



HAL
open science

“ La mise en ligne des archives audiovisuelles, entre patrimonialisation et nostalgie créatrice. Regards sur la France et l’Italie ”

Anna Tible

► **To cite this version:**

Anna Tible. “ La mise en ligne des archives audiovisuelles, entre patrimonialisation et nostalgie créatrice. Regards sur la France et l’Italie ”. *Nostalgies contemporaines – Médias, cultures et technologies*, Presses du Septentrion, p. 157-179, 2021, 2757431722. hal-04276555

HAL Id: hal-04276555

<https://hal.science/hal-04276555v1>

Submitted on 9 Nov 2023

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

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

La mise en ligne des archives audiovisuelles, *entre* patrimonialisation et nostalgie créatrice.

Regards sur la France et l'Italie

Anna Tible

Dès les débuts de la programmation télévisée, dans la France et l'Italie des années 1950, les journalistes et réalisateurs commencent à réutiliser des extraits déjà diffusés pour créer de nouveaux formats, avec un goût marqué pour le passé et l'histoire. Les cinémathèques de télévision française et italienne se créent dans ce contexte, souvent à travers des initiatives individuelles de professionnel.le.s de la télévision. Elles permettent la conservation des premières émissions diffusées, afin de répondre aux besoins ponctuels des créateurs de programmes, qui intègrent de façon croissante des archives, aussi bien aux programmes d'actualités qu'aux documentaires et même aux programmes de divertissement. Très tôt aussi, la télévision s'auto-célèbre à travers le montage de « séquences-madeleine » (Poels, 2016, p. 116) à base d'archives. En 1977, la rétrospective *Il était une fois la télévision* marque la naissance des émissions dans lesquelles la télévision revient sur son passé (Poels, 2016, p. 112).

La France et l'Italie connaissent des évolutions assez comparables dans l'histoire de leur audiovisuel public comme dans l'évolution de leurs programmes. « Cette proximité historique entre les deux pays et les deux systèmes audiovisuels orienterait dès lors les interprétations vers la recherche de nouveaux mouvements historiques profonds, autour de la constitution d'une mémoire collective possédant une temporalité collective à certains pays européens » (Veyrat-Masson, 2000, p.22). Ainsi, à partir des années 1990, les deux pays prennent simultanément conscience de la valeur patrimoniale de leurs archives audiovisuelles, comme en France avec la loi sur le dépôt légal audiovisuel (20 juin 1992).

Au tournant des années 2000, l'Institut National de l'Audiovisuel (INA), en France, la Radiotelevisione Italiana (RAI), et l'Institut Luce¹, en Italie, entament la numérisation de leurs fonds et de leurs catalogues documentaires. C'est une étape essentielle vers l'accessibilité des archives et l'accroissement de leur audience car cette mise en ligne participe à rendre « les archives spatialement et humainement plus proches de soi (Matteo Treleani). Aujourd'hui, l'INA, la RAI et l'Institut Luce diffusent également leurs archives sur les réseaux sociaux *Twitter*, *Facebook* ou *Instagram*.

Portes d'entrée vers les fonds de l'INA, de la RAI et de l'Institut Luce, ces plateformes souhaitent rendre plus attractives les archives auprès des producteurs audiovisuels, dans un contexte d'« effervescence convulsive de la commémoration » (Delporte et Veyrat-Masson, 2005, p.192). Avec la numérisation, la logique marchande des archives s'accroît considérablement, le but étant de faire passer les usagers des extraits gratuits aux collections payantes et d'encourager les « clics » et les partages sur les réseaux sociaux, afin d'accroître la visibilité des archives, et le coût des annonces publicitaires. Cependant, « [...] L'enjeu n'est donc pas seulement celui de la circulation des contenus dans l'espace public, mais bien la nature des contenus anciens qui implique une certaine idée du passé. » (Treleani, 2017, p.5-6). En effet, de l'indexation à l'éditorialisation des archives audiovisuelles, les documentalistes et rédacteur.ice.s multimédia de l'INA, de la RAI et de l'Institut Luce participent activement à une véritable mise en scène des événements passés.

La question de l'archive ne se réduit pas une question du passé. C'est « une question d'avenir, la question de l'avenir même, la question d'une réponse, d'une promesse, et d'une responsabilité pour demain. » (Derrida, 1995, p.13). Dès lors, dans quelle mesure les plateformes de diffusion des archives peuvent-elles redonner du sens aux documents et les inscrire dans une certaine projection du futur ?

L'INA, la RAI et l'Institut Luce présentent leur travail de mise en ligne comme une muséification des archives audiovisuelles, à travers un tri, une conservation et une exposition des sources qu'elles définissent comme patrimoniales. Les archives audiovisuelles s'inscrivent ainsi comme des traces incontournables de notre histoire imprégnant peu à peu la mémoire

¹ L'Institut National de l'Audiovisuel a été créé à la suite de l'éclatement de l'Office de Radio Télévision Français (ORTF), en 1974, pour assurer la conservation et l'archivage des programmes audiovisuels. La RAI regroupe l'audiovisuel public italien, dont la partie télévision et a créé un service d'archives, la Teche RAI, en 1995. L'Institut Luce est une institution publique italienne, fondée dans le cadre du fascisme : elle conserve aujourd'hui de nombreuses archives audiovisuelles et cinématographiques.

collective. Toutefois, en mettant en lumière certains contenus plutôt que d'autres, les trois institutions orientent les internautes vers la sensibilité émotionnelle, et particulièrement vers la nostalgie. En ce sens, elles participent à une forme de reconstruction du passé, en tout cas à une narration chronologique des événements qui leur est propre, en convoquant des icônes et des symboles d'un temps révolu, souvent sous son jour le plus doré. Il faut alors questionner la congruence entre l'objectif patrimonial affiché des institutions d'archivage audiovisuel et leur volonté de susciter l'adhésion d'un public large à leurs archives, à travers une ligne éditoriale qui mobilise. Ce chapitre abordera donc la question du rôle des documentalistes et rédacteurs multimédia dans le processus de patrimonialisation des archives audiovisuelles d'une part et dans la mobilisation des émotions nostalgiques, tout à la fois individuelles et collectives, d'autre part.

Dans la lignée des *media studies* et des *digital studies*, en particulier à la suite des recherches de Matteo Treleani sur la mise en ligne des archives audiovisuelles, cette recherche s'inspire également des travaux en sciences du patrimoine de Nathalie Heinich ou de Jean Davallon qui analysent les différents fondements et moyens de la patrimonialisation. Mon chapitre souhaite apporter une comparaison de la mise en ligne des archives audiovisuelles françaises et italiennes, en étudiant comment leur sélection et leur éditorialisation participent à la construction d'un discours nostalgique sur le passé, partagé par différents médias, comme ont pu l'analyser Katharina Niemeyer sur la télévision ou Emmanuelle Fantin sur la publicité. La toile de fond de ce travail est constituée par l'observation et l'analyse des archives mises en ligne par l'INA, la RAI et l'Institut Luce sur leurs plateformes et sur les réseaux sociaux *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*, afin d'en dégager les principales tendances éditoriales. Ce chapitre s'appuie aussi sur des entretiens menés auprès de documentalistes et rédacteur.ice.s web en charge de la sélection et de l'éditorialisation des contenus en ligne dans les trois institutions.

Ce chapitre est rédigé dans le cadre d'un doctorat en Information-Communication sur l'histoire de la profession de documentaliste audiovisuel.le en France, qui repose sur une trentaine d'entretiens semi-directifs menés, entre 2017 et 2019, auprès de documentalistes en

poste et à la retraite de l'INA, de la RAI, et de l'Institut Luce, auprès de cadres et de rédacteurs web de ces structures, et enfin auprès de documentalistes intermittents.

Dans ce chapitre, j'aborderai d'abord les outils élaborés et mis en oeuvre en amont de l'éditorialisation en ligne des archives, en France comme en Italie. Je questionnerai ensuite la sélection et la mise en lumière de certains contenus destinés à mobiliser l'émotion. Enfin, j'analyserai dans quelle mesure la nostalgie peut s'avérer créatrice, à travers la visibilité croissante des archives audiovisuelles sur les réseaux sociaux *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*.

LES PLATEFORMES D'ARCHIVES, DU MUSÉE VERS LE MARCHÉ

Rendre les archives largement accessibles

La mise en ligne des sources audiovisuelles au tournant des années 2000 bouleverse leur statut d'archives. Désormais, on rend accessibles et visibles des sources, auparavant cachées ou isolées, qui s'offrent « à l'interprétation des lecteurs historiens, généalogistes ou simples amateurs », à l'issue d'une « série de médiations – destructions volontaires ou involontaires, tris et éliminations, classements, inventaires, communication » (Cœuré et Duclert, 2011, p.79). Les documentalistes de l'INA, de la RAI et de l'Institut Luce ont désormais la charge de sélectionner des archives afin de les mettre en ligne et de toucher ainsi des publics inédits. « L'objet ayant acquis son statut de représentant de son monde d'origine, le mouvement de retour va établir les procédures selon lesquelles il va représenter ce monde afin d'assurer une continuité entre le passé et le présent. » (Davallon, 2006, p. 122). Ce mouvement du présent vers le passé inscrit nécessairement les documents dans un nouveau contexte social et culturel de réception, qui leur construit un nouveau sens, au regard de leur valeur contemporaine.

L'intégration des archives audiovisuelles à des plateformes de contenus gratuites - ou en partie gratuites comme www.ina.fr² - donne l'illusion d'une facilité d'accès à ces documents puisque la frontière du magasin d'archives n'est plus à franchir.

² Le site www.ina.fr ouvre une partie des contenus de l'INA, à travers des extraits d'archives, de manière gratuite au grand public. Toutefois, pour accéder à des émissions, des programmes ou des collections dans leur intégralité, il faut payer l'accès au document, ou s'abonner, toujours dans un contexte payant, à un cadre *Premium*.

Alors que la pratique traditionnelle veut qu'on fouille dans un fonds d'archives pour trouver la source qui nous intéresse, avec les plateformes de contenus, c'est désormais « l'effet de rebond d'un contenu à l'autre qui peut être exposé au regard de l'internaute, pour favoriser l'appréhension de l'archive audiovisuelle comme composante d'ensembles plus larges, voire de collections [...] » (Alquier *et al.*, 2017, p.116). En réalité, les documentalistes effectuent toujours un travail de médiation en amont de la mise en ligne des archives, et même de « re-médiation » avec les connexions proposées. Les sites www.ina.fr, www.techerai.it, et www.archivioluce.com, se présentent donc comme des vitrines pour inciter les publics, professionnel.le.s, chercheur.se.s et grand public à s'intéresser aux fonds audiovisuels dans leur totalité, voire à « consommer » les contenus payants, comme en développe l'INA à travers son service « Premium », qui donne un accès payant à des émissions ou des collections entières de son fonds.

Au croisement entre « formations discursives », et « formations sociales » (Cervulle dans Févry, 2014, p.16), les plateformes d'archives en ligne diffusent des discours médiatiques, en même temps qu'elles inscrivent les images et les mots comme traces matérielles dans la mémoire collective. Elles participent ainsi à une construction dynamique du patrimoine audiovisuel, en y instillant souvent une tonalité nostalgique. On y remarque en effet beaucoup de référents de l'imaginaire collectif. Elles participent à la reconstruction narrative d'une histoire commune à partir de traces et de ruptures visibles sous la forme d'images-clefs, avec le risque d'omettre les processus plus complexes qui font la continuité et les ruptures de l'histoire. Par leurs actions, les plateformes opèrent un tri des ressources audiovisuelles, qui ne met en lumière qu'un petit nombre de documents sur leur *homepage*³. La sélection suit une ligne éditoriale clairement affichée par les cadres documentaires : « [...] Le site ina.fr est à la fois un site d'actualité, qui sélectionne des contenus qui s'y prêtent, et un site patrimonial, qui présente les collections de l'INA⁴. »

La construction des notices documentaires : Contextes, corpus et éphémérides

³ « Page d'accueil » : le terme en anglais est utilisé par les cadres de l'INA et de la RAI

⁴ Entretien avec une cadre de l'INA, le 28 mars 2018

Grâce au numérique, la création de plateformes par les institutions en charge de l'archivage audiovisuel constitue une ouverture inédite de ces ressources au grand public, Dans ce foisonnement des images sur le web, la mise en ligne de ces traces d'une mémoire collective nécessite en effet un réel travail de contextualisation, de sélection et de médiation pour qu'elles deviennent lisibles par tous les publics.

Face à la masse de données conservées et numérisées, la RAI, l'Institut Luce et l'INA ont restructuré leurs collections afin d'organiser et d'orienter les recherches sur leurs plateformes de contenus..Puisque l'archive s'exprime à travers un rassemblement des signes « en un seul corpus, en un système ou une synchronie dans laquelle tous les éléments articulent l'unité d'une configuration idéale » (Derrida, 1995, p.14), il est nécessaire de prendre en compte les futurs destinataires des images, ainsi que les utilisations qui en seront faites. Le travail de documentation est donc essentiel pour élaborer cette médiation entre les archives et le public et mettre en scène les archives audiovisuelles sur les plateformes numériques. Différentes étapes sont nécessaires, qui exigent un haut niveau de professionnalisation :

« - La reclassification (de données archivées et déjà classées dans une archive) selon un plan de classification propre à l'utilisateur ou un groupe d'utilisateurs.

- La redescription et réindexation (de données archivées déjà indexées) à l'aide de modèles de description appropriés aux besoins de l'utilisateur.

- La recontextualisation (de données archivées et déjà mises en relation avec d'autres données).

- Le redécoupage virtuel (de données audiovisuelles, visuelles, textuelles... archivées) pour ne retenir que les passages intéressant l'utilisateur.

- La réécriture partielle (*i.e.* la modification même de la textualité d'origine d'une donnée archivée) sous forme, par exemple, d'un montage virtuel de la donnée archivée avec différents éléments textuels (segments audiovisuels, ...).

- La rééditorialisation (*cf.* Stockinger, 2012) et la republication d'une ou d'un corpus de données archivées. » (Stockinger, 2015, p.5)

Une hiérarchisation des archives se met alors en place. Toutefois, les choix ne sont pas totalement analogues entre les institutions française et italiennes, qui n'utilisent pas nécessai-

rement les mêmes outils et méthodologies documentaires. Car l'inscription des archives dans la construction d'une identité collective répond à un contexte fortement national. Il apparaît absolument nécessaire que les images d'archives soient « mises en contexte, historisées, expliquées » (Delporte et Veyrat-Masson, 2005, p.191). Les choix réalisés par les documentalistes dans la définition des mots-clefs et l'indexation des différents champs d'information des documents s'avèrent donc essentiels pour la réception des archives par les publics.

Ainsi, les trois institutions organisent leurs archives sous forme de collections qui regroupent les documents en fonction de leurs points communs, thématiques, dates, ou acteurs par exemple. L'INA a mené une cartographie exhaustive de ses fonds, qui a permis une organisation des ressources en « corpus thématiques », et « éphémérides ». Ces dossiers qui concentrent un ensemble d'archives relatifs à des thèmes (les différents sports, les différents médias...), ou à des dates (commémorations diverses, par exemple de Mai 68 ou de la Première Guerre mondiale, anniversaires de personnalités...) considérés comme des clefs de l'écriture de l'histoire. Les « corpus » et « éphémérides », préparés en amont par les documentalistes de l'INA, permettent la diffusion immédiate d'images des archives présélectionnées dans le cadre de commémorations, d'anniversaires, mais aussi de décès de personnalités ou d'événements soudains.

Fin 2017, la mort du chanteur Johnny Hallyday a engendré une course aux images d'archives dans les médias français, dans le contexte d'une forme de communion nationale. L'INA a largement contribué à l'omniprésence du chanteur dans les médias en fournissant une sélection d'images qui avait été préparée très en amont dans un « corpus » qui lui était dédié. La mise en oeuvre en amont de corpus, de nécrologies et d'éphémérides prêts à l'usage augmente donc la valeur marchande des archives, dans des contextes de commémorations et d'hommages, où les professionnel.le.s de l'audiovisuel sont friand.e.s d'archives, qu'ils achètent et diffusent.

Dans ce contexte inédit de diffusion de leurs archives audiovisuelles, les institutions doivent nécessairement adapter la rédaction des notices descriptives des documents, qui serviront ensuite aux résumés mis en ligne sur les plateformes. L'INA a entamé, dès la fin des années 1990, un important ouvrage d'enrichissement et d'actualisation des notices anciennes

en modifiant en partie les mots-clefs et le vocabulaire des champs d'indexation, comme l'explique cette documentaliste :

Par exemple, Johnny Hallyday : « Depuis ses débuts, dans les années 1960, Johnny Hallyday a su s'adapter et traverser les décennies »...c'est pas *percutant* mais c'est pas neutre, ça reflète *tout* le documentaire...tu résumes 1h54 en deux lignes...et dans les mots clefs, je précise plus⁵.

Les archives de la RAI, quant à elles, ont fait le choix d'une information très limitée pour décrire chaque document sur Internet. L'indexation, extrêmement succincte, se résume souvent à la date et la chaîne de diffusion, et au titre du programme audiovisuel. La méthodologie d'indexation étant désormais libre à la RAI, il n'existe plus de thesaurus⁶ dans son catalogue multimédia et le site www.teche.rai.it utilise très peu de mots-clefs pour orienter les publics. Une personne entièrement en charge du site Internet intègre les métadonnées des notices documentaires. Cette éditorialiste rédige ensuite des articles généralistes, qui replacent les documents dans des collections. Le travail d'éditorialisation repose donc sur une structuration générale du site, par grandes thématiques.

ARCHIVES AUDIOVISUELLES ET MÉMOIRE : MOBILISER L'ÉMOTION ?

Comme l'exige la recherche historique, « [...] A quelque projet qu'on obéisse, le travail en archives oblige forcément à des opérations de tri, de séparation des documents. La question est de savoir quoi trier et quoi abandonner. » (Farge, 1989, p.87). Rendre visibles et accessibles certaines archives sur le web constitue alors un travail de sélection des documents qui ne peut pas être neutre. Définir les traces visibles du patrimoine collectif résulte nécessairement de contextes politiques, économiques, culturels et sociaux.

⁵ Entretien avec une documentaliste de l'INA, le 28 mars 2018

⁶ Un thesaurus est un référentiel de mots-clefs pour décrire les documents (ici, audiovisuels) utilisé par les documentalistes dans leurs tâches de production documentaire

Sélectionner et découper les contenus

À travers l'évolution de leurs outils documentaires, l'INA, la *Teche RAI*, et l'Institut Luce cherchent à structurer et organiser les documents audiovisuels. Ils sont donc à l'origine d'un récit médiatique et fonctionnel de l'histoire, mais aussi et surtout d'un véritable travail de mémoire, l'un et l'autre participant à la constitution d'un patrimoine audiovisuel.

Le patrimoine audiovisuel sélectionné à travers la mise en ligne de certaines archives aux dépens d'autres participe à une lecture de l'histoire d'une part orientée par les cadres mémoriels nationaux (Anne-Marie Thiesse, 1999) et d'autre part par les débats contemporains : « Any story we add to the archive comes from outside » (Ernst, 2004).

En sélectionnant et en rendant visibles certaines de leurs archives, l'INA, la RAI et l'Institut Luce participent à la construction de traces mémorielles collectives.

[...] Tantôt la mémoire sélectionne et transforme des expériences antérieures pour les ajuster à de nouveaux usages, ou bien pratique de l'oubli qui seul fait place à un présent ; tantôt elle laisse revenir, sous forme d'imprévu, des choses qu'on croyait rangées et passées [...] (De Certeau, 1985, p.326).

L'INA, la *Teche RAI* et l'Institut Luce élaborent ainsi des « cadres mémoriels » (Février, 2014, p.84) qui participent à l'expression et à la valorisation d'un passé national recomposé à travers les archives audiovisuelles. Les trois institutions construisent le patrimoine audiovisuel comme une succession de marques et de repères d'un passé révolu, le patrimoine en ligne pouvant être tout à la fois un « dépôt d'objets à conserver pour les sauvegarder de l'oeuvre du temps et les transmettre aux générations futures », qu'un « processus en évolution constante, soit une construction du présent. » (Treleani, 2014). Le choix est analogue, celui de mettre en ligne des archives impliquant un investissement émotionnel collectif, dans le cadre d'une transmission culturelle et d'une « émotion patrimonialisante » (Heinich, 2009, p. 64). Les images mises en valeur sur les différents sites, s'inscrivent en effet dans une forme d'évocation du passé, de recherche d'identité collective dans les événements, coutumes et lieux transformés par l'histoire. La construction de la mémoire collective passe par la valori-

sation de souvenirs nationaux et générationnels à forte intensité émotionnelle, qu'ils soient joyeux ou tragiques.

Pour cela, les trois sites convoquent des « lieux de mémoire » communs au grand public, en tant que « lieux, au sens précis du terme, où une société quelle qu'elle soit [...], consigne volontairement ses souvenirs » (Nora, 1978, p.401), mais aussi des « lieux symboliques, comme les commémorations, les pèlerinages, les anniversaires ou les emblèmes» (Nora, 1978, p.401). Les « lieux de mémoire » présentés par les plateformes d'archives s'appuient sur les repères d'une identité collective, mais essentiellement nationale. Les sites www.ina.fr, www.teche.rai.it et www.archivioluce.com sont d'ailleurs disponibles uniquement dans la langue de leur pays d'origine, en français pour le premier, en italien pour les deux suivants.

Le patrimoine audiovisuel rendu visible au grand public repose donc sur des repères emblématiques, des référentiels peu variés, qui sont aussi les images les plus demandées par les professionnel.le.s de l'audiovisuel, comme l'explique ce documentaliste de l'INA : « Les images qui sont toujours ressorties, ce sont les images un peu symboliques...les poignées de main...entre Helmut Kohl et Mitterrand...toutes ces images là, on les a vues peut-être 10 000 fois ⁷[...] ».

L'éditorialisation des sites www.ina.fr, www.raiteche.it et www.archivioluce.com, c'est-à-dire l'ensemble des dispositifs mis en oeuvre pour structurer la transmission des archives, est essentielle pour comprendre les enjeux de la valorisation auprès du grand public.

Cette éditorialisation des plateformes d'archives repose sur la valorisation de ce que nous pourrions appeler une « nostalgie biographique », qui en constitue un axe structurant comme l'éclaire Ivan Jablonka : « Une biographie n'est jamais qu'une grande métonymie, en ce qu'elle consiste à montrer à la fois que les personnes sont singulières et qu'elles se rattachent à des collectifs : les prétendus « héros » sont en fait des exemples ou des contre-exemples de groupes sociaux, politiques, religieux ou générationnels. » (Jablonka, 2017, p. 191). L'INA, la RAI et l'Institut Luce construisent un patrimoine audiovisuel à travers la

⁷ Entretien avec un documentaliste de l'INA le 21 février 2019

mémoire biographique des « grands hommes » qui auraient marqué les histoires nationales, et parfois transnationales, de part et d'autre des Alpes. L'Institut Luce met en avant, sur sa *homepage*, les collections de tournages des « grands réalisateurs italiens » (essentiellement des années 1960 - 1980). Le site www.teche.rai.it met également en lumière les grands chanteurs italiens des années 1980 (Fabrizio de André, Francesco Guccini...), qui sont aujourd'hui partie intégrante de l'identité nationale italienne. Les documents faisant référence à des personnalités des sociétés française et italienne, plus rarement européennes ou nord-américaines, sont particulièrement mis en lumière par les institutions. Dans le cas du décès de personnalités célèbres, la place des individus est renforcée sur les plateformes de contenus. Les archives audiovisuelles participent ainsi à la construction du statut d'« icônes », symboles glorieux d'un âge perdu. La mise en ligne, au premier plan, de corpus d'archives de personnalités dès l'annonce de leur mort, les inscrit ainsi comme des repères essentiels de l'imaginaire collectif et participe ainsi au travail de deuil collectif. Les plateformes mettent souvent en scène les personnalités dans leur vie intime, en famille ou en groupe, et inscrivent ainsi les personnalités dans une nostalgie collective partagée. Mais les images peuvent quelquefois chercher à amuser : l'insolite s'appuie sur le vocabulaire, les coiffures ou les vêtements datés, et peut donner le sentiment de feuilleter un « album de famille », avec des repères admirés ou émouvants d'un temps passé.

L'entrée biographique permet aussi de faire le lien entre le personnage public et l'intime de chaque spectateur. Qui ne se souvient pas avoir chanté ou dansé sur les airs de France Gall ? Qui ne connaît personne ayant eu la coiffure passée de mode de Nicolas Sarkozy en 1975 ? Qui n'a jamais admiré à la télévision les exploits de Fausto Coppi au *Giro d'Italia* ? Ici, les archives font à la fois appel à « des représentations du passé diffusées à large échelle et la singularité d'une expérience individuelle » (Févry, 2014, p.76). De fait, les plateformes d'archives en ligne semblent tout à la fois participer à la construction d'un patrimoine collectif et à la mobilisation d'émotions individuelles, qui permettent la transmission intergénérationnelle d'images comme marques de l'histoire passée.

D'une génération à l'autre...

Les plateformes valorisent un grand nombre de documents mettant en scène des enfants, véritables « séquences-madeleine » (Poels, 2016, p.116) des spectateurs adultes, à travers des séquences décalées, par exemple celles qui cherchent à mettre en lumière la mémoire d'une école disparue, avec le port de l'uniforme ou de la blouse, l'usage du porte-plume... La volonté des plateformes de l'INA et de la RAI est de rappeler des scènes de l'enfance qui ne pourraient plus exister aujourd'hui. « Ce n'est [...] pas uniquement "le produit" du passé qui peut rendre nostalgique, mais aussi la façon de le faire, de l'utiliser et de le penser » (Niemeyer, 2016, p.21). À travers une esthétisation d'un passé glorieux ou agréable mais révolu, les archives semblent mobiliser l'idée d'un « âge d'or », comme un temps souvent regretté, par la légèreté que lui accorde l'éditorialisation des images. De plus, les archives sur l'enfance appartiennent à un passé révolu mais « pouvant encore être transmis par les souvenirs familiaux » (Févr., 2014).

Sur le site de la teche.rai.it, un documentaire intitulé « Bambini nel tempo » (Ammirati *et al.*, 2015), réalisé par la RAI Teche, à partir de ses archives, est disponible sur la page d'accueil du site. Il témoigne des jeux disparus, des zones rurales des années 1950 désormais urbanisées, des musiques, costumes et dialectes régionaux aujourd'hui en déclin. A travers le thème de l'enfance perdue, l'INA et la RAI voire amusé et ému, enjolivant un passé révolu, et participant à une « reconstruction des souvenirs d'enfance » chez les adultes (Hallbwachs, 1925, p.7) Le regard sur le passé y est en effet bienveillant, à travers une succession de « cartes postales » iconiques.

Les inventions et technologies passées de mode ou disparues, parfois insolites, occupent également une place de choix sur www.ina.fr, avec les rubriques « C'était comment avant ? » et « Toute première fois », qui veulent susciter curiosité et regret d'un temps passé, présenté comme porteur de progrès et parfois insolite, donc amusant. Par exemple, on trouve sur la page Facebook de l'INA une vidéo des années 1960 présentant des « chewing-gum pour chiens », ou encore la présentation du « bal des timides » en 1967.

Les plateformes d'archives cherchent à mobiliser une certaine nostalgie des téléspectateurs, en faisant appel à des « madeleines » pour les générations ayant grandi avec le petit écran. A travers la structuration de leurs collections, les plateformes de contenus banalisent aussi l'idée d'un « âge d'or » de la télévision. L'INA valorise des émissions « phares » des

premières décennies de la télévision publique, des *Shadoks* à *Apostrophes*, en passant par les présentations disparues des *speakerines*. Un encadré « vidéos cultes » sur la *homepage* d'ina.fr inscrit d'ailleurs ces émissions dans un « panthéon » de l'histoire télévisuelle française. Parallèlement, l'INA développe sa visibilité à travers la production de programmes télévisés comme l'émission *Rembob'INA* (depuis 2018), qui offre une approche thématique de ses fonds tous les dimanches soirs, sur une chaîne de la TNT.

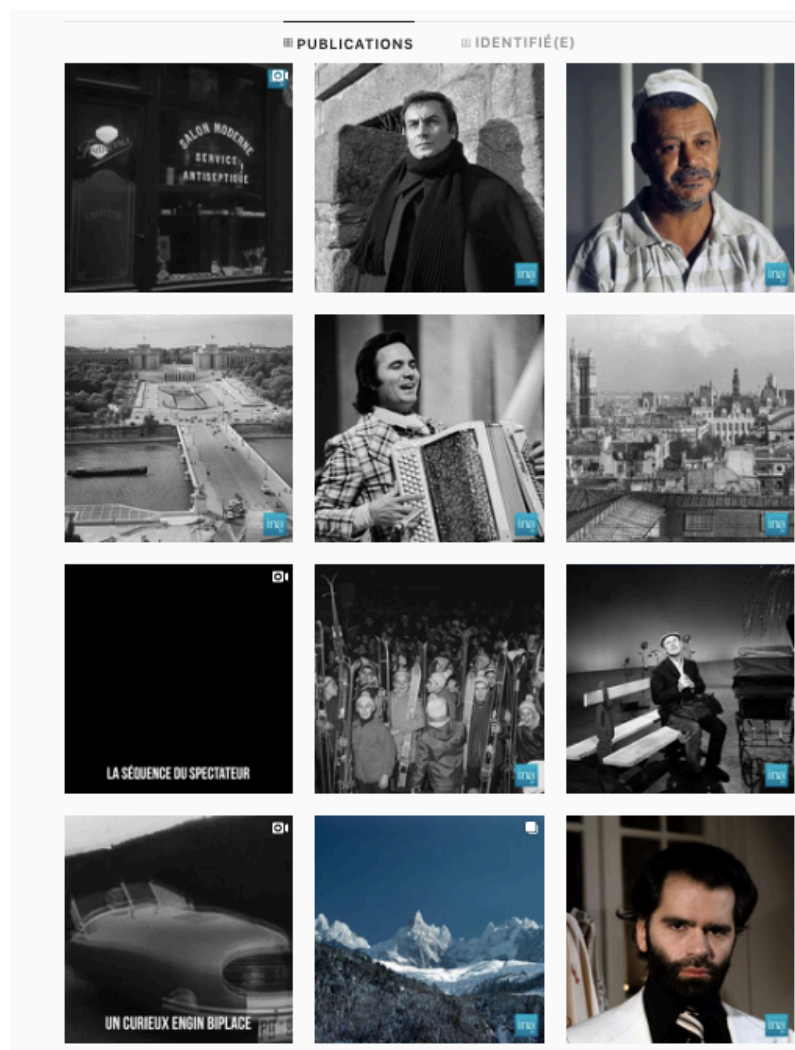
Les émissions de variétés sont également très visibles sur les plateformes d'archives, à l'image de celles de Maritie et Gilbert Carpentier, en France, ou de l'émission *Gran Varietà*, en Italie, qui attirèrent un public important lors de leurs premières diffusions. On cherche ici à rappeler à la mémoire du téléspectateur des moments de réception partagés, souvent en famille ou en communauté, devant le poste de télévision, en jouant tout à la fois sur une nostalgie vécue et sur une nostalgie historique et non réelle, celle d'une époque qui n'a pas été vécue. Ces émissions permettent également de mettre en avant des personnalités du passé, des « icônes » d'un temps révolu. A travers ces dispositifs, les plateformes d'archives jouent tout à la fois sur une nostalgie du temps de la jeunesse par les générations les plus anciennes, et sur la nostalgie d'une période qui n'a pas été vécue par les plus jeunes, mais qui leur est connue, à travers une transmission intergénérationnelle. Le risque aujourd'hui est de dessiner une vision consensuelle de l'histoire de la télévision. Or, « l'exploitation de ce véritable filon mémoriel risque de réduire l'histoire de la télévision à une série d'émissions « mythiques », ou « cultes », sans véritable ancrage chronologique ni idéologique, incapable de nourrir un discours articulé sur les évolutions passées et actuelles que traverse ce média. » (Poels, 2016).

L'archive image, relai entre présent et passé

La structuration des trois sites Internet repose en grande partie sur un travail d'éphémérides, qui s'inscrit dans la volonté toujours plus grande de l'audiovisuel et des médias de participer aux anniversaires et commémorations. Le site www.rai.teche.it mettait récemment en lumière la naissance du journal *La Repubblica*. L'INA met bien sûr en avant en 2018 les événements de mai 68, qui se sont déroulés cinquante ans **auparavant**.

D'après le discours des cadres des institutions, les sites www.ina.fr, www.rai.teche.it et www.archivioluce.com veulent faire écho à l'actualité. Depuis la fin 2017, dans le sillon de l'affaire Weinstein, la RAI a mis en avant ses collections portant sur l'histoire des femmes, de même que l'INA. Encore une fois, la volonté est ici de faire appel à la nostalgie du passé vécu par les générations les plus anciennes, en faisant appel aux souvenirs du féminisme des années 1970, mais aussi à construire une mémoire « vive », et une nostalgie qui se projette chez les plus jeunes.

Comme évoqué précédemment, chaque mort de personnalité se traduit par la mise en ligne de documents retraçant l'histoire de celle-ci. En 2018, le réalisateur Vittorio Taviani, en Italie, et le chanteur Johnny Hallyday, en France, ont été mis en avant à travers des témoignages audiovisuels de leur vie intime et publique. Sur son compte Instagram, l'INA, qui poste quasi-quotidiennement une photo ou une vidéo d'archive, privilégiant nettement les images de célébrités. Les représentations de paysages symboliques du patrimoine français (la Seine à Paris, le Mont Blanc...), et de rituels collectifs (le départ en classe de neige, le carnaval...) complètent le tableau.



Capture d'écran de la page Instagram d'ina.fr, le 26 février 2019

L'Institut Luce a mis en ligne son nouveau portail en avril 2018. Désormais, la *homepage* présente une structuration des collections en grandes thématiques et personnalités, et repose sur une « timeline » qui dessine une histoire des grands anniversaires. Le site rai-teche.it valorise aussi des événements et commémorations, en éditant sur sa *homepage* des ensembles de documents, qui correspondent à différents repères du temps passé, vécus ou connus par le grand nombre, récemment des documents sur la mort d'Aldo Moro, ou encore la célébration des 80 ans de l'actrice Claudia Cardinale et du chanteur Adriano Celentano. Toutefois, l'éditorialisation nostalgique demeure limitée à un petit nombre de documents. Le site se veut essentiellement une vitrine des archives disponibles dans le catalogue multimédia de la RAI Teche, et beaucoup moins un écho à l'actualité ou aux célébrations médiatiques, comme l'INA et l'Institut Luce.

En faisant appel à la mémoire populaire, les trois institutions semblent participer à l'édification d'un âge d'or des médias européens. Les sites www.ina.fr, www.rai.teche.it et www.archivioluce.com s'inscrivent dans une tendance marketing forte des créations audiovisuelles récentes, qui veut valoriser les symboles du temps passé, et en particulier de la période qui précéda la crise de 1973, participant à une forme de mythification du passé, en particulier celui de l'« âge d'or » des Trente Glorieuses françaises et du miracle économique italien (Fantin et Le Hégarat, 2016).

On peut ainsi considérer que la nostalgie soit, au sens de l'historien David Lowenthal « le vecteur d'une idéalisation déformatrice du passé, généralisée dans la société occidentale contemporaine. » (Lowenthal, 1989 dans Angé, Berliner, 2015). Toutefois, « La nostalgie peut également être créatrice. » (Niemeyer, 2016).

VERS DE NOUVELLES FORMES DE CRÉATIONS ?

Pour mobiliser l'émotion et susciter la nostalgie, dans le contexte d'une « nostalgie restauratrice » (Boym, 2001), les archives sont intégrées à la création de formats audiovisuels inédits, en particulier sur les pages Facebook, Twitter et Instagram de l'INA.

La construction des « pépites » audiovisuelles

Les documentalistes deviennent les acteur.ice.s principaux.les de la mise en scène et de la présentation des archives sur les plateformes de contenus, mais aussi sur les réseaux sociaux. La sélection d'images d'archives diffusées par l'INA, la RAI et l'Institut Luce sur le web s'inscrit dans le contexte d'une multiplication des plateformes de contenus audiovisuels et de replay, comme Youtube ou Netflix. Pour attirer les jeunes publics, l'INA, la RAI et l'Institut Luce mettent en ligne des « produits d'appel », que l'INA appelle des « pépites ». Un documentaliste de l'INA explique :

La « pépite », ça peut être par rapport à l'actualité, souvent, ça peut être par rapport à un anniversaire, ça peut être des images qui n'ont jamais été vues, ça peut être une séquence qui n'était pas décrite dans le fonds. Moi, je n'aime pas le mot « pépite » parce que je trouve que c'est réducteur, c'est banalisé... je pense qu'au contraire, notre travail c'est de dire 'telle image, elle est intéressante'', et trouver la raison pour laquelle c'est intéressant⁸.

La RAI met en ligne une petite partie de ses contenus sur Facebook. En réalité, il s'agit de liens qui mènent à des documents rédigés pour la page de la plateforme www.teche-rai.it, ce qui génère beaucoup moins de vues. L'Institut Luce a les mêmes pratiques que la RAI sur Facebook et Twitter, puisqu'il met en ligne des liens vers des éditoriaux réalisés pour la plateforme www.archivioluce.com. Les réseaux sociaux ne constituent qu'une simple étape vers la consultation du site de l'Institut. En revanche, l'Institut varie davantage les contenus sur Instagram comme une étape vers la consultation de son site et de ses collections. De plus en plus de photographies y sont postées depuis 2018 et un important travail de contextualisation est réalisé pour multiplier les vues. L'objectif des institutions patrimoniales est de multiplier le nombre de *clicks*, à travers la mise en ligne. L'objectif est en effet d'élargir la visibilité et l'auditoire de l'INA Une véritable recherche d'écriture pour le web, à travers le choix de « hashtag », qui cherchent à augmenter la visibilité des archives, en attirant le « clic ». L'INA a aussi fait le choix, ces dernières années, d'élaborer une véritable « programmation » sur les réseaux sociaux. C'est ainsi que l'institut adapte les contenus diffusés selon les jours et les événements à célébrer ou à expliquer. Plus de 70% des contenus de l'INA sont aujourd'hui consultés directement sur ces réseaux, qui attirent une population plus jeune et plus volatile que le site www.ina.fr. Sur les réseaux sociaux, un soin important est apporté aux titres des documents, et de la phrase d'accroche. L'INA a en ce sens multiplié les outils de contextualisation des documents, afin qu'ils soient les plus visibles et partagés sur les réseaux sociaux, qui attirent des plus jeunes publics. Les documents sélectionnés sont des extraits très courts, sans risque de décrochage des spectateurs. Afin de permettre cette multiplication des contenus rendus visibles sur les réseaux sociaux, l'INA met d'ailleurs aujourd'hui en place des

⁸ Entretien avec un documentaliste de l'INA, le 21 février 2019.

formations d'écriture pour le web pour ses documentalistes, dont une partie travaille directement auprès des rédacteurs multimédia.

Dans le cadre de sa programmation sur les réseaux sociaux, l'INA sélectionne des documents variés et adaptés à la page sur laquelle ils sont mis en ligne. Facebook permet la diffusion de vidéos courtes, sur des thématiques souvent insolites. Twitter est le lieu de diffusion de vidéos à valeur plus informative, avec la mise en ligne contenus sur l'histoire culturelle et l'histoire politique par exemple. Enfin, Instagram constitue davantage un « album de famille », avec des illustrations souvent humoristiques ou iconiques du temps passé, essentiellement des photographies. A travers ces contenus disponibles sur les réseaux sociaux, l'INA prend en compte l'importance du partage sur les réseaux sociaux pour sa visibilité. Les termes utilisés dans la description construisent un contexte particulier de diffusion et de réception. Les commémorations sur www.ina.fr sont par exemple inscrites dans des rubriques intitulées « le jour où... » ou « anniversaire », qui replacent les événements dans un souvenir collectif. L'usage, et parfois la surenchère, des termes « culte », « rétro », « vintage », « souvenir », voire « kitsch » dans les titres et phrases d'accroche des documents mis en ligne renforcent la mise en scène éditoriale des documents, mais aussi la valeur marchande de ceux-ci, comme en témoigne une cadre documentaire de l'INA :

Nous, les *docs*, on n'en peut plus du mot « pépité »... Là, on vient d'avoir une commande sur le tournoi de tennis de Monte-Carlo, et la personne ne peut pas s'empêcher de dire « il me faudrait 4/5 documents qui soient *vintage*, *AF* (*Actualités françaises*) et *pépites* » et c'est que ça, ils veulent que ça⁹.

De fait, la recherche et la mise en lumière de « pépites » sur les réseaux sociaux participent à la tension entre patrimonialisation et tentation marchande à travers la mobilisation de la nostalgie du grand public dans laquelle se situent aujourd'hui l'INA, la RAI et l'Institut-Luce. Ce que regrette une documentaliste de l'INA :

⁹ Entretien avec une cadre documentaire de l'INA, le 28 mars 2018

Le patrimoine, c'est pas que des "pépites" [...]. On est en train de tout mélanger en mettant tout sur le même plan. En effet, on peut faire des « pépites ». Mais t'es pas obligé de le faire avec le document qui pourrait devenir quelque chose d'important pour un documentaire [...]. On n'a pas appris aux gens à pondérer ce que c'est qu'un document d'archives¹⁰.

Les supports de matérialisation de la nostalgie

La mise en valeur des supports matériels d'origine donne comme une valeur d'authenticité, comme de rareté, aux archives audiovisuelles. Pour Nathalie Heinich, « « dans son jus », « bien conservé », « authentique », et non pas « dénaturé », « rajouté » : voilà, avec l'ancienneté, l'un des critères fondamentaux en matière patrimoniale.» (Heinich, 2009, p. 178).

Dans ce contexte, l'INA, la RAI et l'Institut Luce cherchent à valoriser des documents dont la matérialité d'origine des supports est perceptible. La numérisation n'a alors pas effacé toutes les traces du temps, grésillements, images saccadées, ton passé de mode des commentateurs, musique d'ambiance datée, à l'image d'une « nostalgie de l'analogique », comme l'analyse Dominik Schrey dans son ouvrage *Analoge Nostalgie in der digitalen Medienkultur* (Schrey, 2017). Le contexte technique, mais aussi esthétique des documents qui ont incarné la modernité et le progrès des Trente Glorieuses, participent alors fortement à la construction d'un regard sur le passé. On veut montrer le passé à travers des documents dépassés.

D'où peut-être la possibilité de faire de ces formes techniques du passé le support éthique et esthétique de nouvelles créations et la nécessité pour l'INA, la RAI, et l'Institut Luce de valoriser leurs collections anciennes sur le marché des archives audiovisuelles. En cela, les institutions française et italiennes inscrivent leur politique éditoriale dans ce que Svetlana Boym appelle une « nostalgie réflexive », où « le passé n'est supposé présenter aucun signe de déclin ou de décadence ; il doit être fraîchement peint dans son 'image d'origine' et rester éternellement jeune » (Févry, 2014, p.71).

¹⁰ Entretien avec une documentaliste de l'INA, le 11 juin 2018

Le rôle des « nuages de mots¹¹ » et des hashtags dans la mobilisation de la nostalgie

Vitrines des institutions de l'INA, de la RAI et de l'Institut Luce, les plateformes de contenus à destination du grand public offrent en effet une visibilité partielle et partielle des collections des institutions.

À l'Institut Luce, la description de chaque document mis en ligne est au contraire quasi-exhaustive. Chaque ressource est traitée de manière très détaillée, à travers un champ « séquences », qui offre parfois une description plan par plan. Elle peut alors s'apparenter quasiment à l'écriture d'un scénario, avec la précision des plans, des lieux, des temps de la journée (extérieur/jour, intérieur/nuit, gros plan...). Face à cette quasi-exhaustivité des informations, un très important travail d'éditorialisation est réalisé par l'Institut pour la médiation des documents mis en ligne. Chaque document est introduit par une phrase d'accroche généraliste, qui a été réalisée pour le site lui-même, donc détachée de toute notice documentaire, et clairement à destination du grand public. Celle-ci est rédigée sous une forme simple, accrocheuse, qui résume l'essentiel du document. Par ailleurs, on retrouve l'importance d'une structuration biographique de la plateforme, à travers le champ « Keywords », à droite de l'écran, qui met en lumière les personnalités présentes, les principaux lieux et les principales thématiques évoquées dans le document. Le choix des mots-clefs apparaît donc déterminant pour la réception des archives, et la mise en oeuvre de repères-clefs de la mémoire collective, à l'image des « lieux de mémoire » (Nora, 1978, p.401).

Enfin, certains grands « parcours » thématiques (personnalité, sport, événement) sont introduits par un montage d'archives réalisé par l'Institut Luce, qui ré-orienté le public vers ses fonds. Ce montage repose souvent sur une succession d'extraits très courts d'archives qui rappellent le « bruit médiatique » d'origine (images en noir et blanc, musique d'ambiance de l'époque de production, son grésillant...), et qui font souvent appel à des émotions populaires

¹¹ « Nuage de mots » est le terme utilisé par l'INA pour les descripteurs ajoutés par les rédacteurs multimédia d'ina.fr pour décrire et contextualiser les archives sur la plateforme.

communes (l'arrivée des vainqueurs du *Giro d'Italia*, les premières élections italiennes...). Ce montage d'archives n'est cependant pas généralisé à l'ensemble des thématiques.

La description et la mise en contexte des documents s'adaptent donc aux évolutions d'une construction mémorielle médiatique, de plus en plus dominée par la nostalgie, qui participe à une « recharge sacrée » aux symboles nationaux (Audoin-Rouzeau, 2017, p.13).

Pour répondre aux nouveaux usages des archives sur le web, l'INA cherche, de son côté, à adapter les méthodologies d'indexation et de documentation. C'est le choix des mots-clés qui semble déterminant dans la visibilité qu'on souhaite donner aux archives sur le web et qui va nécessairement bouleverser la médiation de ces archives auprès des publics internautes.

Les rédacteurs du site www.ina.fr ajoutent de nouveaux « nuages de mots », en complément des mots-clés issus de la notice documentaire d'origine du document. Ces « nuages de mots » permettent une facilitation de la recherche documentaire, et l'intègrent dans un contexte sémiotique particulier.

Ainsi, alors que le thesaurus du catalogue multimédia de l'INA repose sur la volonté d'une description objective des documents, les « nuages de mots » peuvent considérablement faire évoluer le contexte de réception des images. Dans le cas du débat entre Valéry Giscard d'Estaing et François Mitterrand, avant le second tour de l'élection présidentielle de 1974, un court extrait est disponible sur www.ina.fr, sous le titre « François Mitterrand : Le conducteur qui a versé sa voiture dans le fossé » ». Alors que le candidat socialiste s'exprime sur l'emploi, il a une phrase qui deviendra célèbre, citée dans le titre donné par l'INA à l'extrait. En découpant ainsi l'émission, et en intitulant le document, l'INA oriente déjà la réception vers une perception amusée du débat politique. Cette perception est renforcée par le « nuage de mots ». Les termes utilisés par le documentaliste qui a indexé la notice à l'origine étaient, comme on peut le voir en grisé sur la notice, « discours », « France », « élection présidentielle », « campagne électorale », « deuxième tour », « Giscard d'Estaing Valéry ». Les rédacteurs d'ina.fr ont ajouté, en bleu, à l'adresse du grand public du site, de nouveaux mots-clés

dont « petites phrases », « phrases cultes » et « duels présidentiels ». L'événement est alors inscrit dans un contexte plus médiatique, voire humoristique, que politique¹².

Les images mises en ligne sur les réseaux sociaux par l'INA sont aussi contextualisées, cette fois par des *hashtag*, qui font appel à une émotion collective, avec l'idée d'un regard bienveillant sur le passé. Par exemple, une photographie de Françoise Hardy, sobrement contextualisée par la phrase, directement incrustée à la vidéo d'origine : « Françoise Hardy sur sa personnalité - 1963 ». La publication est également encadrée par les *hashtag* « #INA #Icon #Singer #Music #France #Vintage #60s¹³ ». Les termes d'« icônes », de « vintage », de « retro », sont extrêmement récurrents pour encadrer les archives mises en ligne. L'appel au registre de l'émotion nostalgique des internautes passe alors, encore une fois, par la convocation de marques et symboles mémoriels collectifs.

Une autre discussion tient à la durée des documents présentés. La RAI et l'Institut Luce ont fait le choix de mettre en ligne des documents entiers, qui peuvent durer une trentaine de minutes, voire plus, alors que l'INA met essentiellement en ligne des documents courts, qui durent rarement plus de cinq minutes, et ne peuvent être vus dans leur intégralité que dans le cadre payant d'un téléchargement isolé ou d'un abonnement « Premium ». En mettant en avant des extraits courts, l'INA, cherche à attirer des publics plus jeunes, plus mobiles, grâce à des documents visibles sur les téléphones portables, par exemple. De même, les modules « Flashback » ou « Retour vers l'info », réalisés en partenariat avec la chaîne d'informations continue Franceinfo sont entièrement surtitrés, afin de faciliter une lecture sans le son, dans les transports en commun par exemple, à destination d'un public jeune et urbain.

L'INA, l'Institut Luce, et dans une bien moindre mesure la RAI, ont fait le choix d'être présents sur les réseaux sociaux. Cette présence, sur Facebook, Twitter et Instagram, ne cesse de se renforcer. Elle s'inscrit dans un contexte d'« explosion nostalgique » (Niemeyer, 2016), qui semble favorable à la marchandisation des archives audiovisuelles. Pour l'INA, les réseaux sociaux constituent des vitrines essentielles de l'Institut auprès d'un public de plus en

¹² Voir la notice du document vidéo du 5 mai 1981 intitulé « François Mitterrand : "Le conducteur qui a versé sa voiture dans le fossé"», sur le site www.ina.fr

¹³ Voir la page Instagram du site www.ina.fr, le 29 janvier 2019

plus large, qu'il souhaite amener vers ses chaînes Youtube où les abonnements permettent de « générer des revenus publicitaires ». Ceux-ci permettront notamment de « rémunérer les ayant-droit des archives », comme l'explique le journaliste David-Julien Rahmil dans un article paru le 25 septembre 2019 journal *l'ADN*, et intitulé « Sur YouTube, l'INA transforme ses archives vidéos en or ». Ils permettront aussi de participer au chiffre d'affaires de l'Établissement Public à but Industriel et Commercial [EPIC]. Dans son article, David-Julien Rahmil, qui s'est entretenu avec le directeur des Éditions numériques, Antoine Bayet, évoque une « nouvelle stratégie devrait permettre à l'INA d'atteindre une croissance entre 10% et 15% sur YouTube. Les différentes chaînes cumulent déjà plus de 1,3 million d'abonnés et près de 200 millions de vues par an ». Quoiqu'il en soit, la sélection et l'éditorialisation des sources audiovisuelles mises en ligne sur les réseaux sociaux et les chaînes Youtube s'inscrivent dans une logique marchande croissante de l'Institut sur Internet.

De plus en plus, l'INA cherche à impliquer les internautes, afin qu'ils ne soient plus seulement les spectateurs passifs des archives. Ainsi, les comptes Facebook, Twitter et Instagram de l'INA font régulièrement appel directement aux internautes, avec les séquences « Saurez-vous reconnaître ? »¹⁴. Les commentaires et les « like » se multiplient sur les pages des réseaux sociaux, qui gagnent une place prépondérante dans la visibilité de l'INA auprès du grand public, alors que la plateforme d'origine www.ina.fr semble davantage destinée à un public souvent plus âgé dans les faits, prêt à lire des éditoriaux détaillés, dans le cadre d'une lecture moins mobile, sur un ordinateur par exemple.

L'appel à l'émotion individuelle des internautes semble d'ailleurs fonctionner si on lit les commentaires des images de la page Instagram de l'INA : « [*à propos d'une photographie de vieille voiture*] Mon grand-père en avait une jusqu'au milieu des années 90, elle était vert bouteille, je l'appelais « le tank » :) Confortable mais pas très jolie ». Sur une photographie d'avion de 1959, on peut aussi lire les commentaires « Quel heureux temps ! », « Tout avait l'air tellement plus simple ». Sur une vidéo postée sur Facebook sur une boulangère en 1977, « Quelle belle France de l'époque, on savait s'exprimer clairement dans un Français parfait. [...] J'ai mal à ma France ! ». La thématique du « c'était mieux avant » est d'ailleurs un élé-

¹⁴ Le compte Twitter de l'INA représentait, par exemple, Marion Cotillard enfant, en 1982, le 28 novembre 2017

ment récurrent dans les commentaires des internautes, à l'image toujours d'un âge d'or mythique et révolu.

Ces commentaires peuvent aussi mettre en lumière la question de l'anachronisme dans la réception de certains documents, visionnés avec un regard sur le passé qui ne prend pas nécessairement en compte le contexte culturel et social de production de l'archive.

Le choix d'inscrire les archives dans une « rétromania » (Angé et Berliner, 2015) a permis une revalorisation de ces documents, valorisés à travers des formats audiovisuels novateurs, et leur confère une valeur de plus en plus marchande puisque les professionnel.le.s les achètent pour les insérer à leurs programmes.

CONCLUSION

En structurant leurs collections à travers un tri et une éditorialisation qui cherchent à favoriser l'adhésion du grand public à leurs archives, l'INA, la RAI et l'Institut Luce participent à la mobilisation d'une nostalgie qui s'appuie sur la recherche d'une identité collective, à travers les traces médiatiques d'un passé national, éventuellement européen ou occidental.

Intégrer les archives audiovisuelles dans la mémoire collective, en créant et des outils documentaires qui font appel à la nostalgie, n'est-ce pas aussi montrer au grand public que la télévision peut créer sa propre continuité narrative des événements et être considérée comme un canal de l'écriture de l'histoire et construire une nouvelle ambition pour le petit écran ?

Les pages Instagram de l'INA et de l'Institut Luce déroulent ainsi petit à petit un « album de famille » à tonalité nostalgique, en sélectionnant des symboles iconiques de l'histoire médiatique, qui cherchent à relier les mémoires individuelles et la mémoire collective des sociétés européennes.

Toutefois, les institutions audiovisuelles transalpines semblent finalement naviguer entre la volonté de mettre en oeuvre un musée des images qui défilerait sous les yeux des internautes et la tentation d'une mise en scène nostalgique des archives. Archiver pour l'histoire ou vendre les archives, telle semble être la tension essentielle qui guide aujourd'hui les choix éditoriaux de l'INA, de la RAI et de l'Institut Luce.

En France, l'INA cherche désormais à être considéré comme un média, avec le recrutement de journalistes et la création d'un service à part dédié à la mise en ligne, à l'éditorialisation des archives et à la création de contenus médiatiques divers (modules vidéo, articles en ligne).

RÉFÉRENCES

- Alquier, E., Carrive, J. et Lalande, S. (2017). Production documentaire et usages L'automatisation dans les outils de consultation et de documentation de l'Institut national de l'audiovisuel (Ina). *Document numérique*, 20, 23. doi: [10.3166/dn.2017.00008](https://doi.org/10.3166/dn.2017.00008)
- Ammirati, M. P., Faenza, R. et Marcelloni, F. (2015). *Bambini nel tempo - Bambini nel tempo - L'Italia, l'infanzia e la tv*. Production RAI.
- Angé, O. et Berliner, D. (2015). Pourquoi la nostalgie ? *Terrain*, (65), 411. Récupéré de journals.openedition.org.
- Audoin-Rouzeau, S. (2017). L'après-13 Novembre. Naissance et mort d'une « culture de guerre » ? *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 134(2), 1119.
- Boym, S. (2002). *The Future of Nostalgia*. New York : Basic Books.
- Cœuré, S. et Duclert, V. (2011). V / Publics des Archives, usages des archives. Les Archives. Paris : La Découverte. Récupéré de <https://www.cairn.info/les-archives--9782707167811-p-79.htm>
- Davallon, J. (2006), *Le don du patrimoine. Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris : Lavoisier.**
- De Certeau, M. (1985). Historicités mystiques. *Recherches de science religieuse*, 73.
- Delporte, C. et Veyrat-Masson, I. (2005). Entretien avec Pierre Nora : la fièvre médiatique des commémorations. *Le Temps des médias*, 5(2).
- Derrida, J. (1995). *Mal d'archive. Une impression freudienne*. Paris : Galilée.
- Ernst, W. (2004). The Archive as Metaphor, From Archival Space to Archival Time. Dans *(No)Memory*.
- Fantin, E. et Le Hégarat, T. (2016). L'âge d'or. *Le Temps des Médias*, 2(27).
- Farge, A. (1997). *Le goût de l'archive*. Paris : Le Seuil.
- Fevry, S. (2014). Entre mémoire nationale et mémoire familiale. Les films de la vague sépia sous la France de Nicolas Sarkozy. *Cahiers Mémoire et Politique*.
- Halbwachs, M. (1952). *Les cadres sociaux de la mémoire*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Heinich, N. (2009). *La fabrique du patrimoine, De la cathédrale à la petite cuillère*. Paris : Maison des sciences de l'homme.
- Jablonka, I. (2017). L'historicité de l'historien ou la place des morts. *Sociétés et représentations*, 1(43).
- Niemeyer, K. (2016). Désigner l'âge d'or: médias et nostalgies d'un espace et d'un temps (a) dorés. *Le Temps des Médias*, 2, 1630.

- Nora, P. (1978). La Nouvelle Histoire, article « Mémoire collective. Dans J. Le Goff, . France : Retz.
- Poels, G. (2016). Télévision : l'invention de l'âge d'or. *Le Temps des Médias*, 2(27).
- Rahmil David-Julien (2019), Sur YouTube, l'INA transforme ses archives vidéos en or, Dans l'ADN, 25 septembre 2019. Récupéré de ladn.eu**
- Schrey, D. (2017). *Analoge Nostalgie in der digitalen Medienkultur*. Berlin : Kulturverlag Kadmos.
- Stockinger, P. (2015). The role of structural semiotics in the valorization of digital data. Dans *Semiotique et sciences humaines et sociales : la semiotique face aux défis sociétaux du XXIème siècle*. Limoges, France : Université de Limoges - CeReS (Centre de Recherches Sémiotiques).
- Thiesse, A.-M., *La création des identités nationales*, Seuil : Paris, 1999**
- Treleani, M. (2010). *Les petites phrases du Général recontextualisées par l'Ina*, 11. Récupéré de Cinemarchives.hypotheses.org,.
- Treleani, M. (2014). *Le patrimoine en ligne a-t-il un sens ?* Récupéré de ina-expert.com
- Treleani, M. (2017). *Qu'est-ce-que le patrimoine numérique ? Une sémiologie de la circulation des archives*. Lormont : Le Bord de l'Eau.
- Veyrat-Masson, I. (2000). *Quand la télévision explore le temps*. Paris : Fayard.