>DES IMAGES « DOCUMENTS »</i>	55
<i>DE L'IMAGE « DOCUMENT » AU ROLE DOCUMENTAIRE</i>	56
CHAPITRE 6 : LA MUSIQUE	61
<i>LE LANGAGE MUSICAL</i>	61
<i>METHODOLOGIE D'ANALYSE DES MUSIQUES DU FILM DOCUMENTAIRE</i>	62
<i>ANALYSE DES RESULTATS</i>	66
<i>La « valeur ajoutée » de la musique</i>	66
<i>Les intentions de l'auteur</i>	67
Partie 3 : Les discours de la dénonciation	69
CHAPITRE 7 : DES TEMOIGNAGES QUI EMEUVENT	71
<i>DES TEMOINS MARQUES</i>	72
<i>La victime du Rana Plaza</i>	73
<i>Un père et sa fille</i>	73
<i>Le docteur Priptal Singh et les malades de Pendjab</i>	74
<i>DES TEMOINS HABITES</i>	75
<i>Arif Jebtik, propriétaire d'une usine textile au Bangladesh</i>	76
<i>Shima</i>	77
<i>Les deux cambodgiennes</i>	78
CHAPITRE 8 : DES EXPERTISES CONVAINCANTES	79
<i>L'ELABORATION DE LA LEGITIMITE ET DE LA CREDIBILITE DE L'EXPERT</i>	80
<i>La légitimité produite par la reconnaissance sociale</i>	81
<i>La crédibilité construite par le discours</i>	83
<i>LA DENONCIATION EXPERTE</i>	87
<i>L'industrie textile comme source d'injustices sociales</i>	88
<i>L'industrie textile VS la nature</i>	89
<i>Le capitalisme</i>	90
CHAPITRE 9 : LA VOIX-OFF	91
<i>L'INCIPIT OU LA CONSTRUCTION DE LA LEGITIMITE</i>	92

LA MODALISATION DE LA VOIX-OFF	95
<i>L'assertion d'informations chiffrées</i>	96
<i>L'assertion de faits</i>	97
Conclusion : La mobilisation citoyenne	100
<i>1^{er} acte : Changer vite</i>	100
<i>2em acte : Cesser de</i>	101
<i>3em acte : Partager les richesses</i>	102
<i>4em acte : Célébrer l'Homme et respecter Mère Nature</i>	102
<i>5em acte : Mobiliser</i>	103
<i>6em acte : SE mobiliser</i>	103
BIBLIOGRAPHIE	107
OUVRAGES	107
ARTICLES SCIENTIFIQUES	107

Introduction

Le documentaire *The True Cost*

Vous avez dit « documentaire » ?

Ce mémoire a pour objet d'étude un documentaire intitulé *The True Cost*. « *Le documentaire* » désigne un type de films reconnu, ou du moins reconnaissable à certains caractères avérés et admis. Nous savons tous effectivement, sans trop nous tromper, distinguer un documentaire d'une fiction et cela, bien souvent, dès la lecture de son affiche. Néanmoins, quand il s'agit de définir ses caractères distinctifs, c'est plus compliqué qu'il n'y paraît vu que, de prime abord, le documentaire est un film composé de plans et éventuellement de sons, au même titre que n'importe quel film de fiction. Quelles sont ses spécificités ? Comment pouvons-nous le définir ? Etudier un documentaire c'est d'abord se heurter à cette première difficulté : celle de sa définition.

Selon le *Dictionnaire historique de la langue française*, Le Robert, « documentaire » vient du latin *documentum* qui signifie « *exemple, modèle, leçon, enseignement, démonstration* ». Ce nom est dérivé du verbe *docere*, « *faire apprendre, enseigner* ». Au sens moderne nous dit encore le dictionnaire, le documentaire est un « *écrit servant de preuve ou de renseignement* ». En se substantivant, « *(un) documentaire* » se singularise pour ne plus désigner qu'un seul type de document, ou de documentation, visuel ou audiovisuel. Dans l'ouvrage *200 mots-clés de la théorie du cinéma*, il est écrit : « *Suivant l'acceptation courante, le film documentaire s'oppose au film de fiction, l'un renvoyant au réel, l'autre à des mondes inventés et fabulés.* »

L'ensemble de ces définitions indiquent que le documentaire se caractérise par deux traits principaux : son aspect didactique et son opposition à la fiction qui serait l'opposition entre le réel et l'imaginaire, un peu comme serait celle de l'essai au roman. Pourtant, si l'on veut dire par « didactique » que le documentaire est censé apprendre quelque chose sur le monde et ses habitants, cela peut aussi s'appliquer à la fiction. De plus, l'emploi de

catégories aussi vastes et vagues telles que « réel », « imaginaire », « fait », « fiction » ne va pas sans soulever plusieurs problèmes épistémologiques. Bien des fictions ou des romans « renvoient » aussi au réel. Et puis qu'est-ce que cela signifie « renvoyer au réel » au cinéma ? Les plans d'un documentaire ne peuvent pas renvoyer *d'avantage* au réel que ceux d'une fiction puisqu'ils en fournissent dans les deux cas une représentation : le plan d'un chien ne mord pas et on ne saurait dire que l'image est réellement un chien dans un cas comme dans l'autre. De même, une affiche de film, quel qu'il soit, fournit une représentation du réel et non le réel lui-même : l'affiche d'un documentaire ne renvoie pas *d'avantage* au réel qu'une affiche de fiction. Une image est une image, et dans le langage courant, on ne distingue pas une « image réelle » d'« une image imaginaire. » Mais alors, si le documentaire ne se caractérise pas par sa portée didactique et son opposition à la fiction, qu'est ce qui permet de l'identifier ?

Nous pouvons constater que ce qui pose problème dans ces définitions, c'est qu'elles cherchent à opposer documentaire et fiction uniquement par le contenu. Elles font comme si ce contenu était réel ou fictif en soi. Par opposition à la fiction, le documentaire serait un film sans scénario, sans décors, sans auteur ni acteur puisqu'il est censé enregistrer et rendre le réel tel qu'il est, en le prenant sur le vif et en filmant au dépourvu de vraies gens au cours d'évènements spontanés. Cette vision manichéenne est intenable dans les faits : comment filmer sans intention ? Sans choisir les plans qui signifient ce qui se passe ? Pour saisir les nuances qui distinguent ces deux genres, François Niney invite à « *élargir la palette des traits discriminants (ou communs)* » dans son ouvrage *Le documentaire et ses faux-semblants*¹. Il en vient à la conclusion que ce n'est pas seulement la nature (supposée réelle ou imaginaire) de ce qui est filmé qui va déterminer le caractère documentaire ou fictionnel d'un film. C'est tout autant la relation du filmeur au filmé, la tournure de la mise en scène, sa façon de s'adresser au spectateur, de se faire comprendre comme une énonciation sérieuse (documentaire) ou feinte (fictive), l'usage que l'on fait du film, etc. Pour illustrer son propos, l'auteur reprend une citation du philosophe John Austin qui nous dit que « *pour savoir si une phrase est vraie ou fausse, il ne suffit pas de savoir ce qu'est une phrase, ni même ce qu'elle signifie, mais il est nécessaire de connaître aussi les circonstances dans lesquelles elle est*

¹ P.19, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p



énoncée. *Les phrases ne sont pas, en tant que telles, vraies ou fausses.* »² Il est possible de transposer cette citation au cinéma : *« pour savoir si une séquence est documentaire ou fictionnelle (sous la réserve que l'opposition documentaire ou fictionnelle ne recouvre nullement celle entre vrai et faux), il ne suffit pas de savoir ce qu'est une prise de vue, ni même ce qu'elle représente, il est aussi nécessaire de comprendre les circonstances du tournage et comment le film s'adresse au spectateur. »*³

Le caractère documentaire se détermine donc, en plus de son contenu, par la forme d'interaction caméra/monde, par le mode d'adresse (sérieux et non feint) et de croyance (plutôt anthropologique et historique) demandé au récepteur. L'ensemble constitue ce que nous pouvons appeler *l'horizon d'attente documentaire* qui relève plutôt d'une logique de connaissance, de type historique, et pour lequel le doute occupe une place centrale. Le doute est bien *« le mode de réception implicite du documentaire »*⁴ puisqu'il peut nous saisir lors de sa réception : est-ce bien réel ce qu'on me donne à voir et est-ce bien vrai ce qu'on me dit là ? Ce n'est pas le cas pour une fiction puisqu'au contraire, nous voulons y croire tout en sachant que *« c'est pour de faux »*.

Le contenu de *The True Cost* répond à cet horizon d'attente particulier. Il s'agit d'un documentaire engagé, il révèle au grand public *« les coûts réels »* et cachés de l'industrie textile qui occupe une place centrale dans nos sociétés modernes. Il retrace les différentes étapes d'une investigation menée dans treize pays. Le contenu se compose principalement de témoignages, d'expertises et de commentaires et ce n'est pas un hasard. C'est pour pallier au doute inhérent à sa réception que le documentaire y a massivement recours. D'où son aspect *« didactique »* souligné dans les dictionnaires. Chacune de ces interventions apporte un éclairage différent sur le problème soulevé. Mises en commun, ces interventions se complètent et donnent une vision globale des enjeux. Le spectateur est amené à découvrir où, par qui et dans quelles conditions ses vêtements sont confectionnés et, ce faisant, il est initié aux conséquences sociales et environnementales néfastes de cette industrie.

² Ibid

³ Ibid

⁴ P.63, Ibid, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p

L'affiche du documentaire *The True Cost*

Tout film, documentaire ou fictionnel, comporte donc, à travers ses tournures, constructions et conventions, un certain nombre de directives sous-jacentes qui orientent la lecture du spectateur, qui lui « soufflent » à quel niveau et sur quel mode comprendre et recevoir. L'affiche du film, par exemple, en représente le contenu : elle possède en cela une fonction référentielle intéressante à observer pour comprendre comment se construit l'adresse documentaire. Sur celle du documentaire étudié, le titre *The True Cost* évoque à lui seul l'enjeu du contenu qui entend révéler au spectateur le coût « réel » de ses vêtements en répondant à la question « Who pays the price for our clothing ? ». L'emploi du « Who » (« Qui ») dans cette proposition interrogative donne des précisions sur le contenu de cette révélation. Ce « coût réel » n'est pas monétaire mais humain : une ou plusieurs personnes (et non quelque chose), autre que le consommateur récepteur, paye(nt) le prix pour/de ses vêtements. Le spectateur potentiel est donc averti que le contenu du film aborde une problématique sociale, donc sérieuse, et la démarche n'est pas feinte : on lui promet d'accéder à une vérité sur le monde dans lequel il vit. En cela, le mode de croyance sollicité n'est pas celui de l'imaginaire ou du merveilleux mais bien celui de la connaissance. L'image choisie pour représenter le contenu ne montre pas un acteur ou une actrice connue qui serait le héros principal d'une fiction. À la place, on peut y voir trois mannequins en plastique, habillés « à la mode », avec des sacs remplis de vêtements à leurs pieds. Pas de héros donc mais un sujet et une thématique, celle du prêt à porter. Pris séparément, chaque élément possède une signification : les mannequins symbolisent l'univers de la mode et les sacs de vêtements symbolisent la société de consommation avec l'abondance de biens qu'elle permet d'acquérir. Néanmoins, la mise en scène de ces éléments produit aussi un autre sens. Ces mannequins sont des signes iconiques qui, par leur ressemblance avec le signifié (l'Homme), permet au récepteur de s'identifier. Ils représentent le consommateur ou la consommatrice lambda qui vient d'acheter des vêtements. L'image est donc mise en scène de telle façon qu'elle reproduit et représente une activité familière : le shopping. L'identification avec les mannequins est d'autant plus possible que leurs têtes sont recouvertes d'un sac noir, les rendant ainsi anonymes. Ces sacs noirs possèdent également

une autre fonction : posés ainsi sur la tête, ils empêchent toute visibilité et connotent l'aveuglement. Cette connotation fonctionne de pair avec les deux messages linguistiques préalablement mentionnés. Mis en relation avec la question « Who ? », ces sacs illustrent que, contre toute attente, ce ne sont pas les consommateurs qui payent leurs vêtements et mis en lien avec le titre *The True Cost*, ils symbolisent leur ignorance : les consommateurs sont aveugles et ne connaissent pas réellement le prix de leurs vêtements. Le mode d'adresse mobilisé tout comme le mode de croyance sollicité du récepteur permet de reconnaître qu'il s'agit bien là d'un film-documentaire et non d'une fiction.

L'auteur du documentaire *The True Cost* et son financement

Il y a bien un auteur du documentaire, auteur qui généralement choisit le sujet, écrit le projet, dirige le tournage et monte le film. L'idée de réaliser *The True Cost* naît à la suite d'un évènement particulier. Le 24 avril 2013 au Bangladesh, le Rana Plaza, bâtiment qui accueille plusieurs milliers d'ouvriers de l'industrie textile, s'effondre : 1 100 travailleurs y trouvent la mort et 2 500 sont gravement blessés. Cet effondrement se classe parmi les catastrophes les plus meurtrières de l'histoire du travail. Cette tragédie se distingue par ses causes et elle révèle au monde entier les formes extrêmes de production qui se cachent derrière la mondialisation. Profondément touché et interpellé par cet évènement, un réalisateur américain, Andrew Morgan, souhaite en savoir plus sur le fonctionnement et les conséquences de l'industrie textile mondiale. Le projet du film-documentaire débute le mois d'octobre de la même année. Pendant deux ans, Andrew Morgan et son équipe de production voyagent dans vingt-cinq villes à travers le monde et recueillent des informations. L'ensemble de ce projet a coûté 500 000 dollars. La majorité de cette somme provient d'investisseurs privés et 76.546 dollars ont été récoltés grâce à *Kickstarter*⁵, une plateforme internet de collecte de fonds qui permet à des internautes de soutenir des projets créatifs qui les séduisent. En fonction du montant investi, les donateurs obtiennent en contrepartie des privilèges : accéder au contenu du film avant sa sortie, recevoir le DVD, apparaître sur le générique de fin etc. Cette somme a été principalement employée pour la post-production et la réalisation de l'affiche. Ce financement participatif donne une nouvelle

⁵ www.kickstarter.com

dimension à ce projet. En investissant, les internautes ne permettent pas seulement sa réalisation, ils manifestent aussi leur adhésion et leur engagement pour une cause en laquelle ils croient. Ils deviennent des mécènes et des militants et ce documentaire est aussi le leur. *The True Cost* est donc le fruit d'une mobilisation réussie réalisée en amont et il porte en lui la voix du collectif.

La promotion du film

La bande annonce paraît le 24 avril 2015, jour de l'anniversaire de l'effondrement du Rana Plaza et jour de la « Fashion Révolution Day ». Créée au lendemain de l'effondrement de 2013, l'association à but non lucratif « Révolution Fashion » organise cette journée commémorative chaque année pour inciter les marques à être plus transparentes. Des tables rondes de discussions sont organisées dans les 79 pays où l'association agit et les réseaux sociaux sont fortement mobilisés pour permettre aux consommateurs de faire part de leurs revendications, avec notamment la diffusion massive du hashtag #whomademyclothes⁶ sur Twitter. À terme, cette association, en mobilisant massivement les consommateurs, souhaite amener l'industrie textile à se réformer. Une ambition que partage le documentaire *The True Cost* et ce n'est pas un hasard si la bande-annonce est diffusée ce jour-là : cette date est stratégique puisqu'elle garantit une forte visibilité et elle permet de l'identifier comme étant un documentaire militant. Le film est diffusé pour la première fois lors du festival de Cannes au début du mois de mai 2015. Il est depuis disponible sur iTunes, sur les plateformes de vidéos à la demande, en DVD et en Blu-ray. Il a également été à l'affiche de théâtres selectifs situés à Los Angeles, New-York et à Londres.

« Documentaire » VS « Reportage »

À la différence du reportage censé être un « *objectif sans sujet* »⁷, un documentaire exerce un regard assumé sur le monde. L'auteur adopte un point de vue et le contenu est un champ de tensions entre subjectivité et objectivité là où le reportage se contente de « couvrir un sujet ». Ce qui compte pour un reportage, et ce qu'il cible, c'est bien

⁶ #quifaitmesvêtements

⁷ P.22, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p

l'information : généralement un sujet politique chaud, une catastrophe ou un « fait de société ». Le format audiovisuel est alors un outil, non un langage, qui sert à démontrer et illustrer un discours journalistique à prétention « objective » et qui ne dit jamais « je ». Le reportage se compose d'une monstration des lieux avec des descriptions, des interviews de protagonistes, de témoins, d'experts, le tout encadré par le commentaire détaché de la voix-off. Inversement, le documentaire, lui, s'attarde le plus souvent sur des sujets ordinaires, sur le quotidien avec ce qu'il peut avoir de banal, touchant, étonnant et révoltant : la diversité des tribus humaines, leurs conflits, l'inégalité du monde, la survie, etc. Il envisage son sujet comme une enquête personnelle et une mise en scène cinématographique. Il y a une implication de l'auteur dans la recherche de et sur son sujet, dans le contenu et le dispositif de tournage appliqué.

Ce qui distingue *The True Cost* d'un reportage et d'une fiction c'est donc principalement l'engagement avec lequel il aborde et représente le réel. *The True Cost* est effectivement une production de l'engagement : celui du réalisateur Andrew Morgan, celui de son équipe et celui des internautes. Dans une certaine mesure, son affiche engage aussi le spectateur puisqu'elle induit qu'en tant que consommateur, il est lui aussi un acteur de cette industrie. Tout en révélant les « coûts réels » des vêtements portés par le spectateur, *The True Cost* porte un regard critique sur l'industrie textile : il en dénonce le fonctionnement. C'est cette forme d'engagement spécifique, **la dénonciation**, que nous souhaitons étudié dans ce mémoire.

***The True Cost* ou la mise en scène d'une dénonciation**

Le paradoxe d'une œuvre engagée

En tant que documentaire engagé et militant, la fonction de *The True Cost* est d'informer le destinataire afin de le toucher, c'est-à-dire afin de lui faire prendre conscience d'un problème et le mobiliser. L'auteur Andrew Morgan se présente d'ailleurs sur le site internet du film comme étant un réalisateur engagé qui raconte des histoires « *for a better tomorrow* »⁸ Néanmoins, Sylvain Dreyer, maître de conférence et agrégé de Lettres

⁸ « Pour un avenir meilleur »

modernes, souligne que les productions militantes comme celle-ci se heurtent à une double limite qui est formelle et politique⁹. D'une part, il ne faut pas qu'elles délaissent l'esthétisme et d'autre part, elles ne doivent pas se présenter au spectateur avec une adresse trop univoque et assertive qui est le propre de la propagande. Au contraire, l'engagement critique consiste à produire des œuvres qui respectent, suscitent même, la liberté ou l'esprit d'analyse du spectateur. Nous comprenons bien que l'auteur doit donc jongler avec des impératifs contradictoires : à la fois convaincre le spectateur et lui laisser une entière liberté de jugement. Notre démarche n'est pas d'évaluer la pertinence des choix de l'auteur du documentaire *The True Cost* ni de trancher sur la réussite de son projet. Il s'agit plutôt d'observer comment il répond à ces contraintes en nous focalisant plus spécifiquement sur les procédés mis en œuvre pour dénoncer. Nous pouvons constater après un premier visionnage que la dénonciation à l'œuvre dans notre objet n'est pas frontale : il n'est à aucun moment explicitement dit « Nous dénonçons le fonctionnement de l'industrie textile et condamnons ses conséquences sociales et environnementales ». Et pourtant, c'est bien le message global transmis par le contenu. Le spectateur est *librement* amené à comprendre le point de vue d'un auteur critique qui dit son intention sans la dire. La dénonciation est donc implicite mais néanmoins suffisante pour permettre au spectateur de la sentir, de la reconnaître et de la comprendre.

Problématique

C'est précisément cette manière implicite de faire comprendre qu'il s'agit d'une dénonciation que nous souhaitons observer et étudier dans les pages de ce mémoire : **comment s'exprime la dénonciation dans un film-documentaire?**

Si le discours apparaît être de prime abord le moyen d'expression le plus efficace pour dénoncer dans un documentaire, ce mémoire propose aussi de prendre en considération le rôle joué par d'autres de ses composants. Dans un article à paraître du *Temps des médias*, Frédéric Lambert introduit la notion d' « *esthésie de la dénonciation* » en évoquant l'ouvrage *Terre d'ébène* d'Albert Londres : « *Entre journalisme et littérature, entre*

⁹ P.119, DREYER Sylvain, Sylvain Dreyer, « Rhétorique de l'engagement critique. Regards de cinéastes et d'écrivains français sur la révolution cubaine (années 1960 et 1970) », Tracés. Revue de Sciences humaines, 2006

témoignage et engagement politique, Albert Londres écrit ses phrases dans un style particulier que nous nommerons l'esthésie de la dénonciation. »¹⁰ La notion d'esthésie de la dénonciation entend ainsi nommer ce qui, dans le style employé par l'auteur, reflète son engagement en tant qu'homme qui traduit le monde avec ses mots, sa langue, son corps et son regard. Plus simplement, elle désigne ce qui rend perceptible la dénonciation dans l'expression écrite. Nous souhaitons ici troquer l'écriture par le documentaire : **en dehors du discours, qu'est ce qui rend perceptible l'intention de dénoncer de l'auteur ? Autrement dit, qu'est ce qui compose l'esthésie de la dénonciation documentaire ?**

Contrairement à l'écrit, le documentaire n'est pas œuvre uni modale mais plurimodale : les discours se joignent aux images et à la musique. C'est par l'intermédiaire de l'image et de la musique que l'auteur effectue une traduction *stylistique* du monde puisqu'elles font chacune l'objet d'une opération de scénarisation. Si l'esthésie de la dénonciation renvoie à un style d'écriture particulier employé dans un texte, elle renvoie donc plutôt dans le documentaire au *style de la mise en scène* adoptée et choisie par l'auteur. Les images et la musiques n'accompagnent pas seulement le discours : elles le mettent en scène. Cela nous amène logiquement à postuler que l'image et la musique rendent aussi perceptibles à leur manière la dénonciation de l'auteur et que ce sont elles qui composent *l'esthésie de la dénonciation documentaire*. En plus de l'analyse des différents discours, nous devons donc essayer de saisir ce qui, dans ces deux composants, laisse transparaître un regard et un jugement sur le monde.

Une approche pragmatique du film-documentaire

Nous venons de voir qu'une simple lecture de l'affiche permet d'identifier le sujet du film (les vêtements) ainsi que son enjeu (sensibiliser le spectateur sur leurs coûts réels). Pour arriver à en comprendre sa signification, l'affiche mobilise un certain nombre de connaissances du spectateur. Mais avec ces connaissances sollicitées, toutes sortes de représentations acquises se joignent comme « associées » aux connaissances : des « clichés » et autres stéréotypes plus ou moins conscients propres à l'esprit de chaque

¹⁰ P.1 LAMBERT Frédéric, « Afrique(s) : les médias entre histoire et mémoire », article à paraître dans Le Temps des Médias, n°25, 2015/2

spectateur. Or, à toutes ces représentations acquises, notre film-documentaire va changer quelque chose. Il peut renforcer les stéréotypes préalablement intégrés, y ajouter quelque chose ou encore les mettre en doute, les fragiliser ou les transformer. *The True Cost* change donc dans tous les cas l'état de nos représentations de la réalité et nos connaissances en particulier : on en sait « un peu plus » ou « un peu mieux » sur ce qu'on connaissait déjà de l'industrie textile. C'est ce que David Faroult appelle « *des effets de connaissances* ». ¹¹

Cette faculté de changer les représentations, donc d'agir sur le spectateur, amène à interroger le potentiel performatif de notre objet. La question de la performativité se pose même doublement dans la mesure où nous abordons *The True Cost* comme l'expression d'une dénonciation. La dénonciation est, en droit pénal, un acte par lequel un citoyen porte à la connaissance des autorités judiciaires une infraction commise par autrui. Elle est donc bien de prime abord le résultat d'une action par laquelle un dénonciateur agit sur son environnement via le langage. Selon cette définition juridique, la dénonciation est un *acte illocutoire* du langage tel qu'Austin le définit dans son ouvrage *Quand dire, c'est faire* : elle modifie un état des choses au moment même de son énonciation. Celle que nous étudions ne respecte cependant pas ce mode opératoire puisqu'elle n'est pas directement inscrite dans l'énoncé : elle ne se confond pas avec l'acte du discours lui-même. Elle constitue plutôt un *acte perlocutoire* qui possède la particularité de refléter une intention et d'avoir un effet psychologique sur le récepteur. L'acte perlocutoire de la dénonciation dépend entièrement de la situation du discours, elle vise certaines fins ultérieures à l'énonciation et provoquées par elle. La dénonciation se réalise donc bien par l'usage du langage mais elle est l'acte qui lui est consécutif. Les discours d'experts, les témoignages des victimes, des militants et les informations transmises par la voix-off accomplissent les actes *illocutoires* d'affirmer, d'expliquer et de témoigner mais ils accomplissent aussi l'acte *perlocutoire* de dénoncer le fonctionnement et les conséquences de l'industrie textile.

Si nous nous arrêtons seulement à l'étude de ces différents discours, nous délaissons les éléments de scénarisation qui, selon notre intuition, composent *l'esthésie de la dénonciation documentaire*. Il nous semble que c'est bien dans la façon d'évoquer (le discours) mais aussi de représenter (les prises de vues, le montage, la musique...) cette

¹¹ P.4, FAROULT David, « Cinéma : connaissances, croyances et idéologies », Entrelacs, 2005

industrie et ses dérives que l'auteur dit en filigrane « je dénonce » au spectateur. Pouvons-nous dire pour autant qu'une musique, qu'une image ou encore qu'un montage est performatif au même titre qu'un discours ? Ces éléments constitutifs du film-documentaire performant-ils chacun pris séparément, au sens austinien du terme, une dénonciation ?

La question de la performativité posée à autre chose que le discours doit se poser avec prudence. Dans un texte intitulé « Des images en action »¹², Jocelyne Arquembourg s'interroge sur la manière de concevoir l'action des images. Elle met à distance le concept « d'effets » auquel il est fréquent d'avoir recours pour tenter d'appliquer la théorie austinienne des actes de parole à l'image. Elle en arrive à la conclusion que penser l'action des images sur le modèle d'actes de langage austinien n'est pas pleinement satisfaisant puisque cela revient à considérer qu'image et discours parlent le même langage. Or, une image n'agit pas sur nous de manière performative comme le peut le discours : elle possède une autonomie de sens qui lui est propre et qui dépend du dispositif médiatique dans lequel elle s'inscrit. De la même façon, la musique qui accompagne les images d'un documentaire tout comme le montage qui les coordonne ne peuvent être considérés comme des actes performatifs du langage à ceci près qu'ils agissent eux aussi mais selon des modèles opératoires qui leurs sont propres et qu'il nous faudra décrire. Il est donc nécessaire de trouver un vocabulaire adapté, autre que celui de la performativité, pour exprimer leurs potentiels d'action avec plus de précaution. À la notion de performativité, nous préférons plutôt employer celle de « performance » telle que le propose Frédéric Lambert dans son texte « Performances et performativité des images, L'agir image et les nouveaux territoires médiatiques »¹³. Interroger le montage, la musique ou encore l'image d'un documentaire en termes de performance revient, selon Frédéric Lambert, à interroger leurs pouvoirs de conviction respectifs qu'ils extraient de leurs relations au réel. Cela équivaut à interroger leurs conditions de production, de réception mais surtout, les intentions respectives qui les

¹² ARQUEMBOURG Jocelyne, « Des images en action » *Performativité et espace public*, Réseaux, 2010/5 n° 163, p. 163-187

¹³ P.14, LAMBERT Frédéric, « Performances et performativité des images, L'agir image et les nouveaux territoires médiatiques », textes réunis par Gilles Delavaud et Loïc Ballarini, In *Nouveaux territoires médiatiques*, Paris, Mare et Martin éditions, collection Mediacritic, 2014

animent : comment se partage et se construit la dénonciation par l'intermédiaire de l'image, du son et du montage ?

Cette nuance est importante et nous permet d'affiner notre démarche. Pour mener à bien notre projet, celui de comprendre comment le documentaire *The True Cost* dénonce, nous proposons d'observer d'une part la performativité à l'œuvre dans les différents discours et d'autre part les performances réalisées par chacune des composants de sa mise en scène. Toutefois, la performance comme la performativité ont en commun le fait qu'elles peuvent ne pas être suivies d'effets. Ce sont des actes fragiles qui ne produisent pas toujours l'effet escompté. Pour qu'elles soient efficaces, il faut qu'elles s'insèrent dans un documentaire où certaines conditions, appelées « conditions de félicité », sont réunies.

Partie 1 - Le documentaire *The True Cost* comme un lieu de débat public, comme dispositif et comme récit

Chapitre 1. Les conditions de félicité du documentaire

Le documentaire étudié est engagé : il dénonce. Nous venons de voir que cette dénonciation s'exprime par l'intermédiaire des discours (performativité) qui le composent et de sa mise en scène (les performances). Performances et actes de langage traduisent ensemble l'intention de l'auteur qui souhaite sensibiliser et mobiliser le récepteur sur les conséquences de l'industrie de la mode. Le succès de cette communication repose sur le film-documentaire lui-même – la dénonciation doit être efficace et reconnaissable – mais aussi, et simultanément, sur sa réception – la dénonciation doit être reconnue et surtout crue par le récepteur. Les risques d'incompréhension et d'échec sont inhérents à tout acte de communication : le récepteur peut ne pas comprendre l'intention de l'auteur ou tout simplement, juger que le documentaire n'est pas crédible. Pour éviter ces écueils, certaines conditions, appelées « conditions de félicité », doivent être réunies. Ce sont elles qui garantissent le succès des discours performatifs de notre objet et des performances qui l'animent. Ces conditions de réussites ne sont pas, ou pas simplement, des conditions de

vérité : ce n'est pas la véracité de ces discours et de ces performances qui importe mais bien leur efficacité.

Les discours et les performances qui nous occupent dénoncent parce qu'ils sont les témoins d'un engagement critique, celui de l'auteur, qui s'exprime par l'intermédiaire du film documentaire. Interroger leurs efficacités, c'est donc interroger la légitimité de la voix qui les convoque et les traverse, du regard qui s'exerce sur le monde à travers eux. C'est aussi et du même coup interroger ce qui fait que le récepteur adhère et accorde du crédit à cette adresse subjective, se laisse convaincre et persuader par ce qu'il voit et ce qu'il entend. En d'autres termes, interroger les conditions de félicité de la dénonciation que nous étudions revient à interroger ce qui fait qu'un film-documentaire peut s'engager et ce qui fait que cet engagement est admis et reconnu par le récepteur :

- Qu'est-ce qui fait qu'un film-documentaire peut dénoncer ?

Cette question revient à interroger les **conventions** qui réunissent l'émetteur et le récepteur.

- Qu'est ce qui permet d'assurer la légitimité, et donc la réussite, de cette dénonciation ?

Cette question revient à interroger l'**autorité** de l'émetteur et la **croissance** du récepteur.

Les conventions

Frédéric Lambert définit les conventions comme étant ce qui permet de « réunir l'émetteur et le récepteur »¹⁴ : il s'agit à la fois du langage et des rituels dans lesquels il s'inscrit. La relation de l'émetteur et du récepteur est dans notre cas structurée par un rituel qu'est le documentaire : un ensemble de règles et de codes propres au documentaire instaure et spécifie la relation émetteur/récepteur. Parmi ces codes, émetteur comme récepteur partagent celui selon lequel un film-documentaire peut exercer un regard critique sur le monde. Pourquoi ?

¹⁴ P.6, Ibid

L'autorité et la croyance

La question de l'autorité dans le cadre du rituel documentaire est en réalité une question de l'anonymat. Lorsque nous regardons un documentaire, « on nous montre que » « on nous dit que ». Qui est ce « on » ? Qu'est ce qui le rend légitime pour dénoncer ? Du côté de la réception, la question qui se pose est celle de la croyance. Frédéric Lambert la formule en ces termes : « *Il ne s'agit pas d'interroger ce à quoi nous croyons, mais comment nous croyons, en quelles circonstances, avec qui ?* »¹⁵

Ces réflexions nous amènent à supposer que les conditions de félicité d'un documentaire résident dans l'histoire politique, sociale et culturelle dans lesquelles il s'inscrit. La question est bien de savoir selon quelles conditions un documentaire peut réussir à (nous) faire quelque chose c'est-à-dire, selon quelles conditions il n'est pas juste des images et des discours mais il devient des images et des discours en action, jugés justes et légitimes.

Culturellement, un film-documentaire ne gagne son efficacité qu'en étant reconnu comme tel par le spectateur et donc en respectant une certaine procédure linguistique et représentative (qui compose ce que nous avons appelé ultérieurement *l'horizon d'attente documentaire*). L'auteur, ce fameux « on » qui s'adresse à nous, doit parvenir à faire reconnaître au spectateur que son message respecte cette procédure pour qu'il puisse y croire : croyance et autorité se gagnent par la reconnaissance de conventions. François Niney souligne que le documentaire ne possède pas un rapport bijectif au réel qu'il fixe par l'image. Il se compose également d'une chaîne de signifiants (le discours par exemple), d'un montage qui délivre une signification et il est pris dans une chaîne d'interprétants au-delà de son contenu (les spectateurs, les autres productions qui le préexistent)¹⁶. En cela, le genre documentaire ne garantit donc pas au spectateur de délivrer le réel mais plutôt *d'être fidèle au réel*. Il traduit et se faisant, il *trahit* la réalité. Et c'est justement en représentant le monde selon ce rapport variable et interprétable que le documentaire peut légitimement dénoncer. C'est aussi ce rapport spécifique au monde qui permet au spectateur de tirer un sens et

¹⁵ P.7, Ibid

¹⁶ P.318, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p

d'accorder sa croyance. Pour rentrer en fiction, il faut accepter d'être dupé tout en sachant qu'on l'est. Pour rentrer en documentaire, il faut accepter de ne pas être dupé tout en sachant qu'il s'agit d'une vision subjective, et donc unique, du monde. Octave Mannoni résume cette position paradoxale de la réception par la formule « *je sais bien, mais quand même* »¹⁷ : je sais bien qu'un auteur avec des intentions est à l'origine de ce que je vois et de ce que j'entends mais quand même. Cette évaluation-interprétation de la réalité que propose le documentaire devient légitime par sa mise en relation avec son contexte politique et sociale, soit par sa mise en relation avec les causes de sa réalisation. C'est bien parce qu'il aborde et soulève un problème politique et social qu'un documentaire pose un regard critique sur la réalité.

Aline Caillet, maîtresse de conférences en esthétique et philosophie de l'art, définit le projet documentaire comme une prise de position « *soit contre les sujets de représentations dominants d'alors, soit contre les représentations idéalisées de celui-ci.* »¹⁸ *The True Cost* aborde les conséquences liées à l'industrie de la mode : il se saisit du « réel » par l'intermédiaire d'une problématique sociale et politique. Cette problématique le préexiste puisque nous avons précédemment indiqué que le documentaire s'est réalisé à la suite d'un événement particulier : l'effondrement du Rana Plaza en 2013 au Bangladesh. Plusieurs opérateurs comme la presse et des associations ont depuis, par leurs actions respectives, métamorphosé cet événement en *problème social*. Le sociologue Éric Neveu définit le *problème social* comme étant « *la transformation d'un fait social quelconque en enjeu de débat public et/ou d'intervention étatique.* »¹⁹ Selon cette définition, « *tout fait social, du plus tragique au plus anecdotique, peut potentiellement devenir un « problème social » s'il est constitué par l'action volontariste de divers opérateurs (Presse, Mouvements sociaux, Partis, Lobbies, Intellectuels...)* comme une situation problématique devant être mise en débat et recevoir des réponses en terme d'action publique (budgets, réglementation,

¹⁷P.3, LAMBERT Frédéric, *Je sais bien mais quand même*, Essai pour une sémiotique des images et de la croyance, Édition non-standard, 2013, 160p, titre d'un chapitre d'Octave Mannoni, *Clefs pour l'Imaginaire ou l'Autre Scène*, publié aux éditions du Seuil, 1969

¹⁸ P. 14, CAILLET Aline, « Dispositifs critiques », « Introduction : L'espace du documentaire », Presse Universitaire de Rennes, 2014, 11p

¹⁹ P.41, NEVEU Éric, « L'approche constructiviste des « problèmes publics ». Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication*, 1999, p.41-58

répression...).»²⁰ Si nous nous référons à la trilogie établie par Felstiner, Sabel et Sarat²¹, nous retrouvons bien dans le déroulé des événements les différentes étapes du processus qui transforme un fait en problème. Cet effondrement tragique a d'abord été défini comme une offense. Il a été perçu comme le reflet des conditions catastrophiques dans lesquelles les travailleurs de cette industrie évoluent. Cette situation est présentée dans la presse internationale comme étant génératrice de litiges : il s'agit là de la première étape, le « *naming* ». Cette première mutation conduit ensuite à transformer cet effondrement en grief. Ce faisant, on cherche à identifier les personnes responsables : politiques, PDG etc. Il s'agit là de la deuxième étape, le « *blaming* ». Vient ensuite la troisième et dernière étape, le « *claming* » qui consiste à transformer le reproche en processus de réclamation qui survient sous la forme de demande de réformes et de remèdes. C'est notamment le rôle joué par l'association « Revolution Fashion » évoquée précédemment.

Le sujet abordé par *The True Cost* fait qu'il s'insère lui aussi dans ce processus qui contribue à faire d'un fait ou d'un événement un problème social : il nourrit un débat préexistant et le pérennise. Cette inscription dans le problème social apparaît clairement sur la plateforme de soutien Kickstater²² présentée ultérieurement. Sur la page « à propos du projet » qui présente le sujet du documentaire aux internautes, notre attention a été retenue par deux textes que nous avons traduits avec plus ou moins de justesse ci-dessous :

« *Why is this film important?*

The clothing crisis represents one of the most complex and urgent challenges of our time. The choices we make now will set the precedent for how we do business in a more fully realized global economy, thereby affecting human rights, employment issues and the environment now and in the future. Film has the power to show the world as it is and how it could be; unlike any other medium. A feature length documentary gives this subject the time, research, and insight a global problem like this deserves. »

« *Pourquoi ce film est important ?*

²⁰ ibid

²¹ ibid

²² <https://www.kickstarter.com/projects/truecost/the-true-cost/description>



La crise des vêtements représente l'un des défis les plus complexes et les plus urgents de notre époque. Les choix que nous faisons aujourd'hui peuvent changer notre manière de faire affaire ensemble afin d'ouvrir notre économie, de prendre en considération ce qui affecte les droits de l'homme, les problèmes d'emploi et l'environnement. Ce film a le pouvoir de montrer, d'une manière comme seul un film le peut, le monde tel qu'il est et tel qu'il pourrait être. Ce long-métrage redonne à ce sujet l'importance qu'il mérite en y accordant du temps, de la recherche et en abordant avec perspicacité ce problème global. »

Ce premier texte laisse apparaître le processus du « naming » : « *La crise des vêtements représente l'un des défis les plus complexes et les plus urgents de notre époque.* » C'est parce que ce défi demande une réponse urgente que la réalisation de film documentaire est nécessaire et légitime puisque ce film possède « *le pouvoir de montrer, d'une manière comme seul un film le peut, le monde tel qu'il est et tel qu'il pourrait être.* »

« *What is the Goal?*

Our desire is to take this topic out of the smaller, individual conversations of industry, human rights or consumer behavior. We will approach the issue by taking a holistic view: that one solution to the problem is not the answer. Real change can only be sustained through the creation of a synergistic approach, one that involves the adaptation of policy, the improvement of industry standards and a shift in consumer consciousness. Our hope is to bring a new understanding to the problem and the role that we all play in solving it. We realize the difficulty of approaching such a hot topic; but feel the best way to explore something is by actually showing and experiencing it first hand . »

« *Quel est le but ?*

*Notre volonté est de porter ce sujet au-delà des petites conversations individuelles que nous tenons sur l'industrie, les droits de l'homme ou les comportements des consommateurs. Nous aborderons le problème en adoptant une vision globale : une seule solution face à ce problème n'est pas suffisante. **Un vrai changement ne peut avoir lieu que dans une réponse synergique, ce qui implique l'adaptation de la politique, l'amélioration des normes de l'industrie et un changement dans la conscience des consommateurs.** Notre espoir est d'apporter une nouvelle compréhension du problème et du rôle que nous pouvons tous jouer pour le résoudre. Nous réalisons la difficulté d'aborder un tel sujet mais la meilleure façon d'explorer quelque chose passe par le fait de le montrer et de l'expérimenter d'abord soi-même. »*

Ce deuxième texte, qui délivre l'ambition de l'auteur, laisse apparaître les deux autres processus que sont le « claming » et le « blaming ». Ce documentaire est présenté

aux internautes comme un nouveau moyen d'agir et de réparer le problème social. Il identifie des responsables (la politique, l'économie et les consommateurs) tout en les invitant à l'action (« *du rôle que nous pouvons tous jouer pour le résoudre.* »)

Dans son ouvrage *Du récit au récit médiatique*, Marc Lits écrit que « *c'est le genre qui fonde le pacte initial de réception, qui détermine la recevabilité et les effets du texte.* »²³ Le documentaire fait partie de ces genres qui ont pour tâche critique d'indiquer ce qui, devenu obsolète ou monstrueux, mérite d'être remplacé par d'autres manières de faire le monde. Il permet d'éprouver le monde et de le comprendre selon le point de vue d'un auteur qui fixe et anticipe, règle et transpose, transmet ce qui du réel fait sens pour lui, ce qui le relie au spectateur et au monde tel qu'il le trouve : se dessinent là les conventions qui régissent filmeur/filmé/spectateur. Elles expliquent les raisons pour lesquelles un documentaire peut nous faire quelque chose, peut dénoncer. Cette transmission du réel s'effectue selon et en fonction d'une problématique sociale et politique préexistante qui justifie/légitimise son existence. Le documentaire, en ce sens, a toujours part liée avec la violence et la cruauté du réel et c'est ici aussi que s'établit son exigence de vérité. Chaque spectateur sait bien qu'il peut y avoir autant de vérité dans une fiction que dans un documentaire mais les vérités produites ne sont pas les mêmes. Le pari est différent et le monde ne se regarde pas sous le même angle : « *il y a des choses qu'on ne peut montrer qu'à travers le masque de la fiction, et il y a des moments de vérité qui ne peuvent se produire qu'en documentaire* »²⁴ écrit François Niney.

Au terme de cette réflexion, nous comprenons davantage *pourquoi* le documentaire peut agir sur nos représentations. Il nous faut désormais nous tourner vers une autre question, celle posée par ce mémoire, celle du *comment*. Comment le documentaire agit-il sur nos représentations ?

*« Personne ne peut saisir par lui-même et sans ses semblables de façon adéquates et dans toute sa réalité ce qui est objectivement, parce que cela ne se montre et ne se manifeste à lui que **selon une perspective qui est relative à la position qu'il occupe***

²³ P. 48, LITS Marc, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles : éditions De Boeck Université, 2008, 235p

²⁴ P. 320, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p

dans le monde et qui lui est inhérente. S'il veut voir le monde, l'expérimenter tel qu'il est « réellement », il ne le peut que s'il le comprend comme quelque chose qui est commun à plusieurs, qui se tient entre eux, qui les sépare et les lie, qui se montre différemment à chacun et qui ne peut être compris que dans la mesure où plusieurs parlent et échangent mutuellement leurs opinions et perspectives. Ce n'est que dans la liberté de la discussion que le monde apparaît en général comme ce dont on parle, dans son objectivité, visible de toutes parts. » Hannah Arendt, Qu'est-ce que la Politique ? - p 68²⁵

Ce magnifique extrait que l'on doit à Hannah Arendt souligne ô combien il est illusoire et vain de vouloir accéder au monde de manière objective. Au contraire, la complexité de la réalité qui nous entoure et dans laquelle nous baignons tous n'est accessible que dans l'altérité. La question du *-comment le documentaire agit sur nos représentations-* trouve une première réponse dans le fait qu'il est un moyen d'*expérimenter* et de *voir* le monde de notre fauteuil par l'intermédiaire d'un *dispositif* qui est tout sauf objectif.

Chapitre 2 : Le dispositif documentaire

Par documentaire, nous insistons, nous entendons évoquer un certain rapport au réel déterminé par l'engagement d'un auteur face au monde. Ce que le cinéma documente dans le documentaire, ce n'est pas un face à face sujet/objet, caméra/événement mais une relation ternaire - filmeur/filmé/spectateur - qui inclue la position du filmeur dans le film et le regard du spectateur dans son *dispositif*.

Ce concept, le *dispositif* est utilisé par de nombreux chercheurs. Il provient d'une célèbre citation de Michel Foucault pour qui il occupe une fonction stratégique et désigne un agencement entre des éléments hétérogènes (discursifs et non-discursifs) et différents régimes (voir, savoir et pouvoir) : « *un ensemble résolument hétérogène, comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref : du dit, aussi bien que du non-dit [...] [dont] chaque effet positif ou négatif, voulu ou non voulu, vient entrer en résonance, ou en contradiction, avec les autres, et appelle à une reprise, à un réajustement, des éléments*

²⁵ Ibid, citation extraite de ARENDT Hannah, *Qu'est-ce que la Politique ?*, p.68

hétérogènes. »²⁶ Comme le souligne Hugues Peeters et Philippe Charlier, « *avec la notion de dispositif, on se trouve bien dans une logique de moyens mis en œuvre en vue d'une fin.* »²⁷ Le dispositif vise une certaine efficacité, il est soudé au concept de stratégie et, comme l'indiquent les deux chercheurs, il peut « *être à ce titre défini comme la concrétisation d'une intention au travers de la mise en place d'environnements aménagés.* »²⁸ Giorgio Agamben élargit par la suite la définition originelle de Foucault jusqu'à appeler « *dispositif tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants.* »²⁹

En introduisant ce concept dans notre réflexion, notre intention n'est pas d'en proposer une nouvelle définition mais de voir comment le documentaire peut, lui aussi, être appréhender comme un dispositif, c'est-à-dire, comme une mise en œuvre de moyens en vue d'une fin, comme la concrétisation d'une intention. Le *dispositif documentaire* tel que nous l'entendons renvoie à l'appareillage filmique qui, dans un même geste, capture, fabrique et partage un regard porté sur le réel. Aborder le documentaire comme un dispositif, c'est donc d'abord le renvoyer à sa modalité praxique, c'est-à-dire, à sa modalité de faire : la stratégie du tournage, l'agencement et le protocole du film qui en structure sa mise en scène et qui concourt à produire certains effets. Ce premier aspect du dispositif s'inscrit dans l'étape de sa production, il engage le processus de fabrication et met en évidence l'idée que toute captation de la réalité passe par une formalisation et un appareillage spécifique. Le dispositif documentaire renvoie également à sa dimension technique et poïétique (le rapport de l'auteur à son œuvre). Nous nous référons ici à la définition d'Anne-Marie Duguet pour qui le dispositif serait à la fois une machine et une machination : « *Système générateur qui structure l'expérience sensible chaque fois de façon*

²⁶ P.4-5, BEUSCART Jean-Samuel, PEERBAYE Ashveen, « Histoires de dispositifs. (Introduction) », *Terrains & travaux* 2006/2 (n° 11), p. 3-15.

²⁷ P.14, CAILLET Aline dans son texte « Dispositifs critiques », « Introduction : L'espace du documentaire », Presse Universitaire de Rennes, 2014, 11p, citation extraite de PEETERS Hugues et CARLIER Philippe, « Contributions à une théorie du dispositif », Hermès, *Le dispositif entre usage et concept*, n°25, Paris, CNRS, 1999

²⁸ Ibid

²⁹ Ibid, citation extraite de AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, traduit de l'italien par M.Rueff, Paris, coll. « Rivages poche/Petite Bibliothèque », 2007, p.31

originale. Plus qu'une simple organisation technique, la notion met en jeu différentes instances énonciatrices ou figuratives, engage des situations institutionnelles comme des procès de perception. »³⁰

Envisager le documentaire comme un dispositif, c'est donc lui rendre sa complexité perdue, c'est aller à l'encontre de cette idée reçue selon laquelle le documentaire doit nous montrer le monde sans manipulation. C'est lui redonner une épaisseur technique et humaine que de le considérer comme un appareillage, un « système générateur » pour reprendre la définition d'Anne-Marie Duguet, qui s'interpose entre le réel et le spectateur. La documentaire devient alors à la fois fonction et résultat d'un dispositif unique choisi par différents acteurs à un moment donné et qui réunit un sujet observant (le spectateur), un objectif captant (le filmeur) et le réel capté (le filmé). L'auteur peut, tout en s'effaçant derrière ce dispositif établi, prendre *position* face au réel capté : cette *position* est la fois géographique (la place qu'il occupe) et politique (sa manière d'être et de voir le monde). Le dispositif documentaire s'apparente à un *filtre* du réel qui détermine et est déterminé à la fois par la technique mais aussi par cette position unique de l'auteur.

L'introduction de cette notion est un premier pas pour comprendre comment le documentaire agit sur nos représentations. Nous devons l'envisager comme la somme d'un ensemble de moyens mis en œuvre par l'auteur et son équipe en vue d'une fin. Ce sont ces moyens qui *filtrent* le réel pour dénoncer que nous devons désormais analyser, à commencer par *la mise en récit* du réel qu'il propose.

³⁰ P.15, Ibid, citation extraite de DUGUET Anne-Marie, *Déjouer l'image. Créations électroniques et numériques*, Nîmes, Jacqueline Chambon, coll. «Critique d'art », 2002, p.21

Chapitre 3 : Le récit du documentaire *The True Cost*

« A l'époque, on était tous extrêmement influencé par le cinéma américain underground, des films non narratifs où il n'y avait que des images...Et c'est seulement après, peu à peu, que j'ai compris qu'il fallait aller d'une image à l'autre, une image après l'autre, et qu'il y avait un récit dans un film, même s'il n'y avait pas de dialogue. » - Win Wenders, *Les leçons de cinéma*

À ce stade de notre réflexion, il apparaît que si le documentaire agit sur nos représentations, ce n'est pas parce qu'il est une restitution exacte du réel, une « tranche de vie » ou encore « une fenêtre sur le monde » mais bien parce qu'il est une proposition, un dispositif par l'intermédiaire duquel le monde est représenté selon une position/posture unique. Là où le monde se représente se trouve l'élaboration d'un *récit*. Marc Lits écrit que « nous n'accédons au monde que par l'intermédiaire du langage, et l'utilisation de ce langage permet d'organiser des séquences narratives plus ou moins structurées selon des règles précises »³¹ Le cinéma, lui, devient langage en découvrant que ce n'est pas seulement le mouvement dans le plan qui importe mais bien celui qui permet de conjuguer différents plans comme l'évoque la citation de Win Wenders ci-dessus. L'invention du montage est la réponse du cinéma à cette nécessité de *faire récit* pour accéder au monde. C'est ce que Lev Koulechov évoque avec la notion d'*impression*: « Autrement dit, pour produire une impression, l'important ce n'est pas tant le contenu de chaque fragment que la façon dont ils s'enchaînent, dont ils sont combinés. L'essence du cinéma doit être recherchée non pas dans les limites du fragment filmé, mais dans l'enchaînement de ces mêmes fragments. »³² Le cinéma permet de créer une *impression du monde* grâce à son découpage du réel et la magie de son montage.

Par l'intermédiaire de ses plans montés, le cinéma offre une vision du monde en perspective. C'est elle qui donne une cohérence optique à toutes les images. Ce faisant, la vue seule permet de penser sur le monde. Bruno Latour souligne que « grâce à la perspective, il est possible d'offrir la même cohérence optique à des objets venus du monde et des objets venus de la fiction ou de la croyance. [...] Toutes les images se recombinent,

³¹ P.5, LITS Marc, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles : éditions De Boeck Université, 2008, 235p

³² P.36, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p, citation extraite de KOULECHOV Lev, *La bannière du cinématographe*, 1920, in *L'Art du cinéma*, L'Âge d'hommes, 1994

créant sur le papier des hybrides. C'est là tout l'intérêt du langage de la perspective : il ne permet pas seulement de décrire, il permet de voir la nature comme une fiction et la fiction comme une nature. »³³ Néanmoins, ce qui est troublant avec le cinéma, et par extension le cinéma documentaire, c'est que sa mise en perspective du monde est inextricablement redevable d'une certaine réalité physique. C'est ce que Christian Metz souligne en évoquant cette fois la notion d'« *impression de réalité* »³⁴ qui renvoie à la puissance mimétique des images et à leur potentiel d'immédiateté. Mais que le filmé soit du réel et du préexistant ne dispense pas pour autant la question de la mise en scène comme voudrait le faire croire l'idée reçue selon laquelle un documentaire est objectif. L'historien Paul Veyne écrit que « *toute description est sélective... les faits n'existent pas à l'état isolé mais ils sont des liaisons objectives... En lui-même, un fait n'est ni intéressant ni le contraire, tout dépend de l'intrigue choisie... [...] Les événements ne sont pas des choses, des objets consistants, des substances : ils sont un découpage que nous opérons librement de la réalité* »³⁵. Les faits n'existent pas par nature, il faut donc les faire. Il n'y a pas de fait ni de film sans découpage et sans interprétation du réel.

Le découpage et le montage rendent ainsi possible une narration qui, selon l'imaginaire de l'auteur et ses intentions, se manifeste par le rapprochement de plans et de séquences. Ces manipulations de l'auteur créent du sens mais elles sont aussi subjectives puisqu'elles sont le résultat de choix. Wiseman, grand auteur de documentaires, a d'ailleurs toujours soutenu que ce qu'il élabore est bien d'abord une forme de fiction :

*« Vous bricolez la relation entre le temps réel et le temps filmé ou monté, et vous bricolez l'ordre des séquences, et vous vous dites qu'elles apparaissent en relation alors qu'elles n'ont en fait aucune relation ni dans le temps ni dans l'espace. Vous êtes en train de **créer une fiction avec des matériaux documentaires** : ces choses qui apparaissent en relation, **peut-être ne sont-elles liées que dans votre esprit**. Et la réussite du film dépend de sa capacité globale à **créer l'illusion** que ces événements ont en fait quelque connexion les uns avec les autres. »*³⁶

³³ P.26, Ibid, citation extraite de LATOUR Bruno, *Vues de l'esprit*, 1985, Culture technique n°14

³⁴ METZ Christian, « À propos de l'impression de réalité au cinéma », in *Essais sur la signification au cinéma*, 1968

³⁵ P.65, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p, citation extraite de VEYNE Paul, *Comment on écrit l'histoire*, Seuil, 1971

³⁶ P.152, Ibid, citation extraite de HALBERSTADT Ira, *An interview with Fred Wiseman*, in *Nonfiction Film*, Richard Barsam, p.303

Cette citation est conséquente et elle illustre nos propos puisque Fred Wiseman nous dit que le monde existe bien en dehors de lui, qu'il l'éprouve lorsqu'il le filme, mais que son sens, ses faits (pour reprendre la citation de Paul Veyne) ne sont ni immanents ni évidents. Wiseman doit les produire, c'est-à-dire, il doit découper, monter le réel pour pouvoir le montrer et c'est précisément là l'enjeu de tout récit. François Niney reprend les termes de Ricœur dans *Temps et récit* et écrit que « *le sens est préfiguré dans un lieu, il est ensuite configuré au tournage et refiguré au montage* »³⁷. Ce nécessaire recourt à la fiction permet de condenser et d'enchaîner le temps des événements dans le temps d'un récit. Découpage et montage démontre donc la nécessité de manipuler l'espace et le temps du réel pour pouvoir raconter une histoire. Le récit du documentaire étudié se compose d'un ensemble de séquences que nous avons relevées ci-dessous :

L'économie

1. L'incipit (0-2min17)

2. La « mode éphémère » et son fonctionnement économique (2min17 -8min35)

Mots clés : mode, sous-traitance, prix bas, délocalisation, marché mondial, concurrence, inégalités, pressions, bénéfiques

3. Les catastrophes dans les usines textiles (8min35-14min09)

Effondrement du Rana Plaza 1 129 morts / Ali Enterprises 289 morts / Tazreen Fashion 112 morts

4. Les défenseurs de cette industrie (14min09 – 16min50)

Mots clés : augmentation du niveau de vie, emplois nécessaires, individus sans alternative

5. *People Tree*, un modèle de production alternatif (16min50-20min41)

Mots-clés : commerce équitable, intégrité, formation des femmes, environnement, développement social des ouvriers

6. Le quotidien de Shima, ouvrière au Bangladesh (20min41-24min19)

Mots clés : usine, produits chimiques, présidente d'un syndicat, répression physique des patrons

³⁷ Ibid



L'environnement

7. L'agriculture intensive du coton au Texas remise en question (24min26 – 27min26)

Mots clés : OGM, nature, saisons, répercussions écologiques, Roundup (produit)

8. L'industrie Monsanto : ses conséquences environnementales et sanitaires dans les pays en voie de développement (27min26-33min)

Mots clés : graines, produits chimiques, monopole, coton Bt, brevet, agriculteurs, pesticides, endettement, anomalies congénitales, cancers, maladies mentales, médicaments, suicides

9. L'impact psychologique de la mode éphémère sur les consommateurs (33min-39min35)

Mots clés : valeurs matérialistes, l'argent, l'image, les biens, le bonheur, la publicité, la propagande, fausse impression de richesse, le « consommationisme »

10. Les décharges de vêtements et leurs conséquences environnementales et sanitaires (39min35 – 43min)

Mots clés : vêtements jetés, pollution, pays en voie de développement, gaz nocif, Pepe (= tas de vêtements en provenance des États-Unis ou des pays européens), association caritative

11. La mode éphémère remise en question par des leaders d'industrie (43min – 45min22)

Mots clés : production insouciante, remise en question de la consommation, solution, la santé de notre planète, ne pas nuire

12. Swallows, un partenaire de People Tree (45min22- 49min35)

Mots-clés : protection environnemental, aide, village, partenariat, problème/solution

13. Le Texas Organic Cotton Marketing Cooperative de la famille Pepper (49min35 – 52min17)

Mots-clés : coton biologique

14. Le Gange pollué par les usines de cuir de Kanpur (52min17 – 55min24)

Mots clés : pollution, destruction, usines de cuir, eaux usées toxiques, le chrome VI, terre contaminée, nappes phréatiques contaminées, santé affectée

15. Point sur les coûts environnementaux de la mode éphémère (55min24 – 57min34)

Mots clés : épuisement des ressources naturelles, développement industriel, l'économe de la nature, l'économie humaine

L'action

16. Shima (ouvrière Bangladesh), sa fille et sa famille (57min34-1h02)

Mots clés : bas salaires, incapacité pour les travailleurs de garder leurs enfants, combat des ouvriers, douleur

17. L'engagement de Livia Firth (1h02-1h05)

Mots clés : changement, le « défi du tapis vert », engagement de célébrités, justice sociale, éthique, H&M

18. La révolte des ouvriers du Cambodge (1h05-1h11)

Mots clés : violence, répressions, police, gouvernement, guerre, combat, réclamation de salaires décents, funérailles d'un ouvrier battu à mort, grandes entreprises

19. Le capitalisme remis en question (1h11-1h21)

Mots clés : système économique, les droits de l'homme bafoués, génération de profit, concurrence, système alternatif, limites, changement, gouvernement, matérialisme

20. Les souhaits de Shima pour sa fille (1h21-1h22)

Mots clés : éducation, avenir meilleur

23. Le cancer du mari de Larhea Pepper (1h22-1h24)

Mots clés : cerveau, conséquences des produits chimiques

24. L'excipit

Ce repérage met en évidence le bricolage du réel réalisé par l'auteur Andrew Morgan qui élabore un récit à partir des 24 séquences discontinues relevées. Comment s'y prend-il ? Qu'est ce qui permet d'assurer une continuité entre ces 24 séquences ? Le montage produit techniquement une continuité dans la mesure où il permet de rassembler, ou plutôt de *raccorder*, à la fois des lieux, des temps et des protagonistes qui évoluent séparément. Cette magie du raccord efface les distances et condense le temps des événements en temps du récit. À ces raccords topographiques du monde physique, François Niney explique qu'il se superpose également un jeu de raccords mentaux, de causes à effets qui permettent de comprendre le passage d'un segment à l'autre³⁸. Comme le souligne la citation de Fred Wiseman, l'auteur met en relation des séquences qui n'ont, en fait, aucune relation ni dans le temps ni dans l'espace. Elles sont reliées les unes aux autres conformément à l'esprit et l'imaginaire de l'auteur et ce travail de causalité est également réalisé lors de la réception.

³⁸ P.91, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p.

L' « *effet Koulechov* »³⁹ rend compte de cette capacité qu'à le raccord de créer une causalité mentale : un esquimau sort de son igloo et regarde au loin, dans le vague ; une vahiné fait de même sous les cocotiers, il n'en faut pas plus pour que le spectateur soit persuadé d'avoir « vu » un coup de foudre. La force des sentiments s'impose ici au de-là des résistances matérielles. La narration (et avec elle la cohérence) d'un documentaire est donc construite par les raccords du montage qui permettent d'associer librement l'espace et le temps selon les modalités du monde des idées et des intentions de l'auteur. Dans *The True Cost*, les raccords articulent des discours d'experts et des témoignages et, ce faisant, l'auteur construit la narration comme une démonstration : les témoignages recueillis (preuves) illustrent et confirment les dires des experts (arguments). Ces 24 séquences sont ordonnées pour aborder chronologiquement trois grands thèmes : **l'économie**, **l'environnement** et **l'action**, qu'elle soit individuelle et collective. Pour chacun de ces trois thèmes, l'auteur combine les séquences de manière à démontrer des liens de causalités entre des faits et des conséquences. Ces conséquences se matérialisent systématiquement par un « coût » comme l'évoque le titre du documentaire :

- **L'économie** qui régit l'industrie de la « mode éphémère » est rendue problématique par l'évocation des effondrements d'usines >> le coût est ici la vie humaine
- La « mode éphémère » possède des impacts sur **l'environnement** (l'homme et la nature) qui sont rendus problématiques pour plusieurs raisons :
 - cette industrie a besoin de ressources permanentes pour pouvoir fonctionner ce qui se traduit dans les faits par le recourt à l'agriculture intensive et l'usage de produits chimiques >>le coût est ici sanitaire et environnemental
 - cette industrie a besoin d'une demande permanente pour pouvoir perdurer ce qui se traduit par la promotion du matérialisme >> le coût est ici psychologique, le consommateur croit accéder au bonheur en consommant
 - lorsque les articles produits par cette industrie ne sont plus portés, ils sont « jetés » dans les pays en voie de développement >> le coût est ici environnemental et sanitaire

³⁹ P.92, Ibid

- L'**action** menée par plusieurs protagonistes à l'encontre de cette industrie est rendue problématique pour plusieurs raisons :
 - Le seul moyen offert à Shima pour lutter contre cette industrie est d'assurer une éducation à sa fille afin de lui éviter le travail à l'usine >> le coût est ici l'absence d'une mère qui est contrainte de travailler pour gagner suffisamment d'argent afin d'assurer un avenir à sa fille
 - Les ouvriers du Cambodge se heurtent aux répressions violentes de la police et à un gouvernement sourd >> le coût est ici la vie humaine

Ces raccords mentaux construisent donc une démonstration selon les modalités suivantes : un état de fait est problématisé par l'intervention d'un ou plusieurs experts, les conséquences du problème construit sont illustrées par des témoignages qui font apparaître des coûts. Nous retrouvons donc bien un rapport de causes à effets, de faits/conséquences...et si nous devons qualifier ces intervenants, nous retrouvons d'un côté des **dénonciateurs** et de l'autre des **victimes**. Cette narration ainsi construite confère donc aux différents protagonistes qui s'expriment des rôles. Sans véritablement le savoir au moment de leurs interventions, ces individus composent dans le récit fabriqué par l'auteur ce que Luc Boltanski appelle un « *système actantiel de la dénonciation* »⁴⁰.

⁴⁰ P.6, BOLTANSKI Luc, DARRE Yann, SCHILTZ Marie-Ange, *La dénonciation*. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 51, mars 1984. La dénonciation. pp. 3-40.

Le « système actantiel » de la dénonciation

Dans un article intitulé « La dénonciation », Luc Boltanski étudie le fonctionnement de la dénonciation publique. Ce faisant, il explique qu'une dénonciation instaure nécessairement un système de relations entre quatre actants⁴¹ :

1) *celui qui dénonce : le dénonciateur*

2) *celui en faveur de qui la dénonciation est accomplie : la victime*

3) *celui au détriment de qui la dénonciation est accomplie : le persécuteur*

4) *celui auprès de qui elle est opérée : le juge*

1) Qui dénonce dans le documentaire *The True Cost* ?

The True Cost, nous l'avons évoqué, est un dispositif par l'intermédiaire duquel un auteur s'exprime. *Le dénonciateur premier* est donc l'auteur Andrew Morgan qui est à l'origine du documentaire et de son dispositif (par extension, nous incluons également son équipe). Il mobilise un ensemble de moyens, parmi lesquels la narration, en vue de dénoncer. La narration se compose en effet d'un certain nombre d'actants, que nous nommons *les dénonciateurs seconds* ou *relais*, qui, par leurs discours mettent en évidence des dysfonctionnements, informent les spectateurs sur ce qui pose problème et ce faisant, dénonce un état de fait (le contenu de ces informations est étudié plus en détails ultérieurement). Et par le montage, l'auteur agence ces différents discours pour construire sa propre dénonciation. Autrement dit, nous avons deux niveaux de dénonciation interdépendants : la *macro-dénonciation* de l'auteur (le documentaire lui-même) se compose de *micro-dénonciations* (les discours) réalisées par certains protagonistes. Leurs différents profils nous ont permis d'identifier deux catégories de dénonciateurs seconds que nous avons respectivement nommés « les dénonciateurs-experts » et « les dénonciateurs-victimes ».

> **Les dénonciateurs-experts** désignent les protagonistes qui, comme le nom l'indique, font preuve d'expertise sur les domaines clés du sujet abordé comme l'économie,

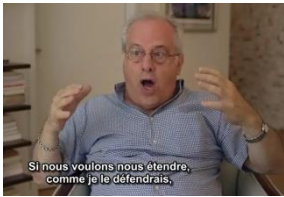
⁴¹ Ibid



l'environnement ou encore la psychologie. Ces intervenants s'expriment en tant que professionnels ou activistes et leurs positions respectives leur confèrent une certaine autorité. Ils incarnent aux yeux du spectateur le savoir : ce sont leurs compétences qui sont mises en valeur dans le documentaire et non leurs personnalités. Ils sont d'ailleurs majoritairement interviewés sur leur lieu de travail. Ils font preuve d'un certain recul sur les problématiques abordées et s'ils sont souvent des activistes (fondateurs d'associations ou militants), ce ne sont pas leurs actions qui sont mises au premier plan mais bien leurs connaissances (exception faite de Safia Minney et de Livia Firth (encadrées en vert) qui, par leurs actions respectives, incarnent des alternatives, des réponses possibles aux problèmes soulevés).

Les dénonciateurs experts

Professeurs



Richard Wolff – économiste



Mark Miller – professeur de communication



Tim Kasser – professeur de psychologie

Journaliste/Auteur



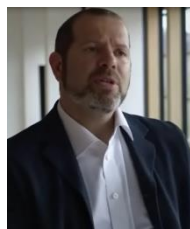
Lucy Siegle – journaliste



Tansy Hoskins – auteure



Rick Ridgeway – directeur d'affaire environnemental



Mike Schragger – fondateur Sustainable Fashion Academy



Livia Firth – fondatrice Eco Age



John Hilary – directeur executif War on Want



Christina Dean – Fondatrice, PDG Redress

Fondateurs & activistes



Vandana Shiva – écologiste



Safia Minney – fondatrice de People Tree



Satish Sinha – directeur adjoint Toxics Link

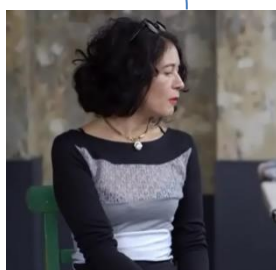


Rakesh Jaiswal – fondateur Eco Friend

Créatrices de mode



Stella McCartney



Orsola De Castro

Autres professions



Roger Lee – PDG Tal Group



Guido Brera – gestionnaire de fond



Jagdisan Tiruvadi – Retraité Monsanto

> **Les dénonciateurs-victimes** désignent cette fois des protagonistes qui ont été ou sont directement touchés par les problématiques abordées. Ce ne sont pas de simples observateurs du problème, ils en font partie en tant que victimes. L'affect est davantage présent dans leurs discours et ils ne délivrent pas seulement des expertises : ils témoignent, s'insurgent, pleurent, posent des questions et font part de leurs revendications. Ils s'expriment face à la caméra chez eux, dans un cadre qui n'est plus neutre mais personnel ou directement sur le terrain.

2) Qui sont les victimes ?

Le repérage précédent a permis d'en identifier quelques-unes. D'autres apparaissent dans le contenu et ces victimes ont la particularité d'être anonymes : aucune information n'est dévoilée sur leurs identités. Rendus impersonnels, sans auteurs, ces discours d'anonymes sont des voix qui s'élèvent au nom de tous ceux qui partagent la même souffrance. Par cet anonymat, ces victimes deviennent les représentantes de la colère, du désarroi de ceux qui ne sont pas entendus.

3) Qui sont les persécuteurs ?

L'identification des persécuteurs est complexe dans la mesure où ce n'est pas une personne en particulier qui est accusé mais le système capitaliste dans son ensemble. C'est lui qui, parce qu'il repose dans les faits sur une recherche de profit au détriment des droits de l'homme, a permis l'émergence de la « mode éphémère », l'émergence d'industries comme *Monsanto* et l'émergence de la publicité. Le spectateur lui-même, en tant que consommateur, est pris malgré lui dans ce système qui le rend coupable en consommant. Nous le verrons ultérieurement mais cette accusation du système s'effectue surtout par l'image et plus particulièrement, par le recours à des images d'archives. Néanmoins, certains des actants qui s'expriment incarnent ce système et le représentent. Cela se traduit concrètement par le fait qu'ils en soutiennent le fonctionnement, nient ses conséquences ou appellent à les relativiser. Les persécuteurs sont relativement peu nombreux au regard du nombre de dénonciateurs et de victimes. Cela s'explique par le refus des grandes entreprises



à collaborer avec l'auteur. La voix-off le précise dans le documentaire et cette absence de coopération a pour effet d'en renforcer leur culpabilité.

Les dénonciateurs-victimes



Arif Jebtik – Garment
Factory Owner



Barbara Brigs – directrice
institut du droit du travail



Dcr Priptal Singh –
directeur du centre Faridkot



Carle Pepper – cotton
farmer



Larhea Pepper – cotton
farmer



Cartherine Charlot –
couturière



Sam Rainsy –
président du parti
« Salut du Cambodge »



Sochua Mu – activiste
cambodgienne



Shima Akther –
employée d'usine textile

Les victimes



Les persécuteurs



Benjamin Powell – directeur
Free Market Institute



Helena Helmersson –
responsable durabilité H&M



Mowla Chowdhury –
propriétaire de l'usine de
Shima



Kate Ball-Young – ex-
responsable sourcing, Joe
Fresh

4) Qui sont les juges ?

Luc Boltanski explique que lors d'une dénonciation publique, les opérations accomplies ont pour objectifs de déplacer le « cas particulier » dans « l'intérêt général », d'aller du singulier vers le collectif⁴². Les témoignages et les expertises sont faits devant la caméra (qui fonctionne tacitement comme un public), ils sont donc destinés à être médiatisés. Le juge, soit l'être auprès de qui la dénonciation est portée, occupe bien une position élevée sur l'axe du singulier et du collectif puisqu'il s'agit des spectateurs et plus largement, de l'opinion publique. La particularité réside ici dans le fait que cette dénonciation a pour objectif avoué de mobiliser le spectateur contre cette industrie.

La clôture du récit documentaire

Cette mobilisation du spectateur, réalisée à la fin du documentaire, nous invite à nous pencher sur une dernière question : celle de la clôture du récit. Pour le cinéma de distraction, la figure du « happy end » domine et elle détermine les étapes narratives qui la précèdent : on retrouve (presque) systématiquement les bons et les méchants (adjuvants/opposants), l'identification d'un héros, du suspense, la poursuite, le climax et le happy-end. L'approche documentaire, celle de *The True Cost*, ne reproduit pas cette forme convenue de récit : il n'y a pas de happy end mais une fin ouverte. Si jusqu'à présent, nous nous sommes appliqués à démontrer que le documentaire est un récit, il convient désormais d'en évoquer sa spécificité.

Le montage agence des gestes, traduit des intentions et l'enchaînement des prises de vue respecte une narration, un discours sur le monde, une histoire. Mitry écrit « *La magie essentielle du cinéma tient en ceci que le donné réel devient l'élément de sa propre fabulation. [...] Si le roman est un récit qui s'organise en monde, le film est un monde qui s'organise en récit.* »⁴³ Le cinéma de distraction est un monde organisé en récit qui, comme le souligne Jean-Marie Schaeffer⁴⁴, s'épuise dans les focalisations et les aspects choisis par l'auteur. Or, le réel lui n'est jamais épuisé par les représentations que nous en donnons : il

⁴² P.5, Ibid

⁴³ P.54, Ibid

⁴⁴ Ibid, citation extraite de SCHAEFFER Jean-Marie, *Pourquoi la fiction ?*, Seuil, 1999, p.229

ne s'arrête pas au happy-end, il continue et il déborde. François Niney⁴⁵ pense que c'est ici, dans l'inachèvement et l'inépuisable du réel, que le documentaire se distingue des fictions canoniques. Il défie les formes canoniques de la fiction pour faire un récit non clos sur le monde qu'il organise mais plutôt une œuvre ouverte sur le réel. En ce sens, tenter de figer le contenu de *The True Cost* dans un modèle narratif, même celui établi par Greimas qui est pourtant reconnu pour pouvoir s'appliquer à tout récit, semble une opération vouée à l'échec. Pour s'en convaincre, il suffit de constater que la séquence finale de notre objet, cet appel à la mobilisation citoyenne, ne répond pas à la séquence initiale puisqu'il n'y a pas de « retour à un équilibre » qui justifie la clôture du récit. Au contraire, le spectateur ne peut pas se satisfaire de cette fin puisqu'il sait que ce qu'il vient de voir va continuer avec ou sans sa mobilisation et non s'éteindre, disparaître avec la venue du générique. C'est en cela que nous pouvons dire que le réel déborde de la fiction documentaire et c'est aussi ce qui fait sa force.

Au terme de ce premier chapitre, nous avons vu d'abord *pourquoi* les discours et les performances qui composent le documentaire peuvent légitimement dénoncer : ils abordent un sujet qui les inscrit dans un débat public préexistant. Nous nous sommes ensuite attelés à comprendre *comment* le documentaire peut dénoncer. La première réponse apportée invite à considérer les discours et les performances comme étant le résultat d'un dispositif à la fois technique et humain par l'intermédiaire duquel l'auteur peut représenter le monde et prendre position. Là où le monde se représente s'élabore un récit : c'est la deuxième réponse apportée à la question du *comment*. Les discours et les performances construisent un récit qui possède la particularité d'être organisé en séquences et de ne pas être clos sur lui-même. Ce récit repose sur un schéma actantiel particulier composé de juges, de victimes, de persécuteurs et de dénonciateurs. Avant d'aborder les discours de ces actants, nous souhaitons poursuivre notre réflexion en étudiant d'abord les performances qui composent *l'esthétique de la dénonciation documentaire*.

⁴⁵ Ibid

Partie 2 - L'esthésie de la dénonciation documentaire : des prises de vues, des archives et une musique en action

Chapitre 4 : Des prises de vues qui dénoncent

L'inévitable mise en scène du monde

Lorsque nous évoquons un film, nous parlons volontiers de ses images. Or, un film est en réalité constitué de *prises de vues*. La prise de vue, c'est d'abord le propre de la photographie, ce dispositif magique d'impression optique qui saisit et reproduit l'instant dans la forme de son apparaître. Le cinéma, lui, se compose de prises de vues *au pluriel*. Une série de micro-tranches d'espace-temps se succède rapidement, discrètement et crée un effet de réel. Le cinéma opère, à partir de ces « morceaux de monde », *des plans*. Comme les phrases d'un roman, les *plans* d'un film organise une vision mentale et pour ce faire, ils partent de l'exercice de la vue au sens physique : on donne au spectateur l'illusion de voir des lieux « comme s'il y était ». En ce sens, à l'origine de toute narration documentaire se trouve d'abord *une monstration*. Ou, pour le dire autrement, le récit d'un documentaire repose et se construit avant tout sur du « *montré* ». Et c'est ce « *montré* », cette modalité de « faire voir » que nous souhaitons aborder ici. Pourquoi ? Parce que la manière avec laquelle un auteur *montre le monde* n'est jamais aléatoire ni hasardeuse comme en témoigne l'interrogation de Vertov :

« Où placer ma caméra dans l'offensive que je lance contre le monde visible ? »⁴⁶

Filmer le monde visible est *une offensive* puisqu'il s'agit bien, comme le relève Bresson, de « *faire voir ce que tu vois par l'entremise d'une machine qui ne le voit pas comme tu le vois* »⁴⁷. En cela, le cinéma s'apparente au théâtre, il délivre bien une représentation sauf que sa scène à lui, c'est le monde dans lequel nous vivons et que nous partageons. Et pour que la machine qui filme voit le monde comme l'auteur le voit, pour

⁴⁶ P.16, Ibid, citation extraite de VERTOV Dziga, *Naissance du Ciné-Œil*, 1924

⁴⁷ P.31, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p.citation extraite de BRESSON Robert, *Notes sur le cinématographe*, 1975, p79

qu'elle *traduise* son regard, il doit nécessairement recourir à une *mise en scène*. Cette affirmation que nous posons contredit une première erreur courante que nous avons déjà évoquée, celle de croire qu'un documentaire se tournerait sans mise en scène, qu'un film pourrait se faire simplement en faisant tourner la caméra. La seconde erreur qu'il ne faut pas ici commettre, c'est, au contraire, de croire que tout étant mis en scène, tout serait truqué, qu'il n'y aurait donc « rien de vrai là-dedans » et que pour qu'il soit vrai, un documentaire ne devrait pas être mis en scène. Qu'il y en ait trop ou pas, cette notion de « mise en scène » pose problème. Pour en sortir, il nous faut clarifier ce qu'on peut entendre par mise en scène au cinéma.

Au sens restrictif, nous dit François Niney⁴⁸, la mise en scène désigne ce qu'on place devant la caméra, la façon dont on le place et le fait agir : c'est ce qu'on appelle le *profilmique*. L'auteur doit ensuite *cadrer* ce « prévu », cet agencement pour en tirer des vues, enregistrer des plans. Puis, dans un troisième temps, tous ces plans sont ensuite coupés, collés et ré-agencés au montage. L'expression « mise en scène » s'étend à l'ensemble de ce processus : *profilmique/cadrage/montage*. Même si l'auteur du documentaire *The True Cost* n'effectue pas une mise en scène jouée par des acteurs, il fait néanmoins un travail plus ou moins créatif par ses choix de cadrage et de montage. Pour cette raison, nous le comprenons, faire un documentaire, c'est toujours mettre en scène puisque c'est au minimum choisir certains angles, aspects, moments pour faire un plan, puis couper, associer et interpréter ces bouts de réalité, ou plus exactement ces bouts *prélevés* dans la réalité, pour en tirer un film qui les montre. Filmer, ce n'est pas simplement faire tourner l'appareil, c'est forcément mettre en scène et propager une certaine vision dont *on se trouve responsable* : le documentariste doit toujours trouver une réponse à la question du *comment* et *pourquoi* il montre.

« *Puisque tu n'as pas à imiter, comme peintres, sculpteurs, romanciers, l'apparence des personnes et des objets (des machines le font pour toi), ta création ou invention*

⁴⁸ P.39, Ibid

s'arrête aux liens que tu noues entre les divers morceaux de réel saisis. Il y a aussi le choix des morceaux. Ton flair décide.»⁴⁹

Focalisation & ocularisation

Avant d'aborder la mise en scène du documentaire *The True Cost*, il nous faut préalablement tenir compte des spécificités de l'écran par rapport à celles l'écrit. L'analyse d'un écrit permet d'identifier une dimension clé du récit qui est *la focalisation* de son auteur. La focalisation, c'est le point de vue selon lequel est envisagé, pensé et narré l'événement autrement dit, de la focalisation découle le style employé par l'auteur qui raconte. C'est d'elle que provient ce que Frédéric Lambert a nommé *l'esthésie de la dénonciation* en évoquant le style d'écriture d'Albert Londres dans *Terre d'ébène*. Le récit cinématographique, lui, se donne à voir et à comprendre par la combinaison de ce qu'il *montre* (profilmique + cadrage) et de ce qu'il *narre* (montage)⁵⁰. Conséquence, le récit produit ne fait donc pas apparaître une dimension clé mais deux :

- La *focalisation*⁵¹ qui permet, comme pour l'écrit, de narrer les événements par l'intermédiaire du montage grâce auquel l'auteur ré-agence, croise et alterne les prises de vues réalisées pour nous raconter une histoire selon un certain point de vue
- L'*ocularisation*⁵² qui désigne cette fois le processus par l'intermédiaire duquel *le montrer* (les prises de vues) s'effectue. Le point de vue n'est pas ici une façon d'envisager les choses mentalement mais de les dévisager au sens physique du terme, d'en faire des « vues ». L'ocularisation est produite par le profilmique (qu'est-ce que je filme du monde ?) et le cadrage (quel regard je porte sur ce que je choisis de filmer ?) Les prises de vues sont donc le résultat d'une articulation entre vision mentale et regard physique, entre vue objective (caméra) et vision subjective (auteur) du monde.

⁴⁹ P.38, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p, citation extraite de BRESSON Robert, *Notes sur le cinématographe*, Gallimard, Paris, 1975

⁵⁰ P.82, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p.

⁵¹ Ibid

⁵² Ibid

Focalisation et ocularisation résultent donc de choix et contribuent à l'élaboration de ce que nous avons nommé dans l'introduction *le style de mise en scène* du documentaire. Ce sont, pour reprendre les mots de Vertov, *des actions offensives*, des performances réalisées par l'auteur pour traduire son intention qui est ici de dénoncer. Dans ce qui suit, ocularisation et montage sont observés de manière à présenter les différentes façons choisies par l'auteur pour y parvenir.

L'exposition critique des faits

Ce que nous nommons « exposition critique des faits » renvoie dans le documentaire *The True Cost* à ces prises de vues qui se succèdent avec pour intention de signifier « la face et l'envers » d'un même fait. Les choses qui sont cadrées par la caméra semblent se montrer d'elles-mêmes, elles se donnent à voir « comme elles sont », comme si elles n'étaient pas filmées. Tout comme nous lisons une description dans un livre sans nous demander « qui est derrière », nous regardons ces plans à priori sans nous poser de questions : nous voyons simplement que. Cette ocularisation neutre des plans se réalise dans une volonté d'exposer des faits : par ces cadrages nous voyons des mannequins posées devant un objectif, nous voyons une couturière travailler... etc. La critique se formule par le biais de la focalisation réalisée par le montage et qui fait se succéder ces images que nous avons capturées ci-dessus. Elles fonctionnent par binômes : la prise de vue de la couturière suit celle des mannequins, celle où l'on voit le mannequin se faire maquiller laisse place à celle où nous voyons les employées d'une usine textile, au traveling d'une ville développée (probablement Tokyo) se succède un travelling de bidons villes etc. Ce montage alterné, qui multiplie les points de vue, focalise le spectateur sur cette alternance entre pays développé/pays en développement, luxe/pauvreté, promotion/production.



La magie du montage donne l'illusion que ces prises de vue qui se succèdent se déroulent au même moment, de manière simultanée et le spectateur comprend qu'à l'instant où ces trois jeunes filles, de dos, contemplant la fumée qui s'échappe des usines, un défilé a lieu de l'autre côté du globe, qu'à l'instant où ce mannequin se fait maquiller, des femmes dans un autre pays confectionnent les vêtements qu'elle va certainement porter...etc. C'est la neutralité respective avec laquelle ces prises de vue sont effectuées qui permet à l'auteur de les associer dans un montage alterné, de créer une illusion de simultanéité et de porter un regard critique. Ce que l'auteur dit ici en filigrane au spectateur c'est : « regarde, en fonction d'où tu te trouves, le monde se présente à toi différemment, ta conception de la réalité change ». Ici, c'est le défilé qui importe, là c'est la confection des vêtements qui seront portés pour le prochain défilé, ici les magasins et la consommation règnent en maître, là ils sont remplacés par la misère et le dénuement. Par l'effet de contraste qu'il produit, le montage de ces prises de vues met en évidence les distances qui séparent les mondes représentés. Et c'est en révélant ces distances que l'auteur dénonce : « regarde ce que tu ne vois pas dans ta réalité et qui lui est pourtant corrélé. »

Mauvaise surprise

Une « mauvaise surprise », c'est lorsque le cadrage et le montage nous tendent un piège, jouent de leurs pouvoirs respectifs pour nous induire un temps en erreur. Il n'y a qu'une seule mauvaise surprise dans le contenu de *The True Cost* mais elle mérite le détour. L'une des victimes anonymes se confie face à la caméra et évoque l'effondrement du Rana Plaza. La caméra est placée en bissectrice entre la place où se tient la victime et l'interlocuteur (que nous ne voyons pas) auquel elle s'adresse.



Durant son témoignage, le cadrage est resserré sur le visage de la victime. À la fin de ses confessions, par un effet de champs/contre champs, la caméra bascule à 180° pour se retrouver face à la victime et en recul. Nous pouvons alors la contempler dans son intégralité, voir ce que son interlocuteur voyait et que nous ne voyions pas jusqu'ici à savoir son corps. Cet effet de surprise, de mauvaise surprise, surprend le spectateur qui ne « s'y attend pas » et cristallise le malheur de cette victime : c'est son récit des événements qui importe d'abord, c'est sur lui que nous focalisons notre attention puis, ce récit une fois terminé, ses conséquences deviennent manifestes par la vue : elle a perdu ses deux jambes. L'auteur crée ici une intensité dramatique. Il joue sur l'affect et construit son montage en anticipant la réception. Il veut choquer le spectateur et du même coup, le révolter. Il nous dit par l'intermédiaire de la monstration : voici l'une des conséquences de la « mode éphémère ». En se tenant simplement là, face à la caméra et en silence sur le deuxième plan, la victime incarne la souffrance, la douleur et le drame provoquée par l'industrie textile. Par les effets du cadrage et du montage, l'auteur a amplifié la dénonciation produite par ce corps meurtri en retardant sa monstration puis en l'imposant brusquement au spectateur qui se dit alors « depuis le début, je pensais que cette femme possédait ses deux jambes... ».

L'adresse

Nous reprenons ici un terme de François Niney. « *L'adresse* »⁵³, c'est lorsque le filmeur adresse explicitement ses images au spectateur sur le mode de l'interlocution : « tu vois, je te montre que ... ». Cette modalité est souvent accompagnée, et c'est le cas dans *The True Cost*, par une voix-off hors champs ou par les propos d'un protagoniste. Cette modalité de la monstration ne recherche donc pas l'identification du spectateur, son absorption dans le champ, mais le vise au contraire dans son altérité. Il s'agit d'un échange de regard conscient qui se traduit par une ocularisation neutre, par un va-et-vient critique entre « toi qui regarde » et « moi qui filme ». Contrairement à l'exposition critique des faits évoqués précédemment, l'adresse ne repose pas sur le montage alterné de prises de vues et l'illusion de leur simultanéité. Elle ne croise pas des mondes opposés mais montre simplement le monde qu'on filme qui est le même que celui d'où l'on filme. La plupart des prises de vues adressées au spectateur dans le documentaire *The True Cost* sont à l'image de celles sélectionnées sur la page suivante: elles donnent à voir la pollution, la maladie, l'insalubrité, la saleté, un environnement dévasté et des conditions de travail pénibles. Si nous pouvons les décrire ainsi, c'est parce qu'elles sont contextualisées et agencées dans un discours : elles sont *adressées*. Il est important de comprendre que si ces prises de vues documentent un moment donné du monde filmé, elles ne contiennent pas d'évidence immédiate et suffisante pour qu'elles signifient. Seul leur montage, que ce soit avec des paroles, d'autres images ou avec la musique nous permet d'en tirer un sens. La violence de ces plans corroborent ici les discours de la voix-off et ceux des protagonistes et l'ensemble, discours ET prises de vues, constituent des arguments employés par l'auteur pour dénoncer.

⁵³ P.86, Ibid



En Occident, ils utilisent des bas prix au quotidien.



pour des gens sans alternative.



Plus de 85 % de ces ouvriers sont des femmes.



Plus de 85 % de ces ouvriers sont des femmes.



70 to 80 children in each village
70 à 80 enfants dans chaque village font face



Pendant un temps, la récolte d'une production augmente



Les gens vont acheter un carton plein de vêtements.



« Etant donné que le cinéma reproduit la réalité, il finit par renvoyer à l'étude de la réalité. Mais d'une façon nouvelle et spéciale, comme si la réalité avait été découverte à travers sa reproduction, et que certains de ses mécanismes d'expression n'étaient apparus que dans cette nouvelle situation réfléchie. »⁵⁴

L'enjeu du documentaire *The True Cost* n'est donc pas de reproduire le monde mais, par l'intermédiaire de sa mise en scène, de l'interroger et de révéler ses dysfonctionnements en cherchant des angles de vues révélateurs et un montage significatif. Aussi automatiques qu'elles puissent paraître, ces prises de vues supposent en amont le choix d'un objectif, un paramétrage de la visée, une programmation de l'instrument filmique en fonction des « données » que l'auteur veut recueillir, c'est-à-dire de l'angle sous lequel il envisage et dévisage les phénomènes du monde qui l'entoure. Ces images, qui sont par la suite traitées au montage, engagent l'interprétation de plusieurs regards humains qui ne sont pas des contemplations muettes d'une vérité qui serait révélée par l'écran mais plutôt des confrontations, des regards comparatifs mesurant des différences et opérant des rapprochements pour construire et dénoncer des faits. Ces images sont enfin présentées au spectateur avec pour intention de produire certains effets : du simple échange de regards à

⁵⁴ P.13, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p, citation extraite de PASOLINI, P.P, *L'Expérience hérétique*, 1966

la mauvaise surprise, en passant par l'exposition critique des faits, le regard du spectateur est pris en considération et anticipé de manière à être guidé. Ces prises de vues ne cachent pas leurs intentions et elles deviennent, dans le cadre précis du rituel documentaire, des performances : elles font actes, elles dénoncent. D'autres prises de vues accomplissent cette performance dans le récit. Elles sont particulières parce qu'elles ne sont pas produites par l'auteur : nous les avons appelées les « archives ».

Chapitre 5 : Les archives, ces images qui (se) réfléchissent

*« Depuis cent ans, depuis l'invention du cinéma, notre histoire ne s'interprète plus seulement à la lumière des monuments et vestiges écrits ou iconographiques, elle se joue et se rejoue sans cesse sous nos yeux, « en direct » dirait-on, à travers des actualités devenues archives, des célébrités ou des témoins filmés, des reconstitutions. »*⁵⁵ écrit François Niney. Le film et la vidéo sont devenus les archives immédiates de notre époque et dans le contenu du documentaire *The True Cost*, nous en trouvons quelques-unes sous la forme de spots publicitaires, de vidéos amateurs, de vidéos YouTube et d'extraits d'émissions télévisées. Pourquoi les convoquer ? À quoi servent ces archives ? Quel rôle jouent-elles relativement à la dénonciation formulée par l'auteur ? C'est ce que nous proposons d'élucider dans cette partie.

Des images « documents »

Ces prises de vues possèdent des spécificités qu'il nous faut mentionner. Elles proviennent de l'« extérieur » et s'il est certainement possible d'en identifier la provenance, elles se présentent au spectateur sans laisser apparaître leurs auteurs respectifs. Elles sont en cela comparables à des citations anonymes que nous retrouverions dans un texte. Rendues orphelines, elles sont en plus détachées de leurs contextes initiaux de diffusion et de réception : Ces images sont-elles initialement à destination du grand public ? D'un public privé ? Spécialisé ? Familiale ? Ont-elles été diffusées à la télévision et/ou sur internet ? Le spectateur ne peut pas répondre à ces questions. La problématique de ces images, c'est qu'elles sont reprises dans un rituel, celui du documentaire, qui n'est pas celui dans lequel

⁵⁵ P.248, Ibid

elles ont initialement pris effet. Et dans le même temps, détachées des conventions qui les ont produites, ces images sont malgré tout reconnaissables par leurs codes : le spectateur reconnaît la publicité, la vidéo YouTube, l'émission télévisée et la vidéo amateur. Mobilisées hors de leurs contextes de significations originels, ces images deviennent ici ce que nous appelons des images « documents » qui sont identifiables par le spectateur mais dont les significations dépendent désormais d'un autre rituel que ceux qui les ont vus naître, celui que l'auteur leur impose, celui du documentaire. La question n'est plus de savoir ce qu'elles signifiaient auparavant mais plutôt ce qu'elles signifient désormais, ce qu'elles documentent. Qu'est-ce qu'elles documentent ? C'est la problématique élaborée par l'auteur et à laquelle elles sont confrontées qui va le déterminer puisqu'elle les ravive, les reproduit et les réinterprète. « *C'est la question qui construit l'objet historique, en procédant à un découpage original dans l'univers sans limites des faits et des documents disponibles* » (Prost, p.79)⁵⁶. Ces images préexistent à l'état de « documents » et c'est bien le travail effectué par l'auteur qui les choisit, les prélève et en tire un sens qui leur assigne un rôle documentaire.

De l'image « document » au rôle documentaire

Ces archives sont, comme les autres prises de vues, mises en scène par l'auteur et c'est cette mise en scène qui leur assigne un rôle nouveau, celui de documenter. Il ne s'agit pas ici d'adopter un certain point de vue face au monde par l'intermédiaire du cadrage. Il est plutôt question pour l'auteur de choisir ce qu'il veut re-montrer : « Qu'est ce je souhaite resservir, faire revoir au spectateur ? » S'il ne peut pas cadrer lui-même ces archives, il peut en effet choisir de mettre en évidence certains cadrages plutôt que d'autres. La mise en scène commence ici, avec le choix et le prélèvement des cadrages qui apparaissent les plus appropriés pour traduire l'intention de l'auteur. Andrew Morgan choisi de réactualiser des images familières qui s'inscrivent dans nos traditions de représentations. Il nous offre ici la possibilité de faire usage de ces archives comme un jeu de reconnaissances. Ce choix précise son intention qui est d'interroger nos images, celles que nous produisons aujourd'hui et auxquelles nous sommes confrontés au quotidien. Une petite explication s'impose ici : si

⁵⁶ P.254, Ibid, citation extraite de PROST Antoine, *Douze leçon sur l'histoire*, Point, Seuil, Paris, 1996

nous les qualifions « d'archives », ce n'est pas parce qu'elles appartiennent à un passé révolu mais simplement parce qu'elles préexistent les prises de vues du documentaire.

La mise en scène se poursuit ensuite avec le montage par l'intermédiaire duquel ces archives deviennent des matériaux filmiques, des bouts de monde, des tranches de réalité et des morceaux d'événements qui ponctuent le récit. L'auteur possède ici une latitude d'action plus importante : il peut découper, rapprocher et articuler ces archives entre elles pour leurs faire dire ce qu'il souhaite. Les différentes archives convoquées dans le récit connaissent un traitement similaire, elles sont *remontées* par l'auteur de manière à produire systématiquement une impression de profusion, voire de saturation : les images des spots publicitaires sont découpées et mélangées entre elles, les vidéos amateurs sont entrecoupées et mélangées avec des images d'informations télévisées et les vidéos YouTube connaissent le même traitement que les spots publicitaires. Par cet amas d'images et l'effet de profusion créé, l'auteur reproduit et dénonce ce sentiment de trop-plein d'images médiatiques que le spectateur, sollicité de toute part dans son quotidien, connaît bien. Cependant, ces prises de vues faites par d'autres ne sont pas seulement remonter comme une bande illustrative du harcèlement médiatique que nous vivons. Elles sont aussi raccordées aux prises de vues de l'auteur afin que le spectateur puisse les re-regarder d'un œil nouveau. Dans *La Conscience, une biologie du moi*, Israël Rosenfield livre une formule qui décrit fort bien l'enjeu de cette mise en scène : « *La mémoire, c'est du passé reconstruit en fonction du présent. Mais, notre conscience du présent dépend étroitement de notre passé. Par conséquent, la conscience, c'est le présent reconstruit en fonction du passé.* »⁵⁷ Ces images, convoquées dans le rituel du documentaire et confrontées aux prises de vues de l'auteur sont mises en tensions et interrogées comme des icônes de notre passé-présent. En nous les montrant, l'auteur nous dit : *je ne suis pas l'auteur de ces images et de ces pensées qui appartiennent à d'autres, ces autres ne sont pas des personnes que je finance mais leurs pensées et leurs images sont remises au travail à la lumière des réflexions que je propose et qui creuse un écart entre un alors et un maintenant.*

La convocation de ces prises de vues familière indique que l'auteur prend en compte ce que nous voyons, ce que nous avons vu et ce que nous avons cru voir à travers ces images

⁵⁷ P.249, Ibid, citation extraite ROSENFELD Israël, *La Conscience et la biologie du moi*, Eshel, Paris, 1990

que nous partageons. Elles ont ordonné, et ordonnent toujours en dehors du documentaire, une vision du monde, une croyance et ce qui importe ici c'est ce qu'elles nous disent désormais au moment de cette nouvelle réception. Ces archives entrent en résonnance avec la mémoire et la culture du spectateur qui peut les reconnaître. Articulées au montage et confrontées aux autres prises de vues, elles représentent et symbolisent à la fois le monde naturel et culturel que nous partageons avec l'auteur et qui est critiqué. C'est en les réactualisant comme des témoins de notre époque que l'auteur leur assigne un rôle documentaire : elles se *réfléchissent* à la lumière de la nouvelle chaîne de signifiés (discours et prises de vues de l'auteur) dans laquelle elles sont prises. Elles fonctionnent comme un discours orienté et adressé au spectateur. À travers ces images miroirs, ce sont nos croyances, nos pratiques et les institutions qui nous lient qui sont dénoncées. La « nature » originelle de ces archives devient seconde puisqu'elles occupent une nouvelle fonction assignée par le montage et qui leurs fait dire autre chose que ce pour quoi elles avaient été conçues initialement.

De cette façon, **la publicité** n'est plus reçue par le spectateur en tant que telle. Son message promotionnel initial s'efface pour révéler l'idéologie matérialiste qui l'habite et les stéréotypes qui l'habillent. Parce qu'elle est une promotion et une invitation au consumérisme, la publicité endosse ici une nouvelle fonction, celle de refléter la société de consommation dans laquelle nous évoluons et dont les pratiques et les conséquences font l'objet de la dénonciation du documentaire.



Les **vidéos YouTube** dans lesquelles des jeunes filles présentent fièrement leurs nouvelles acquisitions vestimentaires et les **vidéos amateurs** qui montrent successivement des foules qui se bousculent dans les magasins au moment des soldes et du Black Friday fonctionnent ici comme des illustrations qui sont symptomatiques des conséquences de notre société de consommation sur les consommateurs : bercés d'illusions par la publicité, ces jeunes filles et ces individus qui se battent pour acheter pensent, croient accéder au bonheur et sont persuadés d'exister en consommant.

Les **extraits d'émissions télévisées**, qui englobent à la fois des extraits de journaux et d'émissions en tout genre, reflètent notre traitement de l'actualité qui apparaît ici futile et superficiel aux regards des informations transmises par l'auteur. C'est notre rapport au monde qui nous entoure qui est ici remis en question à



travers la convocation de ces archives : les informations transmises par la télévision méritent-elles vraiment notre attention ? Nous informent-elles véritablement sur le monde qui nous entoure ? Sommes-nous vraiment conscients des réalités ? De l'urgence de certaines situations ?

Par ce croisement de regard, par ce va-et-vient entre un monde familier et un monde en train de se connaître, l'auteur effectue un travail de représentation qui permet au spectateur de reconsidérer ces images familières avec une distance nouvelle. L'auteur lui permet de saisir de qu'il voyait alors et ce qu'il voit maintenant, ce qu'il voit désormais qu'il ne voyait pas alors. Ces images nous regardent à leur tour, comme un retour à l'envoyeur ; elles nous interpellent et nous inquiètent de leurs dangereuses métastases possibles, elles nous demandent justice et peuvent nous donner envie d'agir : en cela elles sont, elles aussi, des performances. Ces archives, en tant que *représentations* des événements, ont un envers : elles trahissent des intentions qui invitent à la réflexion. La tâche du documentariste n'est donc pas seulement d'exprimer sa propre pensée mais aussi celles des autres ...Mêmes si ces pensées imbriquées sont finalement composées avec sa propre vision du monde. Dit autrement, l'auteur élabore une réflexion sur le monde avec et à travers les réflexions et les images des autres. Le regard de l'auteur, qui est ici formellement personnel, dépend malgré tout de ce que nous, spectateurs, nous avons vu avant d'adopter (ou non) le regard porté par la caméra. Le documentaire peut se voir à l'arrivée comme le résultat d'un ajustement plus ou moins réussi entre son dispositif et le réel qu'il poursuit, entre les réalités saisies, cadrées et découpées et la vérité montrée qu'il en produit, une vérité qui n'est pas unique mais pas arbitraire. La performance de ces images ne réside pas dans leur faculté à réinventer le monde que nous connaissons. Au contraire, leur performance est ici celle de redire ce monde pour pouvoir mieux le dénoncer et envisager ensemble ce qu'il pourrait être.

Chapitre 6 : La musique

Que serait l'ensemble de ces prises de vues sans la musique qui les accompagne ? Pour clore cette partie, nous souhaitons nous attarder un instant sur un dernier élément fondamental de la mise en scène du documentaire : la musique. L'enjeu est ici de comprendre comment elle participe elle aussi à l'élaboration de la dénonciation de l'auteur.

Le langage musical

Indépendamment de son utilisation dans un produit audiovisuel, il est important de souligner que la musique est déjà un *langage* en soi. Pour beaucoup de compositeurs et pour la plupart des auditeurs, le propre de la musique c'est d'être *expressive*. Elle possède sa propre narration et sa propre intentionnalité. Elle « *renvoie à autre chose qu'aux sons et aux architectures sonores qui la composent ; elle nous plonge dans un état psychologique et physiologique spécifique qui ne se confond pas avec l'excitation sensorielle produite par les signaux acoustiques et qui se différencie clairement de l'état psychologique déclenché par les autres stimulations sonores de l'environnement.* »⁵⁸ explique Emmanuel Bigand. La musique *médiatise* en quelque sorte l'intention de son compositeur qui entend, par et à travers elle, susciter certains affects, exprimer et faire ressentir telle ou telle émotion. Elle est en cela une performance puisqu'elle appelle l'*empathie* de celui ou de celle qui l'écoute. Empruntée à Freud, la notion d'*empathie*⁵⁹ désigne la capacité à sentir avec l'autre, un mouvement de compréhension sensorielle et affective de ce qui est exprimé par autrui. Lorsque nous écoutons de la musique, les déclencheurs de l'*empathie* sont à la fois externes (la musique d'autrui) mais aussi internes dans la mesure où elle renvoie à nos pensées, à nos croyances et à notre histoire.

La musique s'apparente donc à bien des égards au discours oral : de la même façon qu'une proposition est adressée à quelqu'un avec une intention, la musique produit des sons qui ont pour objectif de provoquer une réaction émotionnelle de l'auditeur et de lui transmettre un message. Contrairement au texte et à l'image, le discours oral et la musique

⁵⁸P.79, MERLIER Bertrand, « Analyse des mécanismes émotionnels dans la fiction », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand, éd. DELATOUR France, citation extraite de BIGAND Emmanuel, « Les émotions musicales », *Pour la Science* n°373, (Nov.2008)

⁵⁹P.72, Ibid

ont également pour point commun le fait d'être impalpables : ils ne peuvent pas être visualisés par leur récepteur. Cependant, là où un émetteur verbalise une intention, un compositeur l'exprime par l'intermédiaire de sons qui ne sauraient être remplacés par des mots. La traduction du langage musicale en langage verbale est en effet délicate puisque le signifiant musical ne correspond pas à un vocabulaire verbal précis. Les musiciens ont certes développée un vocabulaire musical sophistiqué pour pouvoir la décrire mais ils ont bien souvent recours à des symboles pour pouvoir justement pallier à l'impuissance des mots. Toute description verbale de la musique est donc par nature approximative. Elle est aussi subjective puisque le langage des sons est un processus de communication ouvert : chacun est théoriquement libre, en fonction de ce qu'il est, de ressentir ce qu'il veut lors de son écoute.

Méthodologie d'analyse des musiques du film documentaire

Christophe Da Conceicao en vient à conclure dans son mémoire de fin d'étude sur la musique de publicité⁶⁰ que la conception d'un message musical dans une production audiovisuel échappe donc en partie à ses créateurs eux-mêmes qui ne font que mesurer son efficacité à *posteriori* avec ce simple constat : « cela fonctionne ! » ou « cela ne fonctionne pas ! » Comment *fonctionnent* les musiques du documentaire étudié ? Parce qu'ils sont difficilement verbalisables, les messages musicaux possèdent précisément la spécificité de pouvoir dire ce qui ne peut être dit dans une production audiovisuelle, d'exprimer des choses que l'image et le discours seul ne sauraient exprimer. Que nous disent-ils ici de plus que les images et les discours ici et comment ? Si nous cherchons à décrire ces musiques, nos descriptions seront inévitablement inexactes et subjectives. Pour pouvoir les étudier et comprendre comment elles fonctionnent, notre travail consistera plutôt à observer et à nous appuyer sur les effets qu'elles produisent de manière à identifier au mieux l'intention médiatisée par le compositeur et l'auteur du documentaire.

⁶⁰ P.93, MERLIER Bertrand, « Pourquoi s'intéresser à la question de la traduction des émotions dans les produits audiovisuels ? », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand, éd. DELATOUR France, reprend les propos de Christophe Da Conceicao, *Le Rôle de la musique dans la publicité*, 2007

D'un constat simple découle la méthodologie que nous avons adoptée pour pouvoir y parvenir : les musiques du documentaire ne peuvent être dissociées du documentaire. Pour pouvoir caractériser les émotions et les sensations qu'elles procurent, nous devons donc prendre en compte leurs liaisons respectives avec le discours visuel et verbal. Ce n'est que de cette façon que nous pourrions saisir les émotions qu'elles ajoutent, accentuent et intensifient par rapport à ce qui se dit et se montre. Ces émotions ont pu être identifiées grâce au schéma réalisé par Bertrand Merlier⁶¹ (figure ci-dessous) à l'issue de la lecture de deux ouvrages de Michel Imberty. Une fois ces émotions identifiées, il est possible de déduire les intentions de l'auteur. Dans le tableau qui suit figurent les résultats de nos analyses. Pour chaque musique, nous avons procédé de la façon suivante :

- Pour chaque titre de musique correspond une séquence particulière du documentaire que nous avons repérée
- Nous l'avons visualisé et identifié les émotions produites par la musique grâce au schéma de Bertrand Merlier
- Nous en avons par la suite déduit les intentions médiatisées de l'auteur

⁶¹ P. 283, MERLIER Bertrand, « Un outil de représentation des relations son-image basé sur des mots et des concepts simples », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand, éd. DELATOUR France

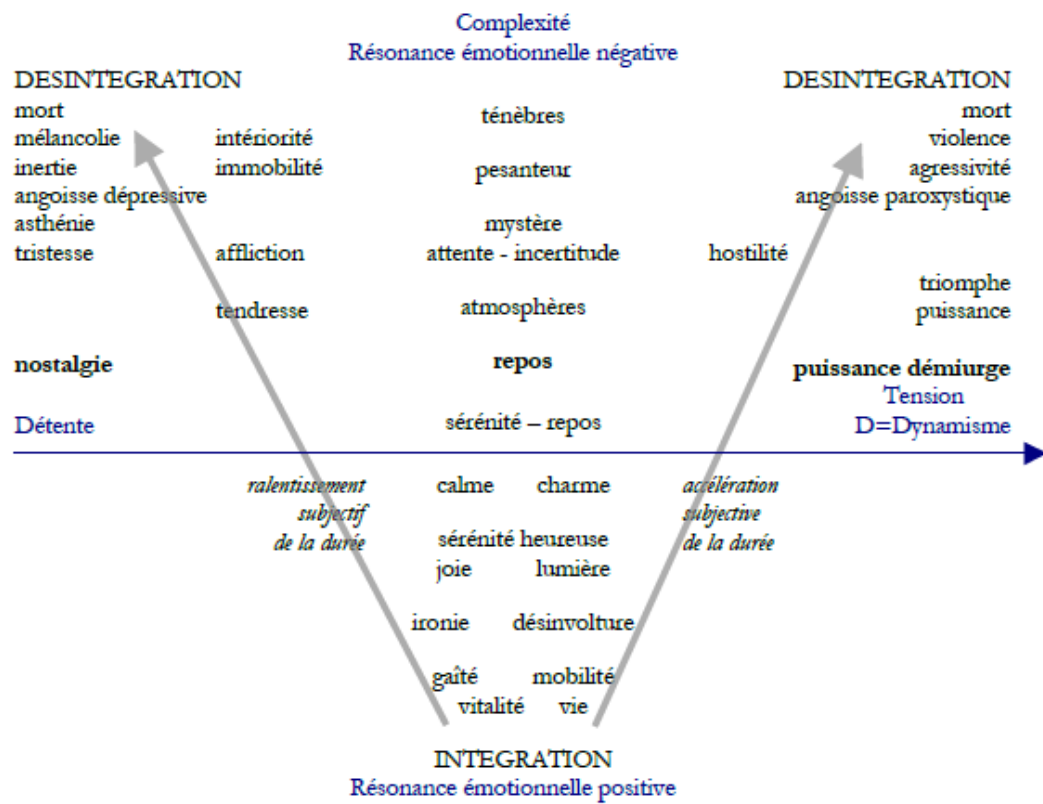


Tableau 2 : Contenu émotionnel de la musique (d'après Imberty)



Nom de la musique	Contenu émotionnel de la musique	Scènes associées	Intensions médiatisées par l'auteur
<i>The True Cost Main Titles</i>	Pesanteur Mystère Atmosphère	00'20 – 02'16 L'ouverture du film documentaire	Souligner, insister sur la complexité et la gravité du sujet abordé/ renforcer l'effet de suspens
<i>How it began</i>	Hostilité Angoisse paroxystique	02'17- 04'18 Présentation de la « mode éphémère »	Exprimer son hostilité vis-à-vis de la mode éphémère
<i>Where It All Came From</i>	Ironie Désinvolture	04'18- 05'18 Scènes qui expliquent comment nous en sommes venus économiquement à la « mode éphémère »	Se moquer du fonctionnement absurde de l'économie (regard critique)
<i>Fast Fashion</i>	Triomphe Puissance Agressivité	05'18- 06'44 La mode éphémère et la société de consommation (images d'archives multiples : publicités, émissions télévisées..)	Exprimer le triomphe, la puissance et l'emprise de la mode éphémère sur nos sociétés modernes
<i>Rana Plaza</i>	Pesanteur Mort Angoisse Immobilité	08'00-09'44 L'effondrement d'usines (notamment le Rana Plaza)	Renforcer les émotions produites par les images : la tristesse, le désarroi, le deuil
<i>Are Sweatshop Good ?</i>	Ironie Hostilité	14'20 – 16'24 Des explications d'experts favorables à l'industrie de la mode éphémère	Exprimer son insatisfaction face aux réponses de ceux qui défendent la mode éphémère : les tourner en ridicule
<i>Safia's Story</i>	Sérénité heureuse Lumière Joie	18'16-19'30 Présentation de l'histoire de Safia Minney, fondatrice de People Tree	Présenter People Tree comme une alternative salubre au spectateur
<i>Omg clothes !</i>	Atmosphère Pesanteur	35'45-36'50 Archives de vidéos YouTube ou des jeunes filles montrent leurs achats	Effectuer un constat qui est triste : les consommateurs sont esclaves de la mode éphémère
<i>Consumption</i>	Mystère Attente	38'14-39'15 Un expert parle du « consommationisme »	Transformer les propos de l'expert en révélations inédites
<i>Shima's story</i>	Tendresse Affliction Tristesse	59'01-59'40 1'01'23 – 1'02'20 Shima confie son désarroi à la caméra	Renforcer les émotions produites par les propos de Shima
<i>People Tree</i>	Sérénité Calme Lumière	48'20 – 49'39 Safia Minney parle de Peope Tree : ses objectifs, ses valeurs	Présenter People Tree comme une alternative salubre au spectateur
<i>Disposable Fashion</i>	Mystère Incertitude/inquiétude hostilité	39'34-41'15 Des experts s'expriment sur les vêtements que nous jetons	Renforcer la gravité du problème évoqué et le caractère urgent de la situation
<i>Kanpur</i>	Ténèbres Pesanteur Angoisse dépressive	52'15-54'20 Nous prenons connaissance de la pollution de Kanpur et de ses répercussions	Renforcer les émotions produites par les images : l'affliction, la colère
<i>The Future</i>	Tendresse Intériorité	1'21'51-1'23'05 Shima évoque son futur, ce	Renforcer les émotions produites par le discours de Shima

		qu'elle souhaite pour sa fille	
<i>Start With Clothing</i>	Incertitude Espoir/ Gaieté possible Attente	1'24'55-1'27'53 Clôture du documentaire	Evoquer, comme le discours, la possibilité d'un avenir meilleur

Analyse des résultats

La « valeur ajoutée » de la musique

Les musiques qui nous intéressent ici ont toutes été spécialement conçues pour le documentaire par le compositeur Duncan Blickenstaff. Contrairement aux bruitages qui fusionnent intimement avec les images, ces musiques se situent dans un autre espace-temps : elles accompagnent les images, elles les illustrent. Elles possèdent en cela leurs propres syntaxes et leurs propres pouvoirs sémantiques. Elles rythment, réunissent, ponctuent, lient le flux visuel et interviennent dans la perception temporelle des prises de vues. Tout en les rythmant, ces musiques médiatisent des émotions que nous avons identifiées : elles véhiculent, mieux, elles créent les tonalités affectives des images regardées. Elles agissent directement sur les sens, dans la « tête » du spectateur, et apportent aux messages visuels des valeurs et des significations qui lui sont propres.

Il suffit de jeter un œil sur les titres de ces musiques pour s'apercevoir que chacune d'entre elles a été composée pour accompagner des prises de vues spécifiques. Elles forgent ainsi un véritable accordage affectif entre le spectateur et les prises de vues. Elles ne sont cependant pas en lien direct avec les images : ce sont des sons *offs*. Insérées ainsi dans le contexte du documentaire, ces musiques ont le pouvoir de :

- Dire des choses non traduisibles par l'image et/ou le discours
- Renforcer ce que nous disent l'image et/ou le discours

Ces musiques ont donc une importance capitale puisqu'elles sont capables de nous apporter de précieuses informations para-textuelles et para-visuelles. Elles se dissolvent dans les images et transmettent au spectateur « quelque chose en plus ». C'est ce que

Michel Chion appelle la « valeur ajoutée »⁶² de la musique : « Valeur sensorielle, informative, sémantique, narrative, structurelle ou expressive qu'un son entendu dans une scène nous amène à projeter sur l'image, jusqu'à créer l'impression que nous voyons dans celle-ci ce qu'en réalité nous y "audiovoyons" »⁶³. Cette valeur-ajoutée est une intention posée par l'auteur qui désire orienter nos émotions, les guider tout au long du visionnage. L'intentionnalité est définie par Imberty comme une « propriété de l'esprit à donner un sens à toutes nos activités et à nos ressentis, aussi bien les nôtres que, par analogie et empathie, celles d'autrui »⁶⁴. L'auteur donne, par l'intermédiaire de la musique, un sens à ce que nous voyons et nous ressentons en regardant les images et en écoutant les discours.

Les intentions de l'auteur

Si nous observons de plus près ces intentions, nous nous apercevons que les musiques guident nos émotions en fonction du point de vue critique adopté par l'auteur. Ces musiques ne font pas qu'illustrer les images et accompagner les discours : elles prennent position et nous invite, de manière plus ou moins insidieuse, à partager cette position. Elles traduisent subtilement le regard de l'auteur qui nous dit tantôt « je suis d'accord » ou « je ne suis pas d'accord », « c'est triste », « c'est grave », « c'est important », « c'est ridicule »... et l'ensemble déclenche des émotions plus ou moins positives ou négatives en fonction de quoi et de qui est montré.

À l'égard des victimes (Shima par exemple) et des acteurs qui agissent de manière alternatives (Safia Minney avec People Tree), la musique va susciter des émotions telles que la compassion, la tristesse, la tendresse, la douceur, l'admiration, l'espoir. Inversement, elle suscite à l'égard des persécuteurs (la mode éphémère, ceux qui soutiennent son fonctionnement) des émotions négatives telles que la méfiance, la colère, l'angoisse,

⁶² P.289, JOUBERT Muriel, « Conclusion », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand, éd. DELATOUR France, citation extraite de CHION Michel, *La musique au cinéma*, Paris, Fayard, 1995, p.436

⁶³ P.100, JOUBERT Muriel, MERLIER Bertrand, « Chapitre 4 : L'expression musicale : une « valeur ajoutée » qui favorise l'émotion », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand, éd. DELATOUR France, citation extraite de CHION Michel, *Un art sonore, le cinéma*, Paris, Les Cahiers du cinéma, 2003, 2010, p.436

⁶⁴ P.177, JOUBERT Muriel, « Prolongement de la pensée de Michel Imberty sur les fonctions de la musique de film », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand, éd. DELATOUR France

l'hostilité. Face à certaines images, celles notamment qui nous rendent compte des dégâts environnementaux et humains produits par l'industrie des vêtements, la musique va produire une sensation d'oppression, de lourdeur, de drame afin d'en renforcer la gravité et plus globalement, elle exprime le sérieux du sujet abordé : l'heure est grave ! Grâce aux messages musicaux, l'auteur possède la possibilité de faire vivre un véritable « ascenseur émotionnel » au spectateur qui identifie, ressent ce qui est « bien » et ce qui est « mal ». C'est de cette façon que la musique devient, elle aussi, un composant de l'esthésie de la dénonciation du documentaire : elle attise à sa manière l'hostilité du spectateur vis-à-vis de la mode éphémère.

Au terme de cette seconde partie, nous avons apporté quelques éléments de réponse à la question du *comment* ce documentaire dénonce en étudiant les prises de vues, les archives et la musique. Ces éléments participent bien à l'élaboration de la dénonciation et nous pouvons constater que *l'esthésie de la dénonciation documentaire* est le résultat d'un tissage extrêmement complexe. Si nous les avons étudiés séparément afin de pouvoir observer leur fonctionnement respectif, ces prises de vues, ces archives et ces musiques sont reçues simultanément par le spectateur. Chacune de ces performances dénonce d'une manière qui lui est propre mais elles s'ajustent néanmoins les unes par rapport aux autres de manière à traduire stylistiquement le monde en fonction des intentions de l'auteur. Ces performances *médiatisent* le point de vue de l'auteur et elles accompagnent, illustrent et mettent en scène des discours que nous devons désormais étudier.

Partie 3 : Les discours de la dénonciation

Luc Boltanski écrit au sujet de la dénonciation qu'elle « *a pour particularité de s'exercer par personne interposée et par la médiation du langage : le dénonciateur doit instituer une croyance et, au moyen d'une rhétorique, convaincre d'autres personnes, les associer à sa protestation, les mobiliser et pour cela non seulement les assurer qu'il dit vrai, mais aussi que cette vérité est bonne à dire et que la violence consécutive au dévoilement est à la mesure de l'injustice dénoncée.* »⁶⁵ Cette citation indique que l'objectif d'un dénonciateur est de rallier le plus de personnes possible à sa cause. Pour ce faire, il doit instituer une croyance qui se construit par l'intermédiaire du langage et d'une rhétorique. Si le documentaire, qui est destiné à être diffusé, représente un moyen idéal pour toucher le plus de personnes possible, il faut cependant souligner que cette stratégie se heurte à une difficulté supplémentaire. Nous l'avons préalablement mentionné mais le doute constitue ce que François Niney appelle « *le mode de réception implicite* » du documentaire. Le dénonciateur du documentaire *The True Cost*, soit l'auteur Andrew Morgan, doit tenir compte de cet obstacle : la croyance de sa dénonciation repose sur la crédibilité de son documentaire. Comment parvient-il à atténuer ce doute inhérent à la réception de tout documentaire ? Il fait intervenir d'autres personnes, que nous avons appelées *les dénonciateurs seconds*, qui dénoncent à leur tour afin de mobiliser le spectateur : la dénonciation s'exerce bien dans un documentaire par personne interposée. Ces protagonistes s'associent à la protestation de l'auteur, *le dénonciateur premier*, et ce sont leurs discours qui instaurent une croyance : celle de la véracité du documentaire et, par extension, celle de la dénonciation.

Nous avons souligné en introduction que l'auteur d'une œuvre critique doit jongler avec deux impératifs : il faut qu'il parvienne à convaincre le spectateur tout en lui laissant entièrement sa liberté de jugement. Ces contraintes expliquent pourquoi ces différents discours de la dénonciation ne sont pas des actes illocutoires du langage mais bien des actes

⁶⁵P.3, BOLTANSKI Luc, DARRE Yann, SCHILTZ Marie-Ange, La dénonciation. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 51, mars 1984. La dénonciation. pp. 3-40.

perlocutoires. Frédéric Lambert écrit au sujet du discours : « *Attention : un discours laisse souvent apparaître ce qu'il dit et profère inlassablement ; il est parfois beaucoup plus difficile de révéler ce qu'un discours ne dit pas. Et pourtant, c'est souvent dans ses non-dits ou ses interdits qu'un discours dévoile son projet coercitif.* »⁶⁶ L'enjeu de cette dernière partie est justement de révéler ce que ces discours ne disent pas, de mettre en lumière les intentions qui se cachent derrière ces non-dits. Aucun des discours rencontrés, que ce soit ceux tenus par les victimes ou les dénonciateurs, ne disent « je dénonce ». Et pourtant, la dénonciation est bien le projet coercitif de l'objet étudié et le spectateur est librement amené à le comprendre. L'acte perlocutoire du langage doit donc se concevoir comme le reflet d'une intention et il possède un effet psychologique sur son récepteur. Si la dénonciation ne se dit pas, elle est l'acte consécutif des discours prononcés.

L'objectif final du documentaire est de convaincre le spectateur de se mobiliser lui aussi. Les différents intervenants s'expriment donc de manière à le rallier à leur cause qui est commune : agir contre cette industrie. Claude Bremond écrit que « *parmi les rôles qu'un personnage est appelé à assumer (dans un récit, mais aussi dans la vie), on peut isoler une fonction très générale, que nous nommerons l'exercice d'influence* »⁶⁷. L'acte perlocutoire du langage possède un effet psychologique sur le spectateur parce qu'il l'influence. Pour reprendre les propos de Bremond, la voix-off, qui n'est autre que celle de l'auteur Andrew Morgan, et les différents actants qui s'expriment endossent le rôle d'*influenceurs* et ils dénoncent selon des stratégies qui leurs sont propres et qu'il nous faut étudier.

L'auteur précise qu'« *envisagée dans sa plus grande généralité, l'influence tend à modifier les dispositions de la personne influencée à l'égard d'une situation présente, ou d'événements futurs auxquels elle est susceptible de participer, soit comme patient seulement, soit comme patient et agent à la fois* »⁶⁸ Il explique ensuite que l'influence peut prendre deux formes :

⁶⁶

⁶⁷ P.60, BREMOND Claude, « Le rôle d'influenceur ». In: Communications, 16, 1970. Recherches rhétoriques. pp. 60-69.

⁶⁸ Ibid



- Elle peut être « *intellectuelle* »⁶⁹ : l'influenceur agit sur la connaissance que le spectateur possède sur le sujet traité en l'informant ou en confirmant une information déjà reçue ou en la démentant. Il s'agit ici de **convaincre** le spectateur.
- Elle peut être aussi « *affective* »⁷⁰ : l'influenceur donne des raisons au spectateur de souhaiter ou de redouter la réalité de certaines données. Il s'agit ici **d'émouvoir** le spectateur.

Dans le documentaire *The True Cost*, ces deux formes d'influence sont employées successivement : il revient aux victimes et aux dénonciateurs-victimes **d'émouvoir** le spectateur et il revient aux dénonciateurs-experts de le **convaincre**. La rhétorique employée varie donc d'un locuteur à un autre en fonction du rôle qu'il occupe dans le récit (victimes, dénonciateurs-victimes, dénonciateurs-experts).

S'ensuit donc qu'il existe deux manières de dénoncer par le discours dans le documentaire *The True Cost* et donc deux types d'acte perlocutoire de la dénonciation. Le premier influence le spectateur émotionnellement et le second s'attèle à le convaincre par le raisonnement et la connaissance. La voix off occupe une position particulière que nous aborderons ensuite.

Chapitre 7 : Des témoignages qui émeuvent

Les victimes et les dénonciateurs-victimes interviennent dans le documentaire comme des *témoins* et les discours produits sont des *témoignages*. Fontanille explique que le témoignage n'est pas véritablement un genre de discours mais plutôt un « *régime de croyance* »⁷¹ qui peut être convoqué dans une multitude de genres. L'auteur, qui se cache derrière la voix-off, les convoque pour accréditer ses propos et ceux tenus par les dénonciateurs-experts : ces témoignages sont des motifs qui crédibilisent les faits présentés.

Si le témoignage est un acte persuasif qui suscite la croyance, Fontanille explique que c'est parce qu'il s'effectue dans des « *conditions particulières* » qui, parce qu'elles semblent

⁶⁹ Ibid

⁷⁰ P.60-61, Ibid

⁷¹ P.1, FONTANILLE Jacques , « Témoins et témoignage »

« *objectiver les raisons de croire* », donnent du poids à la véracité de l'énonciation⁷². Quelles sont ces conditions particulières ? Victimes et dénonciateurs-victimes attestent dans *The True Cost* des faits qu'ils ont *vécu, entendu, vu* ou *perçu*. Ces témoins ne sont donc pas de simples informateurs, leurs énonciations n'apportent pas seulement la découverte d'un fait ou d'un événement. Parce qu'ils ont été *plus ou moins* en contact physique avec l'événement ou le fait en question, leurs discours devient un lieu de partage où se dit et se transmet l'expérience vécue, qu'elle soit corporelle ou intérieure. Leur corps est soit « habité » soit « marqué »⁷³ par un événement, un fait qui n'est plus accessible par la perception directe. Cette mise en relation est bien de type rhétorique puisque le témoignage est destiné à faire partager à autrui une « vérité » devenue inaccessible. Les arguments employés pour cette rhétorique sont ici des *empreintes* laissées par les événements : elles peuvent être inscrites et visibles sur le corps du témoin *marqué* ou enfouies chez le témoin *habité*.

Des témoins marqués

Les corps de certains témoins ont été, d'une manière ou d'une autre, marqués par l'expérience de l'événement évoqué. Le corps fait donc ici partie intégrante du témoignage réalisé puisqu'il est susceptible de témoigner visiblement ses expériences : les traces laissées par les événements deviennent des preuves qui attestent la véracité de ce qui est raconté.

⁷² Ibid

⁷³ P.5, Ibid

La victime du Rana Plaza



« Du lieu où je travaillais, je me suis approchée des escaliers. En y parvenant, le bâtiment s'est effondré et **mes jambes sont restées coincées**. Les murs latéraux se sont effondrés sur mes jambes. J'ai compris que je ne pouvais pas dégager mes jambes, j'ai abandonné. **Des centaines de pensées ont surgi**. Je ne pouvais même pas pleurer. »

Le témoignage le plus frappant qui illustre combien le corps est susceptible de témoigner lui-même est celui d'une victime du Rana Plaza. Une jeune femme, dont nous ne connaissons pas l'identité, nous apprend qu'elle travaillait à l'usine du Rana Plaza le jour de son effondrement. Dans son témoignage, elle ne dit pas qu'elle a perdu ses jambes, elle raconte simplement qu'elles étaient coincées. Elle ne s'attarde pas à décrire les « *centaines de pensées qui ont surgi* » alors, elle fait preuve de pudeur, elle n'est pas submergée par l'émotion ou l'agitation : elle témoigne calmement, elle semble accepter son sort et être résignée. C'est son corps meurtri, montré à la fin de son témoignage par le mouvement de la caméra, qui se charge d'exprimer ses non-dits et sa souffrance.

Un père et sa fille



« Ma fille souffre de jaunisse. **Chaque année, dans chaque maison de cette région, les habitants en sont atteints**. Même ma femme a eu la jaunisse. Comme je l'ai dit, chaque année beaucoup de gens ont le même problème. **On dépense toutes nos économies pour guérir ces maladies** parce que le chrome qui se trouve dans l'eau attaque le foie directement créant des problèmes de digestion et beaucoup peuvent avoir la jaunisse ou un cancer du foie si on n'est pas en mesure de prendre des précautions. »

Dans ce deuxième exemple, le corps n'apporte pas visiblement plus d'information que le discours. C'est même plutôt l'inverse : le regard du spectateur porté sur la petite fille

qui se trouve à côté de l'homme qui s'exprime change à partir du moment où il comprend qu'elle est malade. Souffrante de la jaunisse, la présence physique de cette petite fille silencieuse est un témoin qui atteste les propos tenus par le père : en se tenant simplement là, à ses côtés, elle incarne l'ensemble des habitants touchés par cette maladie. Le registre employé par le père est tragique et pathétique : chaque année, c'est le « même problème ». À cause du chrome présent dans l'eau, plusieurs habitants tombent malades et dépensent toutes leurs économies dans les traitements. Aucune solution ne semble se dessiner pour lui, il montre des signes de colère face à cette fatalité et la présence de sa fille suscite la compassion et la pitié.

Le docteur Prial Singh et les malades de Pendjab



« Vous pouvez aller dans les villages et voir que des centaines de patient ont un cancer. 70 à 80 enfants dans chaque village font face à **de sévères retards mentaux et handicaps physiques**. Les sociétés d'engrais, de pesticides refusent **totalemment de reconnaître les effets secondaires de leurs produits** et ce sont les symptômes classiques de leur toxicité. Dans un village, il y a soixante victimes de retard mental comme ce garçon. Donc

*c'est un phénomène très dangereux dans le Pendjab. Et les gens pauvres, agriculteurs, ouvriers et petits agriculteurs ont dépensé tous leurs salaires et ne peuvent plus acheter d'autre traitement. En fin de compte, ils ont **accepté la mort de leurs enfants**. Et ils attendent la mort de leurs enfants : **cette mère attend la mort de ce garçon.** »*

Si la jaunisse de la petite fille n'était pas physiquement visible dans le précédent exemple, les corps montrés ici témoignent visiblement ce qui est énoncé par un tiers. Le docteur Prial Singh évoque les conséquences sanitaires produites par l'utilisation d'engrais et de pesticides dans la région de Pendjab. Pour illustrer son témoignage, il montre des enfants malades : leurs corps en souffrance deviennent des corps-témoins qui illustrent et crédibilisent les informations transmises. À l'image de la victime du Rana Plaza, le docteur reste pudique, il n'exprime pas ses émotions. Il n'émet que de simples constats qui sont tragiques : « *il y a une soixantaine de victimes de retard mental comme ce garçon* » ; « *ils ont*

accepté la mort de leurs enfants » « *cette mère attend la mort de ce garçon* ». Les corps-témoins de ces enfants se chargent d'exprimer une fois de plus la souffrance et les non-dits.

La mise en relation du corps et du discours est donc stratégique puisqu'elle est un acte de persuasion. Cette mise en relation corps/discours peut être rétrospective (la victime du Rana Plaza), prospective (le père sous-entend que la jaunisse reviendra) ou concomitante (la fille qui a la jaunisse et les enfants malades de Pendjab). Ces corps-témoins satisfont tous le même objectif : ils assurent *la présence sensible* de l'argument. La vision de ces corps marqués crédibilise donc les témoignages mais elle suscite aussi des émotions indépendamment du discours qu'elle illustre. Ces corps meurtris et malades expriment à eux-seuls une souffrance qui ne peut être exprimée par le langage. Les informations transmises par les discours amènent le spectateur à comprendre que ces corps marqués sont des conséquences de l'industrie présentée par le documentaire : la dénonciation n'est donc pas dite mais elle est ici *incarnée*. Ces victimes, qui le sont jusque dans leur corps, sont montrées au spectateur comme les témoins et les preuves d'une injustice : elles émeuvent, elles suscitent la compassion, la pitié et surtout, elles persuadent le spectateur qu'il faut que justice soit faite.

Des témoins habités

Le corps enferme aussi un espace intérieur dans lequel les empreintes laissées par les événements sont enfouies. Fontanille décrit l'intériorité comme une « *scène destinée, au moment de l'énonciation, à une représentation* »⁷⁴. Les empreintes laissées par les événements sont donc *désenfouies* et rejouées sur cette scène intérieure au moment de leur énonciation. S'ensuit alors l'expression d'états d'âmes, d'impressions et d'émotions qui se manifestent physiquement par une certaine agitation intérieure. L'émotion n'est donc pas produite ici par la vision d'un corps marqué mais par celle d'un corps habité qui, par le discours, actualise et *désenfouit* l'agitation intérieure produite alors.

⁷⁴ P.6, Ibid

Arif Jehtik, propriétaire d'une usine textile au Bangladesh



« En occident, ils utilisent des bas prix au quotidien. Donc chaque jour, ils font pression sur moi et je fais pression sur mes employés et c'est comme ça. Ils sont en compétition, les magasins le sont. Quand les magasins viennent à nous pour une commande et négocient, ils nous disent : « Ecoute, ce magasin-là vend ce t-shirt à cinq dollars, donc il faut que je le vende à quatre dollars. Donc, tu as intérêt à baisser ton prix » Alors on baisse. Puis un autre magasin nous dit : « Ils le vendent pour quatre dollars ? Le prix visé est de trois dollars. Si tu peux le faire, on va faire affaire sinon on ne va pas faire affaire. » **Parce qu'on veut vraiment faire affaire, on n'a pas d'autres options. À chaque fois, on essaie de survivre à vrai dire. »**

« Ces mille pauvres filles ont perdu la vie car personne n'a levé le pouce, tout le monde s'en fichait. Ils voulaient simplement des prix bas et des bénéfices. Ca ne devrait pas être comme ça. Tout le monde devrait prendre ses responsabilités pour ces enfants. C'est comme ça. Il y en aura peut-être plus. Désolé, mais il n'est pas seulement question de pression tarifaire, c'est quelque chose...Ignorer la vie des autres... ce n'est pas...ce ne devrait pas...ce n'est pas juste ! On est au 21^e siècle ! On vit dans un monde globalisé et on se contente d'ignorer la vie des autres ? Comment cela se fait-il ? »

Arif Jehtik détient une usine au Bangladesh. Son témoignage permet au spectateur de comprendre les pressions commerciales qu'il subit et qui sont exercées par les grandes marques occidentales. Durant son explication, Arif montre des signes de colère : à chaque fois qu'une négociation se présente à lui, il est impuissant « on n'a pas d'autres options ». Son témoignage indique qu'il est victime des logiques économiques de l'industrie textile « on essaie de survivre à vrai dire. » Les signes de colère s'intensifient lorsqu'il évoque l'effondrement du Rana Plaza : selon lui, cet effondrement est le résultat de ces pressions économiques. Il parle d'injustice, d'ignorance et de responsabilité. L'évocation de cet événement réactualise chez lui une agitation intérieure, les émotions qu'il a dû ressentir en apprenant cet effondrement. Arif laisse percevoir d'abord sa colère, puis sa tristesse...pour ensuite laisser paraître un sentiment de culpabilité. Ce témoin est habité par les blessures occasionnées par cet événement : elles sont vives et lui évoquent les risques auxquels il est exposé dans son travail en tant que propriétaire d'usine.

Shima



« Il n’y pas de limites au combat des ouvriers du Bangladesh. Chaque jour, on se lève tôt le matin, on va à l’usine et on travaille dur toute la journée. Et avec tout ce dur travail, on conçoit les vêtements. Et c’est ce que les gens portent. Les gens n’ont pas idée à quel point c’est dur pour nous de concevoir les vêtements. Ils se contentent de les acheter et de les porter. Je pense que ces vêtements sont produits pas notre sang. Beaucoup d’ouvrier textiles meurent dans différents accidents. Comme l’année dernière dans un effondrement à Rana Plaza....beaucoup d’ouvrier sont morts la bas. [Pleurs]C’est très douloureux pour nous. Je ne veux pas que quiconque porte quelque chose qui a été produit pas notre sang. On veut de meilleures conditions de travail et que le monde en prenne conscience. Je ne veux pas qu’un autre patron comme le patron du Rana Plaza prenne un tel risque et force les ouvriers à travailler dans de telles conditions pour qu’il n’y ait plus d’ouvriers qui meurent ainsi, pour qu’il n’y ait plus de mères qui perdent leur enfant comme ça. Je ne veux plus jamais ça ...je veux que les patrons soient plus conscients et prennent soin de nous. »

Shima est l’un des grands témoins du documentaire. Employée d’une usine textile, nous suivons son quotidien, nous assistons à des moments privilégiés passés avec sa fille qu’elle ne voit que très rarement et nous rencontrons sa famille qu’elle retrouve une fois par an en moyenne. Elle fait preuve de beaucoup de courage tout au long du documentaire jusqu’au moment où elle finit par se livrer face à la caméra. Elle nous laisse accéder à son *espace intérieur* et le discours produit provoque d’autant plus d’émotions qu’elle est devenue un personnage familier qui suscite de la sympathie. En évoquant le « *combat des ouvriers du Bangladesh* », un ensemble d’émotions la submerge et sont actualisés. C’est la première fois qu’elle apparaît agitée intérieurement : elle laisse entrevoir sa détresse, le sentiment d’injustice qui l’habite et sa douleur. L’évocation du Rana Plaza la fait pleurer pour la première fois devant la caméra. Ses émotions s’expriment par l’intermédiaire d’images fortes et percutantes « *ces vêtements sont produits par notre sang* » et le spectateur ne peut être qu’ému face à ses blessures « *c’est très douloureux pour nous* ». Face à la manifestation d’une telle souffrance, ses réclamations apparaissent être justifiées et légitimes « *On veut de meilleurs conditions de travail et que le monde en prenne conscience* ».

Les deux cambodgiennes



« Le gouvernement a violemment sévi contre nous et cinq ouvriers ont été tués, 23 arrêtés et plus de 40 ont été blessés. **Nous ne demandons pas beaucoup d'argent. Nous réclamons un salaire décent pour vivre dignement.** Mais le gouvernement ne se soucie pas de notre situation financière et des souffrances que nous devons endurer. **Il ne se**

soucie pas du tout des ouvriers. Alors on continue de réclamer 160 dollars américains de salaire minimum mensuel. [Pleurs]»

Nous ne connaissons pas l'identité de ces victimes mais nous comprenons par le témoignage que ce sont deux ouvrières de l'industrie textile. Seule la jeune fille à gauche s'exprime : elle évoque les violences effectuées par le gouvernement cambodgien à l'encontre des manifestants ouvriers. Elle emploie le pronom personnel « nous » : elle parle pour l'ensemble des ouvriers qui manifestent. L'évocation de cette répression ravive sa peine qui n'est pas pathétique mais tragique : elle ne se plaint pas dans ce témoignage mais elle exprime sa colère, son désarroi et son incompréhension. Les ouvriers textiles du Cambodge se heurtent à un mur, leurs revendications ne sont pas écoutées mais punies violemment et réprimées dans le sang. Les larmes que ce témoin verse avec pudeur n'éveillent pas la pitié, elles sont le fruit d'une injustice et elles provoquent de la colère.

La dénonciation n'est pas ici *incarnée* par les séquelles de corps meurtris qui sont montrés au spectateur comme une preuve : « *regardez les conséquences de cette industrie* » Pour ces témoins habités, la dénonciation se dit autrement, elle se manifeste par l'émotion : la colère, la tristesse, l'incompréhension, la culpabilité. Ces témoins sont agités intérieurement, ils sont touchés par des événements et leurs évocations font « remonter à la surface » ce qu'ils ne disent pas : je suis bouleversé, je suis perdu, je suis en colère... Les informations transmises ajoutés aux troubles intérieurs de ces témoins permettent aux spectateurs de comprendre les non-dits : si leur discours ne dit pas « je dénonce », leur souffrance perceptible, causée par l'industrie textile, se charge de l'exprimer. Chacun de ces témoignages fait également part de revendications et de contestations qui vont toutes dans le même sens : elles s'accordent pour dire qu'il faut changer l'état des choses, que ce ne

devrait pas « se passer comme ça ». La dénonciation n'est donc pas clairement énoncée mais elle est exprimée par l'émotion et implicitement formulée dans les discours.

Les victimes et les dénonciateurs-victimes sont des influenceurs qui émeuvent le spectateur par l'intermédiaire d'une rhétorique spécifique : celle du témoignage. Le témoignage est bien un acte performatif perlocutoire, il possède un effet psychologique sur le récepteur et il reflète une intention. L'expérience vécue qui est racontée et partagée est énoncée dans le but de sensibiliser le destinataire sur des vérités qui ne sont plus accessibles mais dont les conséquences, ces fameuses *empreintes*, perdurent. Ces *empreintes* sont visibles sur les témoins marqués et elles sont perceptibles sur les témoins habités. L'agitation intérieure et les séquelles physiques donnent du crédit à l'énonciation, attestent le contenu des discours mais expriment aussi quelque chose en plus : une souffrance qui n'est pas dite, qui ne peut parfois pas se dire, et qui se charge de dénoncer mieux que n'importe quel discours.

Chapitre 8 : Des expertises convaincantes

L'*expert* désigne au XIII^e siècle une personne qui a acquis une grande habilité par l'expérience et la pratique. Au XVI^e siècle, cet adjectif est aussi employé pour qualifier une personne avertie, instruite et savante dans un domaine particulier. La proximité de sens avec le terme de *spécialiste* est donc grande et explique les fréquentes substitutions entre les deux termes. Le *spécialiste* est celui « *qui a les connaissances approfondies dans un domaine déterminé et restreint* », nous l'appelons aussi couramment *savant*⁷⁵. Si l'*expert*, le *savant* et le *spécialiste* sont instruits, l'*expert* se distingue pourtant de ses deux confrères parce qu'il possède aussi une expérience acquise sur le terrain qui lui permet d'identifier et de résoudre des problèmes dans un domaine donné. Ses compétences théoriques et pratiques sont rapidement mobilisables pour pouvoir détecter des relations de causes à effets, pour émettre des jugements et des interprétations qui sont pertinents pour les actions à entreprendre. L'*expert* est donc avant tout sollicité pour résoudre des problèmes dans un domaine donné grâce à ses connaissances et sa pratique.

⁷⁵ P.89, DUBOIS Sébastien, MOHIB Najoua, OGET David, SCHENK Éric, SONNTAG Michel. « Connaissances et reconnaissance de l'expert ». Les cahiers de l'INSA de Strasbourg, 2005, pp.89-108.

Tout comme le témoignage, l'expertise ne se résume donc pas à une simple transmission d'informations, elle ne se borne pas à décrire des faits. Il nous paraît pertinent de citer ici les travaux de Kayser⁷⁶ qui mettent en lumière ce qui distingue l'*information* de la *connaissance*. Il apparaît que les données transmises par l'*information* peuvent être exploitées par des processus sans pour autant pouvoir les modifier : ces données ne sont pas interprétables, elles sont objectivées. A contrario, les données transmises par les *connaissances* influencent le déroulement d'un processus. Au regard de cette distinction, nous pouvons appréhender les discours des dénonciateurs-experts comme des connaissances qui influencent le processus du documentaire. La présence d'expertises est ce qui donne au documentaire sa dimension didactique, c'est ce qui lui permet de produire ce que David Faroult appelle « *des effets de connaissances* »⁷⁷ : les discours des dénonciateurs-experts changent l'état de nos connaissances et, par extension, celui de nos représentations de l'industrie textile. C'est ce processus d'influence que nous souhaitons observer afin de montrer comment ces expertises constituent elles aussi des actes perlocutoire de la dénonciation : comment ces experts parviennent à convaincre le spectateur et quel rôle joue leur expertise dans l'élaboration de la dénonciation du documentaire ?

L'élaboration de la légitimité et de la crédibilité de l'expert

Si les experts parviennent à influencer les connaissances et les représentations du spectateur, c'est parce qu'il les juge aptes à pouvoir le faire. Nathalie Garric et Isabelle Léglise explique que le recours à l'expertise s'effectue dans le cadre d'un dispositif spécifique d'exposition de la parole⁷⁸. Dans ce dispositif, l'expertise est toujours associée à l'évocation d'une autorité dotée d'une certaine légitimité ainsi qu'à la présence de citoyens concernés par cette dernière. Le documentaire *The True Cost* met bien en scène des experts qui s'expriment sur l'industrie textile ainsi que des témoins qui en sont victimes. Les témoignages instaurent une croyance parce qu'ils font apparaître des blessures physiques et intérieures causées par cette industrie : les *empreintes* sont des preuves de ce qu'ils

⁷⁶ P.92, Ibid

⁷⁷ FAROULT David, « Cinéma : connaissances, croyances et idéologies », Entrelacs, 2005

⁷⁸ P.4, GARRIC Nathalie, LEGLISE Isabelle. « Analyser le discours d'expert et d'expertise. Discours d'experts et d'expertise », Peter Lang, pp.1-16, 2012.

énoncent. Qu'en est-il des experts ? Quelles sont les preuves de leurs expertises ? Pour qu'il puisse convaincre, l'expert doit renvoyer une certaine image au spectateur afin d'instaurer une relation de confiance. Dans le documentaire, cette confiance se construit en deux temps : l'expert apparaît d'abord *légitime* dans un domaine spécifique et son discours le rend par la suite *crédible*.

La légitimité produite par la reconnaissance sociale

Les différents experts rencontrés dans le documentaire sont convoqués par un non-expert, l'auteur, qui se trouve face à un problème. Ces experts mobilisent des connaissances de nature variable que l'auteur (et le spectateur) n'est pas en mesure d'évaluer avec précision. Cette relation, qui se fonde sur des éléments d'incertitude et de confiance, repose avant tout sur la reconnaissance sociale. C'est elle qui permet d'instaurer les bases de la confiance et de la croyance. La reconnaissance sociale des différents experts s'appuie dans le documentaire sur la nature des différentes professions qu'ils exercent et qui est précisée par un bandeau qui apparaît à l'écran lors de leurs interventions. Les intitulés de ces professions parlent à l'imaginaire du spectateur : par effet d'association, l'intitulé est assimilé à des qualifications et des compétences spécifiques, à une connaissance du « terrain » que le spectateur ne possède pas. La simple apparition de ce bandeau avec l'intitulé de la profession suffit pour, qu'avant même que l'individu s'exprime, le spectateur lui accorde une certaine confiance. Dix-neuf experts prennent la parole dans le documentaire et les intitulés qui leurs sont associés peuvent faire l'objet d'un classement permettant de les regrouper dans cinq catégories distinctes.

Professionnels de l'industrie du textile	Fondateurs d'associations / militants	Journalistes et auteures	Universitaires	Autres
Rick Ridgeway : directeur d'affaire environnemental	Mike Schragger : fondateur de Sustainable Fashion Academy	Lucy Siegle : journaliste et auteure	Richard Wolff : économiste qui milite pour l'élaboration d'un autre système économique	Guido Brera : gestionnaire de fond
Orsola De Castro : créatrice de mode	Livia Firth : fondatrice d'Eco Age	Tansy Hoskins : auteure	Mark Miller : professeur de communication	Jagdisan Tiruvadi : retraité de Monsanto
Roger Lee : PDG de Tal Group	Jonh Hilary : directeur executif de War on Want		Tim Kasser : professeur de psychologie	
Stella McCartney : créatrice de mode	Christina Dean : fondatrice de Redress			
	Vandana Shiva : écologiste, auteure et militante			
	Safia Minney : fondatrice de People Tree			
	Satish Sinha : directeur adjoint de Toxic Link			
	Rakesh Jaiswal : fondateur de Eco Friend			

Ce classement permet d'observer « d'où parlent » ces experts et nous nous apercevons qu'en fonction de leur profession, ils possèdent un rapport plus ou moins étroit avec le sujet traité par le documentaire. Plus on se déplace vers la droite du tableau, plus les professions relevées (retraité, gestionnaire de fond) indique que les experts occupent une position distante vis-à-vis de l'industrie du textile. Inversement, plus on se déplace vers la droite du tableau, plus les professions relevées indiquent que les experts sont impliqués directement dans cette industrie. Ce tableau reflète la pluralité des profils sollicités dans le documentaire. L'auteur multiplie les regards, les croisent et permet au spectateur

d'entendre plusieurs points de vue. Si la connaissance de la profession instaure les bases d'une confiance et d'une croyance, il revient au discours de confirmer ou d'infirmer la position experte. Ces experts doivent construire et montrer discursivement leurs capacités par l'intermédiaire du discours qui devient un lieu de crédibilisation. Nathalie Garric et Isabelle Légise écrivent que « *la crédibilité n'est pas, à l'instar de la légitimité, une qualité attachée à l'identité sociale du sujet. Elle est au contraire le résultat d'une construction, construction opérée par le sujet parlant de son identité discursive de telle sorte que les autres soient conduits à le juger digne de crédit [...] Autrement dit, la crédibilité repose sur un pouvoir de faire, et se montrer crédible, c'est montrer ou apporter la preuve que l'on a ce pouvoir* »⁷⁹. Il faut donc qu'à travers leur discours ces experts apportent la preuve de leur *pouvoir de faire* au spectateur.

La crédibilité construite par le discours

Le savoir-faire d'un expert apparaît dans le discours lorsque le sujet évoqué, soit l'industrie textile, est redéfini en fonction de son espace spécifique de compétences⁸⁰. Le tableau préalablement présenté montre la diversité des profils des experts mobilisés dans le documentaire. Les différentes positions occupées possèdent nécessairement un impact sur le contenu des discours et nous pouvons constater que les preuves apportées par ces experts pour crédibiliser leur *savoir-faire* sont de natures différentes. Pour illustrer notre propos, nous avons relevé ci-dessous cinq extraits de discours tenus par des experts appartenant aux différentes catégories répertoriées :

Roger Lee, PDG de Tal Group : « *Je travaille ici depuis **25 ans** maintenant, nous avons environ **25 000 personnes chargés de la confection des vêtements**. Nous produisons **une robe sur six vendue aux Etats-Unis**. Si vous allez dans un magasin et comparer le **prix** d'un vêtement sur ces 20 dernières années, vous verrez qu'il y a en fait **une déflation sur le produit**, donc que le prix a baissé avec le temps. Mais est-ce que notre prix a baissé ? Pas du tout. Notre prix a augmenté. »*

Roger Lee, qui est le PDG de *Tal Group*, introduit son discours en précisant qu'il exerce sa profession depuis 25 ans. Son expérience transparait dans le discours et c'est ce

⁷⁹ P.8, Ibid

⁸⁰ Ibid

qui le rend crédible : il évoque des chiffres, parle de prix et mobilise des termes techniques tel que « *la déflation* ». L'industrie textile est ici décrite et présentée au spectateur à travers le regard d'un directeur d'entreprise.

Safia Minney, fondatrice de People Tree : « *Je m'appelle Safia Minney, je suis la fondatrice et PDG de People Tree et People Tree est une marque issue du commerce équitable qui a fait ses débuts il y a plus de 20 ans au Japon. Je pense que la plupart des marques de mode débutent par un concept de collection ou de look...Ils ne réfléchissent pas nécessairement au fabricant du produit ni au moyen de s'assurer que les fabricants ou les fournisseurs vont manger...Ce que nous essayons de faire ici chez People Tree c'est de commencer avec les compétences dont on dispose pour chaque groupe de fabricants, puis on dessine la collection tout en s'assurant de l'intégrité de la collection dans son esthétique.* »

Safia Minney, qui appartient à la deuxième catégorie d'expert, est la fondatrice d'une marque issue du commerce équitable. Son activité repose sur la volonté de proposer une solution alternative aux consommateurs de l'industrie textile. Son expérience et ses compétences lui permettent d'émettre un jugement puisqu'elle soulève ce qui distingue *People Tree* des autres marques de mode : contrairement à ces dernières, elle se soucie du devenir de ses fabricants et de ses fournisseurs. L'industrie textile est ici évaluée et comparée au regard du fonctionnement éthique de la marque *People Tree* que l'experte a elle-même fondée.

Lucy Siegle, journaliste et auteure : « *Mon nom est Lucy Siegle, je suis une journaliste vivant au Royaume-Uni et je suis obsédée, obnubilée par les impacts environnementaux et sociaux de l'industrie de la mode depuis environ une dizaine d'années.* »

Lucy Siegle appartient à la troisième catégorie d'experts. Contrairement aux deux autres, sa profession n'est pas directement reliée à l'industrie textile : elle ne gère pas la production de vêtements d'une grande entreprise et elle n'a pas fondé une marque issue du commerce équitable. La crédibilité du discours de cette journaliste ne repose donc pas sur des compétences techniques acquises par une profession en lien avec l'industrie textile. Elle repose plutôt sur l'intérêt manifesté pour le sujet : l'industrie textile est décrite par Lucy Siegle comme étant une « obsession » qui l'occupe depuis une dizaine d'années. En tant que journaliste, ce sont les dérives sociales et environnementales de son fonctionnement qui

l'intéressent. Avec ce troisième profil, l'expertise ne s'appuie plus sur des compétences techniques acquises à « l'intérieur » de cette industrie mais sur des compétences acquises à « l'extérieur » soit sur des connaissances globales qui permettent à l'experte d'évaluer les pratiques employées. C'est l'aveu de cette « obsession » qui rend crédible les points de vue et les jugements formulés par cette journaliste.

Tim Kasser, professeur de psychologie : *« Ce qu'on sait après 20 ans et des centaines de recherches, c'est que plus les gens se focalisent sur ces valeurs matérialistes, plus ils disent que l'argent et l'image et le statut et les biens sont importants à leurs yeux, moins ils sont heureux, plus ils sont déprimés, plus ils sont anxieux. »*

Tim Kasser est un universitaire et son intervention apparaît être crédible puisqu'elle s'élabore à partir de connaissances acquises par des « *centaines de recherches* ». Il représente le savoir aux yeux du spectateur : « *ce qu'on sait* ». La position des universitaires est ambiguë dans le documentaire puisque ce sont des *spécialistes* mais leurs connaissances leur permettent d'émettre des jugements. C'est pour cette raison que nous les avons identifiés comme des experts. Tim Kasser prouve également ses compétences en adoptant un vocabulaire spécifique relatif au champ de la psychologie avec la mobilisation de notions telle que « *valeurs matérialistes* », « *statut* », « *heureux* » ou « *déprimés* ».

Guido Brera, gestionnaire de fond : *« J'essaye de mieux comprendre pourquoi les gens ne comprennent pas qu'ils deviennent de plus en plus pauvres. Puis je me demande ce qui a changé depuis ma jeunesse et la mode est quelque chose qui a vraiment énormément changé. »*

Guido Brera appartient à la cinquième et dernière catégorie d'expert. L'auteur ne précise pas dans quelle entreprise il travaille, nous savons juste qu'il est gestionnaire de fond. La crédibilité de son discours repose ici sur la description qu'il fait de son activité : son travail consiste à comprendre pourquoi les gens ne perçoivent pas qu'ils deviennent de plus en plus pauvres. La suite du discours, que nous avons retranscrit ci-dessous, fait apparaître un raisonnement logique qui reflète ses compétences et le rend crédible.



*« J'étais capable d'acheter un ou deux t-shirts, quatre t-shirt par an ! Maintenant, mes enfants ont l'habitude d'acheter pour chaque fête, un t-shirt. J'ai donc compris que la mode éphémère est quelque chose de complètement nouveau. Si vous avez remarqué, **le prix a diminué ces dernières années et ça va de pair avec la disparition de la classe moyenne.** Donc toutes les choses dont les gens ont vraiment besoin sont très coûteuses comme une maison, les études, une assurance-vie... D'un autre côté, ils ont une source de consolation dans leur vie, ils peuvent acheter un t-shirt, deux t-shirt par fête, ou même par jour, bien que je sois pauvre et que j'aie perdu toutes les choses dont j'avais vraiment besoin. »*

La relation entre l'expert et le non-expert relève donc de la confiance. Le spectateur fait confiance au jugement de l'expert qu'il identifie comme étant légitime par la position sociale qu'il occupe et son discours apporte les preuves de son expertise. La nature de ces preuves varie en fonction de la place que l'expert occupe vis-à-vis du sujet abordé. Plus la position de l'expert est éloignée du sujet, plus le contenu de son expertise mobilise des compétences acquises à l'« extérieurs » de l'industrie textile et ce n'est pas un hasard. La *neutralité* des intentions de l'expert est un élément déterminant pour l'institution de la confiance et de la croyance. Une fois que le spectateur décide de croire les propos d'un expert, il décide simultanément de croire aussi en sa bonne foi et en sa neutralité. Et c'est bien souvent parce que l'expert n'est pas un acteur en tant que tel du système évoqué qu'il apparaît, à ce titre, être dans une position favorable pour émettre un avis désintéressé et non biaisé. Ce n'est donc pas un hasard si le profil de ces experts est aussi hétérogène, allant du plus impliqué au moins directement concerné. En recoupant ces expertises, l'auteur exprime une intention, celle d'aborder l'industrie textile de la manière la plus neutre possible : des points de vue internes à cette industrie sont croisés avec d'autres qui sont externes et l'ensemble est illustré par les témoignages. L'alternance de ces différents discours tend donc à démontrer la neutralité de l'approche documentaire. Ce faisant, la légitimité et la crédibilité de ces discours sont renforcées ainsi que leur influence puisque le spectateur accorde volontiers sa croyance : si l'auteur du documentaire multiplie les points de vue, il ne veut pas nous induire en erreur. Observons désormais comment ces expertises contribuent à dénoncer.

La dénonciation experte

Luc Boltanski écrit que la dénonciation suppose « *la référence à un coupable* »⁸¹. Si les expertises du documentaire ne dénoncent pas ouvertement l'industrie textile, elles la désignent, de manière plus ou moins directe, comme étant responsable, coupable d'un certain nombre de méfaits. Nous pouvons effectivement observer que les discours de ces experts associent systématiquement cette industrie à des problèmes sociaux, environnementaux et économiques. Ce faisant, ces discours la projettent dans un espace d'évaluation gouverné parce que nous pouvons identifier être *l'intérêt général*. L'intérêt général ne désigne pas ici l'intérêt du plus grand nombre mais une pratique qui est censée servir des causes éthiques et justes. Ces expertises renforcent et maintiennent donc une cohésion autour de valeurs communautaires. Autrement dit, si ces expertises parviennent à convaincre le spectateur des méfaits de cette industrie, c'est aussi parce qu'elles le persuadent de ce dont il est déjà persuadé : comme le souligne Wander Ernediatio, l'adhésion n'est pas très éloignée de l'identification⁸². Les prémisses des argumentations de ces experts reposent sur des accords implicites de valeurs dans lesquelles le spectateur se retrouve. Ces expertises s'élaborent donc sur un double processus : elles agissent sur les représentations et les croyances du spectateur en maintenant des états d'adhésion à des valeurs tout en imposant une vision négative de l'industrie textile. Ces expertises sont donc à la fois conservatrices et progressistes. Elles schématisent le monde en le réduisant au connu, à l'identifiable, au raisonnable, donc au sens commun, et elles expliquent en quoi l'industrie textile menace ces représentations et ces croyances préétablies. Pour analyser les argumentations de ces expertises, nous ne nous bornerons pas ici à rechercher des éléments explicitement argumentatifs ni à une conception de l'argumentation comme une activité de raisonnement qui exigerait la présence de segments ou de formes typiquement argumentatives. Pour cause, ces expertises sont porteuses de points de vue qui sont posés bien souvent comme des évidences.

⁸¹ P.3, BOLTANSKI Luc, DARRE Yann, SCHILTZ Marie-Ange, La dénonciation. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 51, mars 1984. La dénonciation. pp. 3-40.

⁸² P.3, ERNEDIATIO Wander, « L'argumentation dans le discours d'information médiatique », *Argumentation et Analyse du Discours*

Pour pouvoir mettre en lumière le fonctionnement de ces argumentations, nous les avons regroupées en fonction des thématiques abordées. La stratégie argumentative employée dans le documentaire est en effet une stratégie de cadrage : les expertises circonscrivent la discussion par la thématisation. L'objet du discours, soit l'industrie textile, est présenté d'une manière plutôt qu'une autre en fonction de l'expert qui s'exprime par des opérations de référence et de prédication qui oriente la problématisation dans une certaine direction. Le cadrage est une sorte de schématisation qui oriente le regard du spectateur. Ces opérations de cadrage jouent un rôle important dans la mesure où elles visent à activer dans la mémoire du spectateur des contenus et des valeurs symboliques et à les associer au cadrage effectué : la problématisation offre une perspective éthique sur ce qui est mis en discussion. Pour chaque thématique, la dénonciation apparaît implicitement à travers le vocabulaire utilisé pour décrire les faits et les types de raisonnements employés tels que la déduction, l'induction ou la causalité.

L'industrie textile comme source d'injustices sociales

Safia Minney, fondatrice de People Tree « *Le commerce équitable est une réponse citoyenne pour corriger l'injustice sociale dans un système commercial international très dysfonctionnel où les ouvriers et les agriculteurs ne reçoivent pas un salaire leur assurant le minimum vital et où l'environnement n'est pas pris en considération pour fabriquer les produits qu'on achète. J'espérais que People Tree ne soit pas nécessaire et j'espérais qu'on obtienne un système commercial qui s'occupe des droits des personnes et de l'environnement. Mais plus je me suis engagée dans le développement et dans la collaboration avec des partenaires, plus j'ai découvert la crasse et la saleté des pratiques commerciales...et c'est ce qui a détruit ce en quoi je croyais et tout ce en quoi les gens croyaient et estimaient.* »

Lucy Siegle, journaliste : « *Cette énorme industrie rapace qui génère autant de profits pour une poignée de gens, pourquoi est-elle incapable de subvenir aux besoins de ses millions d'ouvrier correctement ? Pourquoi est-elle incapable de garantir leur sécurité ? Nous parlons ici de droits humains essentiels. Pourquoi est-elle incapable de le garantir tout en générant d'immenses profits ? Est-ce parce qu'elle ne travaille pas correctement ? C'est ma question.* »

« *Système commercial international très dysfonctionnel* », « *la crasse et la saleté des pratiques commerciales* », « *cette énorme industrie rapace* », les mots employés par ces expertes pour désigner l'industrie textile possèdent une dimension argumentative, ils



traduisent leurs points de vue respectifs et subjectifs. Ces désignations manifestent des prises de position car elles imposent des attributs et par cette attribution, elles font circuler leurs points de vue subjectifs et critiques. Ces expertises correspondent ici à une modalité appréciative, elles provoquent un raisonnement inductif et suggèrent un rapport de causalité entre cette industrie et des injustices sociales. La série de questions posée par la journaliste ne joue pas ici le rôle d'une demande d'information : il s'agit bien plutôt d'inciter à une problématisation. Ces questions sont un moyen discursif qui oblige le spectateur à penser à propos de l'objet de la question. Ces discours orientent le spectateur vers une problématique éthique et confronte le fonctionnement de l'industrie textile avec des valeurs supposées partagées par le spectateur telle que l'égalité et la justice.

L'industrie textile VS la nature

Christina Dean, fondatrice de Redress : « *Il vous suffit de regarder les décharges et vous verrez que la quantité de vêtements et de textiles jetés a augmenté régulièrement ces dix dernières années telle l'ombre caché de l'industrie de la mode éphémère.* »

Vandana Shiva, écologiste : « *Alors les agriculteur s'endettent pour acheter la graine à cause du prix élevé, 17 000% de plus. Ils s'endettent davantage car elle ne tient pas sa promesse de contrôler les nuisibles, donc ils doivent acheter plus de pesticides. La tragédie avec les produits chimiques, que ce soient les fertilisants ou les pesticides, c'est qu'ils sont ce qu'on appelle des « drogues écologiques » : plus on les utilise, plus on a besoin de les utiliser. Pendant un temps, la récolte d'une production augmente puis elle se met ensuite à diminuer parce que vous avez contaminé la terre, le sol. Les compagnies qui font ces graines OGM et qui fabriquent les produits chimiques sont les mêmes compagnies. Et ce sont aussi les mêmes compagnies qui font les médicaments qu'elles font breveter. Donc vous avez un cancer, il y a plus de profits. **Pour eux c'est gagnant-gagnant-gagnant et en ce qui concerne la nature et les gens, c'est perdant-perdant-perdant.** Et le jour où les agents de ces sociétés viendront voir l'agriculteur pour lui dire : « Vous me devez tant, vous n'avez pas remboursé, maintenant votre terre c'est ma terre. », ce jour-là, l'agriculteur ira dans son champs, boira une bouteille de pesticide et mettra fin à ses jours. Et chaque veuve à qui j'ai parlé dit : « Les voisins ont dit qu'ils ont retrouvé mon mari étendu dans le champ » »*

Les problèmes environnementaux causés par l'industrie textile et soulevés dans le documentaire sont de deux natures. Des experts, comme Christina Dean, mentionnent l'augmentation des déchets textiles ce qui a pour effet d'augmenter la pollution, cette



fameuse « ombre cachée de l'industrie de la mode éphémère » évoquée par l'experte. D'autres experts, comme Vandana Shiva, expliquent un autre phénomène qui est associé à l'intensification de la production de vêtements. La confection des vêtements ne peut se réaliser sans matière première comme le coton. Les agriculteurs se retrouvent donc contraints de produire toujours plus pour satisfaire la demande de l'industrie. Ils s'endettent donc pour acheter des OGM, des pesticides et des fertilisants qui détruisent la terre et possèdent un impact sanitaire. Par des effets de causalité, ces expertises amènent le spectateur à comprendre que l'industrie textile repose sur des logiques commerciales qui recherchent uniquement le profit au détriment de l'environnement, de la planète et de la santé des agriculteurs.

Le capitalisme

Tansy Hoskins, auteure : « **Le capitalisme est la raison pour laquelle l'industrie de la mode est ainsi, c'est la raison pour laquelle les ouvriers du Bangladesh sont si peu payés. Car si vous travaillez dans un système capitaliste, le plus important est de générer du profit, et vous devez générer plus de profits que vos concurrents. Et c'est ce qui pousse les entreprises à diminuer les salaires toujours plus bas. Et les magasins de mode ne vont dans des lieux comme le Bangladesh uniquement pour obtenir la main d'œuvre la moins chère possible. Il n'y a pas de droits collectifs au Bangladesh, il n'y a pas de droits syndicaux, il y a un salaire minimum très bas, il n'y a pas d'allocation maternité, pas de retraite...c'est pourquoi l'industrie de la mode va au Bangladesh car elle peut tirer les plus gros profits de ces gens qui fabriquent les vêtements pour eux. Ce système n'est pas le système dans lequel les gens veulent vivre. Je pense qu'il rend la plupart des gens très malheureux et que les gens ne veulent pas vivre dans une planète qui se meurt ou exploiter leurs voisins. Je pense qu'il nous faut un grand changement systémique.** »

John Hilary, directeur exécutif de War on Want : « Mondialiser la production signifie en fait que toutes les fabrications de biens ont été sous-traitées à des économies à bas prix, surtout là où les salaires sont très bas et maintenus bas. **Et cela signifie que ceux tout en haut de l'échelle peuvent choisir où les produits sont conçus et ils peuvent changer.** Par exemple, si une usine dit « On ne peut plus produire pour si peu », la marque dit « Alors on ne viendra plus chez vous, on va trouver un autre endroit moins cher. » Pour l'environnement, **la grande menace est que le capital doit continuer à s'agrandir à l'infini afin de survivre.** Il ne peut y avoir de limite à son expansion et sa croissance. **Le monde naturel, lui, a clairement des limites.** Il y a des limites très précises à ce que le monde peut supporter en termes de production, de commerce, de transport et de distribution. Et il est assez clair que nous avons déjà outrepassé un bon nombre de ces limites, c'est pourquoi on voit autant de stress dans le monde naturel en ce moment. »

Les conséquences néfastes de l'industrie textile, les problèmes sociaux et environnementaux qu'elle cause conduisent les experts à remettre en question le système économique dans lequel elle s'est développée : le capitalisme. Cette remise en question intervient à la fin du documentaire comme une sorte de déduction logique, de chute et de conclusion. Les experts s'accordent pour appréhender les dysfonctionnements de l'industrie textile comme une preuve, celle de l'incapacité du capitalisme à œuvrer pour l'intérêt général. Parce qu'il s'élabore sur cette économie, le fonctionnement de l'industrie textile ne peut être compatible avec les valeurs supposées communes. Cette incompatibilité se manifeste dans les discours par l'affrontement de deux logiques : celle du « *monde naturel* » et celle du « *capital* ». Ces expertises laissent transparaître une vision manichéenne du monde où le capitalisme, qui ne peut rendre heureux, détruit le « monde naturel » à l'image du fonctionnement de l'industrie textile.

Ces expertises sont des actes perlocutoires de la dénonciation parce qu'elles mettent en œuvre plusieurs opérations susceptibles de provoquer chez le spectateur différents types d'inférences qui le conduisent à identifier l'industrie textile comme étant coupable d'œuvrer à l'encontre de l'intérêt commun. Les experts orientent ainsi les représentations et les croyances du spectateur en s'appuyant sur des valeurs qui sont supposées engendrer l'adhésion et l'identification du spectateur.

Chapitre 9 : La voix-off

Après les témoins et les experts, il nous reste encore à observer les propos tenus par une voix « sans corps » et omniprésente : la voix-off. Naturelle, familière voire rassurante, elle s'exprime « par-dessus » les images documentaires et on la nomme la voix du *speaker* ou encore *commentaire*. Sa présence quasi-systématique dans le cinéma-documentaire en fait d'elle un élément incontournable du genre. Mais d'où vient-elle ? Qui parle ? Avec quelle autorité ? Parle-t-elle de ce que les images nous montrent ou nous dit-elle ce qu'il faut voir ? Commente-t-elle ou induit-elle ?

Son existence et son utilisation soulève une multitude de questions que nous ne pouvons pas toutes aborder ici. Néanmoins, notre approche pragmatique du discours, qui a

pour ambition d'observer comment une dénonciation s'exprime par le langage, nous amène à questionner *la légitimité* de cette voix-off puisque la performativité d'un acte de langage repose bien sur une mise en scène de sa légitimité. Pour le dire autrement, c'est bien de la légitimité de cette voix-off masculine que dépend ici la félicité de l'acte de « dénoncer ». C'est pourquoi, la première question à laquelle nous devons répondre est donc : **qu'est ce qui rend cette voix-off légitime pour s'adresser au spectateur et donc pour dénoncer ?**

L'incipit ou la construction de la légitimité

Dans son ouvrage *Le documentaire et ses faux-semblants*, François Niney expose les différentes raisons qui expliquent l'essor de l'utilisation d'une voix-off dans les médias audiovisuels. Ses propos font apparaître que c'est parce qu'elle est assimilée à la notion « *d'objectivité* » que son recours s'est ritualisé et légitimé au cours de l'Histoire : « *Images muettes du monde surplombées par le commentaire omniscient du speaker anonyme, telle sera la figure dominante de « l'objectivité » dans les actualités cinématographiques et les documentaires [...]* »⁸³ Cette pratique, qui consiste à lier le dire à l'image, s'est développée à partir de 1929, dans un contexte de propagande où il fallait persuader émotionnellement le public d'avoir vu ce qui lui était dit. Le recours à une voix impersonnelle, venant de nulle part et omnisciente, tel Dieu qui observerait du ciel, s'est alors imposé comme la solution idéale et la plus économique. Son extériorité lui confère l'impartialité du « spectateur absolu qui voit tout et les choses comme elles sont »⁸⁴. Cette voix du « On », qui se veut au-dessus de l'action et désintéressée, ne parle pas des images en tant que prises de vues mais du monde. Et elle en parle comme s'il n'était pas représenté ni filmé, mais présent, actuel, défilant tel quel directement sous les yeux des spectateurs : c'est le monde lui-même qui se donne à voir, c'est sa vérité qui se fait entendre. Ce qui caractérise la propagande audiovisuelle, ce n'est donc pas de vouloir imposer son point de vue. Plus subtile, elle nous fait croire qu'elle n'en n'est pas un, qu'elle est la visible réalité des choses, une évidence. Si cette voix passive, rendue légitime par sa fausse objectivité, est encore utilisée aujourd'hui, ce n'est pas elle qui est à l'œuvre dans notre objet d'étude. La légitimité de notre voix masculine ne se construit

⁸³ P.112, NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p.

⁸⁴ P. 112, Ibid

pas par l'emploi d'un « on » faussement objectif. Au contraire, elle fait preuve d'une subjectivité assumée qui se manifeste notamment par l'emploi d'un « je ». Est-elle pour autant moins objective ? Et du même coup, moins légitime ? Voyons ce qu'il en est en observant le premier discours tenu par cette voix-off.

*« Ceci est **une histoire** de vêtements, il s'agit des vêtements que **nous portons**, des gens qui conçoivent ces vêtements et de l'impact que cela a sur **notre monde**. C'est une histoire d'avidité et de peur, de pouvoir et de pauvreté. C'est complexe, puisque cela s'étend au monde entier. Mais c'est simple également, car cela montre à quel point **nous sommes** liés à tous ces cœurs et ces mains qui fabriquent **nos** vêtements. **J'ai** commencé cette histoire sans rien connaître de la mode, en débutant avec rien de plus que quelques questions simples. Ce que **j'ai** découvert à changer à jamais **ma façon** de penser aux choses que **je porte** et **j'ai** l'espoir que cela **vous fasse** le même effet. »*

Ce discours ouvre le film documentaire. Il l'introduit à la manière d'une scène d'exposition théâtrale ou d'un incipit romanesque puisqu'il s'agit bien là de fournir au spectateur des éléments de compréhension sur ce qu'il va suivre. Tout comme pour l'incipit ou la scène d'exposition, cette ouverture permet de nouer un « contrat de genre » avec le récepteur en lui indiquant les codes qu'il devra utiliser dans le cadre de sa lecture. Dans notre cas, l'intervention de cette voix-off « au-dessus » des images qui l'accompagnent est un signe qui permet au spectateur de déduire qu'il s'agit bien là d'un film-documentaire. Tout comme l'incipit, cette ouverture a pour objectif principal de cristalliser l'attention du récepteur et de nouer avec lui un pacte de lecture. Originellement appelé « *pacte autobiographique* », ce concept, que l'on doit à Philippe Lejeune, rend compte d'une pratique des auteurs d'autobiographie qui s'engagent auprès de leurs lecteurs à dire « toute la vérité » et à se montrer tel qu'ils sont vraiment, à l'instar du célèbre pacte autobiographique de Rousseau dans *Les Confessions* : « *Je forme une entreprise qui n'eut jamais d'exemple et dont l'exécution n'aura point d'imitateur. Je veux montrer à mes semblables un homme dans toute la vérité de la nature ; et cet homme, ce sera moi.* » Retenons de cette définition originelle les notions « d'engagement » et de « vérité ».

Nous pouvons voir dans un pacte de lecture l'idée d'un acte de négociation entre l'émetteur et le récepteur : il est un moyen ici pour l'émetteur d'exprimer au spectateur son engagement à dire, non pas la vérité, mais sa vérité et ses souhaits (« **J'ai** commencé cette

histoire sans rien connaître de la mode, en débutant avec rien de plus que quelques questions simples. Ce que **j'ai** découvert à changer à jamais **ma façon** de penser aux choses que **je** porte et **j'ai** l'espoir que cela **vous** fasse le même effet. »). Ce faisant, notre voix-off s'assure que le film-documentaire sera reçu comme elle le souhaite à savoir, comme un échange de regard porté sur le monde.

Si nous pouvons introduire la notion de pacte de lecture ici, c'est parce que notre voix-off s'exprime à travers un « nous » et un « je » et elle s'adresse directement aux spectateurs par un « vous ». Contrairement au « on » canonique qui se veut objectif, l'usage de ces pronoms personnels construit trois espaces de subjectivité : celui du « je », celui du « nous » et celui du « vous ». Notre voix-off n'est donc plus anonyme mais personnelle. Elle s'expose et elle interpelle. Même si elle n'a pas de nom, il s'agit bien là de la voix des images, de celui ou de ceux qui ont fait ces images et qui les adressent à un « vous ». Cette subjectivité affichée et affirmée impacte la manière dont les images se présentent aux spectateurs et s'adressent à eux : la voix-off nous parle bien d'un monde représenté en tant que vues prises d'un certain point de vue (« Ce que **j'ai** découvert »), qui en suppose d'autres possibles. Les vues que nous voyons ne sont plus des bouts de monde tels quels mais des images du monde. À l'image de la métalinguistique où la langue se réfléchit sur elle-même, c'est le film-documentaire qui se réfléchit sur lui-même à travers cette première intervention de la voix-off. En ce sens, et pour en revenir à notre question de légitimité, il nous semble que c'est précisément dans l'expression de sa subjectivité ainsi que dans cette auto-considération que notre voix-off fait preuve d'objectivité et gagne sa légitimité. Elle porte bien un regard objectif sur ce qu'elle est en train de nous dire et de nous montrer : il s'agit d'une découverte qu'elle souhaite partager avec le spectateur. Ainsi, et de manière légitime, le privilège de pouvoir narrer cette découverte lui revient de droit (« Ceci est **une histoire** de vêtements »).

Si le critère d'objectivité permet encore aujourd'hui de légitimer l'intervention d'une voix-off, la manière de se montrer objectif n'est plus la même que celle employée hier. Intéressons-nous désormais à la façon dont cette voix s'indigne et dénonce en tentant de répondre à une seconde question : **comment la voix-off dénonce-t-elle ?**

La modalisation de la voix-off

Selon Erving Goffman, toutes nos actions se situent à la fois dans un cadre naturel et dans un cadre social qui les orientent et leur donnent sens par l'effet de ce qu'il nomme être une « *modalisation* ». Et pour parvenir à comprendre comment cette voix-off dénonce, il faut d'abord l'envisager comme telle. La modalisation est une manière convenue de transformer « *une activité donnée, déjà pourvue d'un sens par l'application d'un cadre primaire, en une autre activité qui prend la première pour modèle mais que les participants considèrent comme sensiblement différente* »⁸⁵. Par exemple, l'acte de faire la cuisine « pour de bon » n'est pas le même que celui de faire la cuisine pour apprendre à un apprenti. À la différence des événements naturels, entièrement déterminés, nos actions sont motivées par des objectifs. Une vidéo montrant un désert peut avoir pour modalité d'en souligner sa beauté ou inversement d'aborder les conditions de vie difficile qu'il suppose. Face à une même vidéo, les possibilités de modalisation sont donc multiples en fonction du motif recherché par l'émetteur. Notre objet d'étude se construit bien lui aussi selon une logique de modalisation dans la mesure où le film-documentaire rapporte une réalité filmée selon un certain mode d'adresse au spectateur, selon une certaine intention.

François Niney explique que deux types de modalisation peuvent être à l'œuvre dans un documentaire : l'une peut intervenir sur la « *monstration* » et l'autre sur la « *narration* »⁸⁶. La modalisation « *monstrative* » consiste à adopter un point de vue spécifique qui se manifeste sur l'image et les prises de vue (cf. chapitre 4 du mémoire). Quant à la modalisation « *narrative* », elle correspond à l'acceptation de la linguistique et de la rhétorique, autrement dit, elle s'applique aux discours. C'est elle qui nous intéresse ici puisque nous souhaitons mettre en évidence les différents moyens employés par notre voix-off pour exprimer son désaccord, pour dénoncer de manière implicite. Pour se faire, nous avons retranscrit ses interventions et sélectionné les passages qui nous ont paru les plus représentatifs des différents procédés mis en œuvre.

⁸⁵ P.59, Ibid

⁸⁶ P.58, Ibid

L'assertion d'informations chiffrées

Lors de cette retranscription, nous nous sommes aperçus que l'une des spécificités de notre voix-off est de s'adresser au spectateur selon une modalité assertive. L'assertion, qui permet d'exposer des faits, est l'une des déclinaisons possibles d'un acte perlocutoire du langage. Il intervient sur les représentations et les mots, les informations formulées s'ajustent au monde montré. Tout au long du film, la voix-off nous livre une importante quantité d'information, notamment par l'intermédiaire de chiffres. Ces derniers favorisent la compréhension du problème exposé mais pas seulement. Les chiffres choisis sont frappants, marquants parce qu'ils évoquent bien souvent des situations d'inégalité sociale et ils expriment, soulignent des paradoxes du monde représenté. Ces chiffres ont été minutieusement choisis pour provoquer un sentiment de surprise, d'indignation voire de colère.

*« Jusqu'aux années 1960, on fabriquait **95%** de nos vêtements. Aujourd'hui, on n'en fabrique que **3%** et les **97%** restants sont sous-traités dans des pays en voie de développement. »*

*« Shima fait partie des **quarante millions d'ouvriers** d'ateliers de confection dans le monde. Presque **quatre millions de ces ouvriers sont ici au Bangladesh**, travaillant près de **cinq mille usines**, fabriquant les vêtements des grandes marques occidentales. Plus de **85%** de ces ouvriers sont **des femmes**. Avec un salaire minimum de moins de **trois dollars par jour**, elles font partie des ouvriers textiles les moins bien payés au monde. »*

*« Ces seize dernières années, il y a eu plus de **250 000 suicides** d'agriculteurs enregistrés en Inde. C'est environ **un agriculteur toutes les trente minutes**. Et c'est la plus grande vague de suicides enregistrée dans l'histoire »*

*« Avec des demandes croissantes pour des matières comme le cuir bon marché, Kanpur est aujourd'hui la capitale indienne de l'exportation du cuir. Chaque jour, plus de **50 millions de litres d'eaux usées toxiques** sont rejetées par les tanneries locales. Des produits chimiques de traitement du cuir comme le Chrome VI sont déversés dans les fermes locales et dans l'eau potable. »*

Pourcentages, chiffres clés... notre voix-off fait elle aussi preuve d'expertise et elle nous initie. Le monde représenté s'éclaire à la lumière de ces informations chiffrées. Elles le mesurent, le passent « à la loupe », au microscope. Il revient au discours de nous informer

de ce que les images du monde représenté ne peuvent pas nous dire d'elles-mêmes. Pourtant, elles en sont la manifestation et le résultat. Le spectateur accède à une autre dimension du réel à travers ces données, une dimension scientifique qui engendre une prise de recul : ce que vous voyez là n'est qu'un « bout », qu'une « partie » de ce qui se passe. Ces chiffres sont des preuves introduites pas notre voix-off, ils appuient son propos et sont des arguments d'autorité. Ces données, qui sont suffisantes pour comprendre ce qu'elles induisent, parlent d'elles-mêmes mais aussi pour la voix-off. Le bilan qu'elles permettent de dresser suffit pour dénoncer.

L'assertion de faits

La voix-off dénonce aussi en laissant apparaître, de manière plus ou moins forte, son sentiment lorsqu'elle décrit des faits. Figures de styles, sous-entendus et dramaturgie sont employés pour exprimer indirectement sa critique.

La litote : « Faire des économies et ignorer les mesures de sécurité étaient devenus des conditions acceptables pour faire affaire avec ce nouveau modèle jusqu'à un certain matin d'avril, lorsqu'un événement près de Dacca, au Bangladesh, a placé la face cachée de la mode à la une des journaux »

Dans cet extrait, toujours selon une modalité assertive, la voix-off résume ce qu'il faut comprendre à cet instant T de ce qu'il vient de nous être montré et dit. Ce faisant, elle insiste sur l'irresponsabilité de ce « nouveau modèle » qui, pour faire des économies, ignore totalement et secrètement le bon respect de mesures de sécurité dans les usines de textile. De manière indirecte, la voix-off nous fait comprendre que les acteurs de cette économie sont des menteurs, des lâches et des profiteurs. Qu'ils agissent dans une liberté et une tranquillité la plus totale jusqu'à ce que, brutalement, le voile des mensonges se déchire « un certain matin d'avril ». Une litote, « un événement », est alors employée pour évoquer le désastre humain provoqué par l'effondrement du Rana Plaza qui a, par ailleurs, marqué les esprits du monde entier. Cette litote, figure de rhétorique d'atténuation qui consiste à dire le moins pour suggérer le plus, est un moyen indirect pour la voix-off d'exprimer sa pensée. Volontairement neutre face à l'horreur de l'événement évoqué, notre voix-off indique au spectateur qu'elle ne souhaite pas trop « en montrer » en s'épanchant mais qu'elle n'en

pense pas moins dans la mesure où cet effondrement est présenté ici comme une conséquence directe des mensonges préalablement mentionnés.

Le paradoxe : « *Le nombre de victimes augmentait et il en était de même pour les profits. L'année suivant le désastre de Rana Plaza fut l'année la plus rentable de tous les temps pour l'industrie. L'industrie mondiale de la mode rapporte aujourd'hui trois milliards de dollar annuels.* »

Cet extrait laisse apparaître une autre figure de style employée par la voix-off. Il s'agit du paradoxe. Elle a pour spécificité d'énoncer une opinion ou un fait contraire à l'idée commune afin de surprendre, de choquer et/ou d'inviter à la réflexion. Le paradoxe qui est présenté ici établit une relation de cause à effet entre l'enrichissement et la mort humaine qui est insoutenable pour le spectateur dans la mesure où il place la vie humaine sur le même plan que celui de l'argent. Cette mise à niveau a un effet réducteur sur la vie qui possède, en théorie, une valeur qui ne peut être comparable à celle de l'argent. Paradoxalement, c'est l'argent qui l'emporte ici, c'est l'enrichissement qui l'emporte sur la mort qu'il provoque. Tout comme la litote, le paradoxe est une autre façon pour la voix-off de laisser transparaître indirectement son sentiment et sa dénonciation.

Le sous-entendu : « *Bas salaires, conditions dangereuses et catastrophes en usine sont excusés grâce aux emplois nécessaires qu'ils créent pour des gens sans alternative. Cette histoire est devenue une histoire utilisée pour expliquer la façon dont l'industrie de la mode opère partout dans le monde.* »

« *Dans des lieux comme Kanpur, à l'abri des regards du monde, les marques occidentales s'approvisionnent en tissus bon marché en évitant toute responsabilité quant aux conséquences sur la santé et sur l'environnement.* »

Dans ces deux extraits, la voix-off reste assertive et elle nous informe des pratiques de cette industrie. La narration des faits remplace les indications chiffrées. Néanmoins, le contenu de ces assertions favorisent l'expression de sous-entendus : si la voix-off ne s'indigne pas ouvertement, elle dresse dans les deux cas un bilan, établit un constat qui laisse entrevoir indirectement son sentiment. Comme pour les expertises, les propos de cette voix induisent ici la référence à des valeurs supposées partagées par le spectateur.

À travers ces divers procédés, la voix-off effectue une modalisation narrative qui influence la manière de recevoir ce qui est à l'écran : elle exprime son adhésion ou sa distance vis-à-vis de ce qui est montré. Cette voix personnelle construit un échange avec le spectateur, un dispositif d'entrevue et d'interlocution à travers l'écran : voici ce que j'ai vu et pensé, et toi, que vois-tu ? Que penses-tu ? Ce faisant, elle montre que les vues ne sont pas des bouts de monde tels quels mais des images du monde : elle pointe le « manque » de l'image, le cadre n'est pas plein du monde et de sa soi-disant évidence, il est coupé et découpé et le sens est produit par l'interférence entre un état du monde et un état d'esprit, celui de l'auteur.

Au terme de ce mémoire, nous espérons avoir éclairé les différents processus qui expliquent *pourquoi* et *comment* le documentaire peut (nous) faire quelque chose, nous toucher, nous sensibiliser et dénoncer. Si *The True Cost* dénonce de manière implicite, l'objectif final du documentaire apparaît lui très clairement dans ses dernières minutes : il souhaite transformer le spectateur en activiste en l'invitant à se connecter sur un site internet. La performativité du documentaire apparaît donc aussi dans la manière avec laquelle il se présente au spectateur comme une invitation à rejoindre une communauté engagée. À l'issue du visionnage, *The True Cost* confronte le spectateur à un choix : s'engager ou non.

Conclusion : La mobilisation citoyenne

Pour conclure ce mémoire, nous souhaitons observer comment cette mobilisation citoyenne est opérée dans les dernières minutes du documentaire. Notre analyse s'appuie sur le visionnage de ce que nous avons appelé *l'excipit* qui se déroule entre 1h25 et 1h27.58 de la durée du documentaire. Plusieurs experts interviennent pour évoquer des solutions possibles puis le documentaire se termine comme il a commencé avec l'intervention de la voix-off. En moins de trois minutes, pas moins de cinq experts interviennent dans ce final. Ces discours s'enchaînent et donne une impression de vitesse, le rythme s'accélère et l'heure est au bilan dans ces dernières minutes. Les cinq experts résument en quelques phrases les grands enjeux soulevés par le film et nous pouvons décomposer ce final en six actes. Chacun d'entre eux peut se résumer par un verbe d'action qui en exprime le contenu.

1^{er} acte : Changer vite

Safia Minney, fondatrice de People Tree : « **C'est le début d'un tournant, non seulement vers un moyen responsable de faire la mode, mais de faire du capitalisme, de faire de l'économie. Je suis sûre que nous observerons un changement significatif dans les dix prochaines années. Que ce soit fait à temps ou non, c'est une autre question.** »

L'intervention de Safia Minney met l'accent sur la notion de « changement ». Son discours est pragmatique, c'est l'expérience d'une PDG qui s'exprime, elle donne son avis et évoque des notions telles que le « capitalisme » et « l'économie ». Elle commence son discours en affirmant qu'au moment où elle parle, un tournant est en train de s'opérer, des choses commencent à bouger. On est ici dans l'illocutoire : le changement commence à opérer au moment où elle parle. « *C'est le début d'un tournant* » est un expositif puisqu'il s'agit d'une affirmation. Elle porte un regard en demi-teinte sur l'avenir puisqu'elle croit que ce changement donnera des résultats visibles dans les dix prochaines années mais en même temps, elle souligne qu'il sera peut-être trop tard. Son discours résume l'enjeu du film-documentaire, sa raison d'être à savoir sa volonté de faire bouger les choses en sensibilisant le spectateur puisque le changement dont elle parle ne peut s'opérer que par une prise de

conscience généralisée. Nous retrouvons également l'idée qu'il faut faire vite, la nécessité de se mobiliser rapidement pour ne pas qu'il soit trop tard. Son discours défie donc ici le spectateur en signifiant qu'il est encore temps d'agir. Elle invite le spectateur à changer vite mais comment ? Que faire ?

2em acte : Cesser de

Tim KASSER, professeur de psychologie : « *Martin Luther King Jr lors d'un discours dans une église de Brooklyn, a dit que ce dont l'Amérique avait besoin était une révolution des valeurs. Elle devait **cesser de prendre les gens pour des objets. Elle devait cesser de traiter les gens d'une façon qui ne tournait qu'autour du profit. Mais au lieu de ça, traiter les gens de façon réelle et humaine.*** »

Le deuxième acte de discours apporte une première réponse : il faut « cesser de » nous dit Tim Kasser. Les propos tenus par ce psychologue répondent à l'horizon d'attente que le spectateur a de ses compétences : il invoque les notions de « *révolution de valeurs* » et de « *dimension humaine* ». Il nous dit qu'il faut que l'Amérique « *cesse de prendre les gens pour des objets* », « *cesse de traiter les gens d'une façon qui ne tournait qu'autour du profit* » pour plutôt « *traiter les gens de façon réelle et humaine* ». Il reprend ici les paroles d'un discours de Martin Luther King, une icône du militantisme non violent. Le citer constitue d'une part un argument d'autorité qui suscite l'adhésion. Martin Luther King est une figure mondialement connue et aimée de tous les américains, c'est un sage et une référence forte pour eux. D'autre part, en le citant, Tim Kasser invoque l'image de Martin Luther King, il la réactualise et l'associe à la cause défendue ici, au militantisme politique du film-documentaire lui-même qui condamne l'exploitation humaine et la victoire de l'argent sur l'Homme. Par l'intermédiaire de Tim Kasser, Martin Luther King dit de cesser de, il donne des directives. Nous sommes une fois de plus dans l'illocutoire ici et plus précisément dans l'exercitif : ce sont des injonctions. Ces injonctions qui appellent à en finir avec l'exploitation humaine constituent l'un des messages essentiels du film-documentaire. À noter également que citer Martin Luther King, qui appartient au passé, à l'Histoire, a pour effet de renforcer l'idée que cette situation a assez duré, qu'il faut agir. On peut aussi souligner qu'en évoquant seulement les États-Unis, nous comprenons que ce film s'adresse prioritairement

aux citoyens et aux hommes politiques américains. Tim Kasser donne une première clé pour le changement à savoir, il faut que les USA arrêtent d'exploiter l'Homme.

3em acte : Partager les richesses

Richard Wolff, économiste « *Mon dieu ! Nous pouvons faire mieux que ça ! Si nous voulons nous étendre, comme je le défendrais, étendre l'industrie dans le monde, non pas rester concentré à un endroit. **Partageons les bénéfices mondialement**, puis procédons de manière disciplinée, raisonnable et prudente.* »

Le discours de Richard Wolff apporte une deuxième réponse : il faut partager les richesses. Après la PDG et le psychologue, nous avons le regard d'un économiste. Une fois de plus, nous sommes dans l'exercitif avec l'injonction « *Partageons les richesses* ». Il affirme également que : « *nous pouvons faire mieux que ça !* ». Ce discours placé à la fin du film n'est pas un hasard, c'est aussi ce que nous dit le contenu du film : nous (vous les spectateurs et moi l'auteur) pouvons faire mieux que ce que vous venez de voir pendant une heure et demi. Richard Wolff donne ici une autre clé pour changer qui est cette fois économique.

4em acte : Célébrer l'Homme et respecter Mère Nature

Vandana Shiva, écologiste, écrivaine et féministe indienne : « *Nous devons reconnaître que le capital n'est que de l'argent. L'argent est un moyen, et les gens devraient être responsables de son utilisation. Nous devons **célébrer le potentiel créatif de l'être humain**. Nous devons parler de travail créatif, et arrêter de parler de main d'œuvre. **Nous devons regarder la terre non pas comme un produit sur lequel on spéculé et que l'on échange, mais comme base même de notre vie, comme Mère Nature.*** »

Dans la continuité des propos tenus par l'économiste, Vandana Shiva invite ensuite à minimiser l'importance de l'argent qui n'est qu'un moyen. La militante indienne évoque la notion de responsabilité, de célébration, de potentiel créatif, humain et la Mère Nature. L'univers de discours mobilisé ressemble à celui du psychologue avec l'apparition de notions qui ont attirés aux valeurs humaines. Une fois de plus nous sommes dans l'illocutoire avec une série d'injonctions qui tournent autour de la notion du devoir : « *nous devons reconnaître* », « *nous devons parler* », « *nous devons célébrer* », « *nous devons regarder* ».

Vandana Shiva appelle à repenser le lien homme/travail et homme/nature qui sont des grandes thématiques philosophiques. Elle propose une troisième piste de changement qui est ici d'ordre anthropologique.

5em acte : Mobiliser

Lucy Siegle, journaliste auteure : « **Vous transformez tous les consommateurs en activistes**, les consommateurs qui ont des questions éthiques, les consommateurs qui ont de simples questions au sujet du lieu de conception de leurs vêtements, les consommateurs qui disent : « Pardon, il n'est pas normal que quelqu'un meurt durant sa journée de travail. » On ne peut pas juste s'écraser : « Faites comme bon vous semble », c'est trop important, c'est une industrie trop significative. Elle a trop d'effets sur des millions de gens dans le monde et sur les ressources communes. »

Enfin, une dernière experte, Lucy Siegle, prend la parole et c'est la notion de « mobilisation » qui est centrale. C'est la dernière réponse apportée à la question du *comment changer* : il faut mobiliser les consommateurs. Dans son discours, elle crée un dialogue fictif qui nous semble refléter les pensées du spectateur qui peut s'identifier lorsqu'elle dit : « Pardon, il n'est pas normal que quelqu'un meurt durant sa journée de travail ». On retrouve encore l'illocutoire dans la phrase « On ne peut pas juste s'écraser » : c'est une affirmation qui induit que nous sommes obligés de nous engager, de faire quelque chose. C'est le spectateur citoyen qui est ici visé et Lucy Siegle insiste et rappelle ce que nous venons de voir dans le contenu du film, à savoir, que cette industrie possède des répercussions sur des millions de gens dans le monde. À noter qu'elle évoque ce que tente de faire le film documentaire soit de « transformer les consommateurs en activistes ». Son discours est une transition idéal pour la dernière intervention de la voix-off qui a justement pour ambition d'inviter le spectateur à la mobilisation.

6em acte : SE mobiliser

Voix-off : « Continuerons-nous à chercher le bonheur dans la consommation ? Serons-nous satisfaits d'un système qui nous donne l'illusion de la richesse, tout en laissant notre monde si désespérément pauvre ? Continuerons-nous à fermer les yeux sur les vies de ceux qui font nos vêtements ? Ou cela sera-t-il un tournant, un nouveau chapitre de notre histoire, lorsque tous ensemble, nous opérerons un réel changement, en se rappelant que tout ce que l'on porte a été touché par des mains humaines. Parmi tous les défis qui s'offrent à nous aujourd'hui, parmi tous les

problèmes qu'on croit plus grands que nous, qu'on croit incontrôlables, peut-être pourrions-nous commencer là, avec les vêtements. »

La voix-off est notre interlocutrice privilégiée depuis le début du film documentaire, c'est par elle que le contrat de lecture du film s'est créé. Contrairement aux précédents discours, elle s'adresse au spectateur directement, nous quittons le dispositif de l'entretien qui induit une certaine distance dans la mesure où les experts s'adressent d'abord à celui ou celle qui les questionne. La voix-off est plus proche du spectateur et elle s'interroge ici. Elle formule une réflexion dans laquelle elle nous inclue directement : sa réflexion devient en quelque sorte la nôtre. L'émotion est au cœur de cette intervention finale puisque la voix-off évoque la quête du bonheur, les vies de ceux qui font nos vêtements, un tous ensemble, un nouveau chapitre de notre histoire, des mains humaines... Nous sommes ici à la fois dans un univers de discours épique avec une insistance portée sur le collectif, sur la notion de « défis » (« *les défis qui s'offrent à nous aujourd'hui* ») et la mention de l'Histoire (« *un nouveau chapitre de notre histoire* »). Et nous sommes aussi et simultanément dans un univers de discours pathétique avec les thématiques du désespoir, de la pauvreté, de la tristesse, de l'aveuglement. Le spectateur est interpellé par une série de cinq questions. Quatre d'entre elles sont formulées au futur, nous sommes donc dans la projection, dans « l'après » du visionnage du film et la cinquième question est au présent et au conditionnel : on revient à l'instant T, à maintenant et à l'ici. Ces interrogations résument les deux perspectives, les deux choix qui s'offrent à chaque spectateur à cet instant précis. Il peut choisir de continuer à ignorer les faits, c'est notamment ce qu'évoquent les trois premières questions (« *Continuerons-nous à chercher le bonheur dans la consommation ? Serons-nous satisfaits d'un système qui nous donne l'illusion de la richesse, tout en laissant notre monde si désespérément pauvre ? Continuerons-nous à fermer les yeux sur les vies de ceux qui font nos vêtements ?* »). Or, cette perspective apparaît être logiquement impossible puisque si le spectateur est toujours devant le documentaire à cet instant clé, il a justement pris connaissance des conséquences, il est désormais informé et ne peut plus revenir en arrière. S'il souhaite fermer les yeux sur ce qu'il vient de voir, il fait le choix de continuer d'être un persécuteur. Il peut aussi décider de se mobiliser, de rejoindre ces experts et d'agir de manière concrète, d'accomplir quelque chose à son niveau pour enrayer le fonctionnement

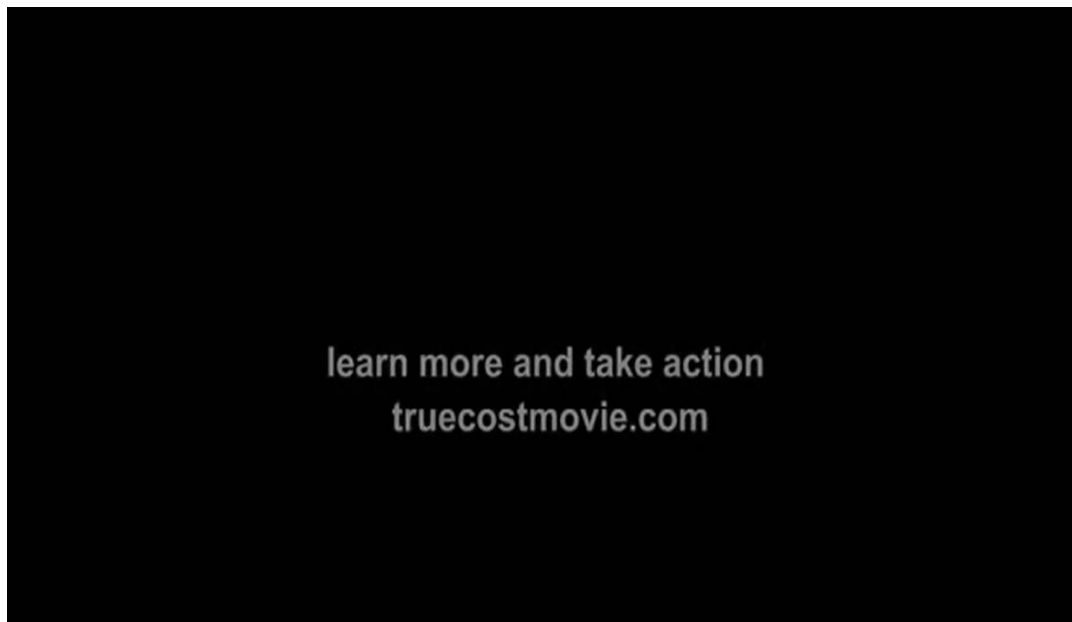
de cette industrie. C'est ce qui est évoqué dans la quatrième interrogation (« *Ou cela sera-t-il un tournant, un nouveau chapitre de notre histoire, lorsque tous ensemble, nous opérerons un réel changement, en se rappelant que tout ce que l'on porte a été touché par des mains humaines.* ») La cinquième et dernière question qui revient au temps présent souligne combien il est en réalité simple d'agir, simple de pouvoir faire bouger les choses et de remuer ces institutions qui sont bien au-dessus du spectateur (« *Parmi tous les défis qui s'offrent à nous aujourd'hui, parmi tous les problèmes qu'on croit plus grands que nous, qu'on croit incontrôlables, peut-être pourrions-nous commencer là, avec les vêtements.* ») La voix-off fait comprendre au spectateur qu'il peut se mobiliser simplement en devenant plus responsable dans sa consommation de vêtement. Immédiatement à l'issue de cette intervention, l'auteur facilite cet engagement en invitant le spectateur à rejoindre des militants grâce au site internet qui apparaît sur la dernière image du documentaire.

Cette fin méritait de faire l'objet d'une analyse puisque contrairement au fonctionnement global du documentaire que nous avons analysé dans ce mémoire, nous ne retrouvons pas dans ce final de l'implicite ni des actes perlocutoires du langage, au contraire. Cette fin est un moment clé du travail de l'auteur, elle représente un moment stratégique de transition entre le film et le monde réel. Cela se manifeste dans le discours par le recours à une succession d'actes illocutoires qui ont la particularité d'accomplir quelque chose à cause de la signification de ce qui est dit. Le ton change, les discours n'amènent plus le spectateur à comprendre implicitement ce qui est énoncé : la nécessité de se mobiliser apparaît clairement. Ce faisant, le documentaire « *projette le monde pour s'y retourner* » comme l'évoque François Niney : « *ce mouvement propre à l'illusion d'optique cinématographique paraît être une allégorie de la transformation radicale qu'a connue notre vision du monde au cours du siècle écoulé.* »⁸⁷

Le documentaire nous rapproche-t-il d'une transparence de l'état des choses ? D'une pleine connaissance des événements ? Ne brouille-t-il pas, au contraire, notre vision des choses ? Il nous semble que la réponse est ni l'un ni l'autre...ou l'un et l'autre. Le documentaire *The True Cost*, et avec lui sa dénonciation et sa mobilisation, modifie et

⁸⁷ P.318, NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p

remodèle la perception que le spectateur a du monde et le monde lui-même. Nous n'avons pas souhaité diviniser ni diaboliser ce processus d'influence dans ces pages, ni même en constater son irréversible fatalité. Nous avons plutôt chercher à comprendre ce que nous fait ce documentaire et comment il le fait, quel monde il construit entre nous (l'auteur/spectateurs, spectateur/spectateur), comment il nous fait voir et comment il nous invite à faire quelque chose...quelque chose d'autre que regarder des images.



BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

LAMBERT Frédéric, *Je sais bien mais quand même, Essai pour une sémiotique des images et de la croyance*, Édition non-standard, 2013, 160p

LITS Marc, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles : éditions De Boeck Université, 2008, 235p

NINEY François, *Le documentaire et ses faux-semblants*, Klincksieck, 2009, 207p.

NINEY François, *L'épreuve du réel à l'écran, Essai sur le principe de réalité documentaire*, 2em édition, De Boeck, 2011, 347p

Articles scientifiques

ARQUEMBOURG Jocelyne, « Des images en action » Performativité et espace public, Réseaux, 2010/5 n° 163, p. 163-187

BEUSCART Jean-Samuel, **PEERBAYE Ashveen**, « Histoires de dispositifs. (Introduction) », Terrains & travaux 2006/2 (n° 11), p. 3-15.

BOLTANSKI Luc, **DARRE Yann**, **SCHILTZ Marie-Ange**, « La dénonciation ». In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 51, mars 1984. *La dénonciation*. pp. 3-40.

BREMOND Claude, « Le rôle d'influenceur ». In: Communications, 16, 1970. Recherches rhétoriques. pp. 60-69.

CAILLET Aline, « Dispositifs critiques », « Introduction : L'espace du documentaire », Presse Universitaire de Rennes, 2014, 11p

DREYER Sylvain, « Rhétorique de l'engagement critique. Regards de cinéastes et d'écrivains français sur la révolution cubaine (années 1960 et 1970) », Tracés. Revue de Sciences humaines, 2006

DUBOIS Sébastien, MOHIB Najoua, OGET David, SCHENK Éric, SONNTAG Michel. « Connaissances et reconnaissance de l'expert ». Les cahiers de l'INSA de Strasbourg, 2005, pp.89-108.

ERNEDIATO Wander, « L'argumentation dans le discours d'information médiatique », *Argumentation et Analyse du Discours*

FAROULT David, « Cinéma : connaissances, croyances et idéologies », Entrelacs, 2005

FONTANILLE Jacques, « Témoins et témoignage »

GARRIC Nathalie, LEGLISE Isabelle. « Analyser le discours d'expert et d'expertise. Discours d'experts et d'expertise », Peter Lang, pp.1-16, 2012.

JOUBERT Muriel, « Conclusion », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de **JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand**, éd. DELATOUR France

JOUBERT Muriel, MERLIER Bertrand, « Chapitre 4 : L'expression musicale : une « valeur ajoutée » qui favorise l'émotion », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de **JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand**, éd. DELATOUR France

JOUBERT Muriel, « Prolongement de la pensée de Michel Imberty sur les fonctions de la musique de film », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de **JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand**, éd. DELATOUR France

LAMBERT Frédéric, « Afrique(s) : les médias entre histoire et mémoire », article à paraître dans *Le Temps des Médias*, n°25, 2015/2

LAMBERT Frédéric, « Performances et performativité des images, L'agir image et les nouveaux territoires médiatiques », textes réunis par **Gilles DELAVALD et Loïc BALLARINI**, In *Nouveaux territoires médiatiques*, Paris, Mare et Martin éditions, collection Mediacritic, 2014

MERLIER Bertrand, « Analyse des mécanismes émotionnels dans la fiction », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de **JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand**, éd. DELATOUR France

MERLIER Bertrand, « Pourquoi s'intéresser à la question de la traduction des émotions dans les produits audiovisuels ? », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de **JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand**, éd. DELATOUR France

MERLIER Bertrand, « Un outil de représentation des relations son-image basé sur des mots et des concepts simples », in *La traduction des émotions dans les musiques de films*, sous la direction de **JOUBERT Muriel et MERLIER Bertrand**, éd. DELATOUR France

METZ Christian, « À propos de l'impression de réalité au cinéma », in *Essais sur la signification au cinéma*, 1968

NEVEU Éric, « L'approche constructiviste des « problèmes publics ». Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication*, 1999, p.41-58