



HAL
open science

Médiactivisme et encyclopédisme : le classement et son rôle de légitimation

Vadim Poulet

► **To cite this version:**

Vadim Poulet. Médiactivisme et encyclopédisme : le classement et son rôle de légitimation. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-04417345

HAL Id: dumas-04417345

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04417345>

Submitted on 25 Jan 2024

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

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

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Marketing, publicité et communication

Option : Stratégies de marque et branding

Médiactivisme et encyclopédisme Le classement et son rôle de légitimation

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Anthony Mathé

Nom, prénom : POULET Vadim

Promotion : 2014-2015

Soutenu le : 19/10/2015

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements :

Je tiens à remercier Anthony Mathé, mon rapporteur universitaire, pour sa direction et son aide dans la conduite de ce projet. Ses conseils, sa disponibilité et sa réactivité ont contribué de manière bénéfique à l'avancée de ce travail.

Mes remerciements vont aussi à Olivier Sédille, qui, en sa qualité de rapporteur professionnel, m'a poussé à la rigueur et à l'exigence. Son regard extérieur et professionnel a été un moteur dans la recherche de la clarté, et son soutien a été une grande aide dans les moments difficiles.

Table des matières

Introduction	p. 4
I. Le classement, un ordonnancement pragmatique.	p. 9
A. Le classement, un désir d'appréhender le monde, de saisir l'insaisissable.	p. 9
a. Le classement, à la recherche de l'universel, entre cardinalité et ordinalité.	p. 9
b. Le classement, un opérateur de décision.	p. 12
c. Le classement, objet chéri des media.	p. 15
B. Simplifier pour favoriser la mise en mémoire.	p. 17
a. Un héritage positiviste : la valeur du chiffre.	p. 18
b. Médiation et mémorisation.	p. 19
C. L'avènement du classement sur internet.	p. 22
a. La démocratisation du classement.	p. 22
b. Classement et présentation de soi.	p. 26
c. Le goût selon Bourdieu, expression d'un classement.	p. 30
II. Le classement, une reconfiguration du réel.	p. 34
A. L'universalité du classement mise à mal par les faits.	p. 34
a. Le cas d'IMDB : une vérité historique très fluctuante.	p. 34
b. Différents cinémas, différents classements.	p. 40
c. Le classement, une lutte pour la consécration d'icônes.	p. 43
B. Le classement est un construit social.	p. 46
a. Des méthodologies influentes.	p. 46
b. L'éclectisme est un universalisme.	p. 51
c. Le classement et ses biais.	p. 52
C. L'équilibre fragile du classement : le mythe de l'infailibilité.	p. 55
a. Une parole gravée dans le sable : la réversibilité biographique.	p. 56
b. Juge et partie.	p. 61
III. Le classement, instrument de légitimation.	p. 64
A. Le classement au service de la légitimation d'un medium.	p. 64
a. Le classement, un instrument d'autorité.	p. 64
b. Le classement, symbole des valeurs légitimatrices de Pitchfork.	p. 69
c. Distance au rôle et distinction.	p. 75
B. La légitimation par l'influence.	p. 78
a. Le classement légitime une version de l'histoire.	p. 79
b. Influencer les influenceurs.	p. 82
c. Le classement et son rôle de vecteur de socialisation.	p. 88
C. Recommandations professionnelles.	p. 90
a. Recommandations de branding.	p. 90
b. Recommandations pratiques.	p. 91
Conclusion	p. 93
Bibliographie	p. 96
Annexes	p. 103
Annexe n°1 : Classement IMDB – 19 juin 2009	p. 103
Annexe n°2 : Classement IMDB – 1 ^{er} août 2015	p. 109
Annexe n°3 – Classement Sight & Sound 2012 des critiques	p. 115
Annexe n°4 - Classement Rotten Tomatoes – Juillet 2015	p. 116
Annexe n°5 – Classement Metacritic – Juillet 2015	p. 118
Annexe n°6 – Comparaison des classements décennaux de Pitchfork et des Inrocks (2000-2010)	p. 121
Annexe n°7 – Classements annuels de Pitchfork et note attribuée – 2005/2014	p. 122
Résumé	p. 127
Mots-clés	p. 128

Introduction :

Passionné de musique, j'ai eu pendant de nombreuses années un blog consacré à l'expression subjective d'opinions esthétiques, et me suis trouvé ainsi intégré à un réseau d'influences plus ou moins fortes. J'ai pu ainsi observer, au premier plan, le surgissement de l'objectivité dans la critique de disque, à la suite de l'émergence du site américain Pitchfork, connu pour ses longues critiques argumentées. En tant qu'observateur impliqué, l'opposition entre critique et chronique, dont la tradition française est incarnée par Les Inrockuptibles et qui consiste à évoquer l'effet poétique de l'œuvre sur son récepteur, m'a toujours fasciné. En effet, ce basculement marquait un changement de paradigme et du marché de la presse culturelle et musicale, perdant son influence et son aura au profit du web, qui plaçait au centre de son contenu des critiques que le papier traitait légèrement, succinctement, dans une logique commerciale et publicitaire. Et je n'étais pas le seul, puisque, les opinions de Pitchfork ayant gagné en valeur culturelle, les media dominants voyant même le site comme le baromètre de la scène musicale indépendante. D'après son président, Chris Kaskie, le site avait même développé l'ambition de devenir « *la plus grande et la plus respectée des publications musicales au monde* ». ¹

Avec son échelle de notation décimale sur 10, Pitchfork s'imposait en effet dans mon système de référence comme le plus influent des media, alors que celle d'un magazine auparavant chéri comme les Inrocks s'estompait. En effet, avec ses quatre critiques de disques par jour, cinq jours par semaine, Pitchfork devenait la ressource quotidienne la plus productive de l'histoire de la critique musicale récente. La caractéristique distinctive de ce site américain, fondé par Ryan Schreiber, résidait donc dans son échelle numérique rompant avec le modèle trouble de la notation critique dominante, avec ses 101 possibilités d'évaluation². L'offre critique de cet organe est en outre complétée par des « *best-ofs* » des disques de chaque décennie depuis 1970, mais aussi, et surtout, des meilleurs disques et morceaux de chaque année depuis 1999.

En outre, l'évaluation est désormais partout : en couverture des magazines dont les différents avatars en sont les nouveaux marronniers, dans la structure même d'un Internet que l'on consulte au quotidien et dont le classement est la racine, dans nos publicités, sur les réseaux sociaux... le chiffre est devenu une ressource communicationnelle sans commune mesure. En revanche, nous ne considérerons, dans cette étude, que les classements

¹ CARDEW, Ben. *Pitchfork has an influential voice – but is it in tune with all its readers ?* The Guardian.

² BECK, Richard. 5.4. In : n+1, n°12, Conversion Experience. New York, 2011.

d'œuvres culturelles comportant une part de subjectivité inhérente, quand bien même elle tend à être lissée : en n'étant pas indexés sur un indicateur objectif comme les performances commerciales (comme c'est le cas du Top 50), leur dimension performative et ordonnatrice n'en est que plus développée, et ils comportent ainsi deux éléments que nous questionnerons, leur représentativité et leur prise sur le réel.

J'ai donc souhaité interroger cette prétention à l'objectivité de la note décimale et du classement qu'elle opère, à l'apparence scientifique, et voulu savoir quel rôle elle jouait dans le classement des meilleures œuvres produites par le site, quelle était sa fonction dans la boucle presque syllogique de la prescription. Ce travail est aussi l'occasion pour moi d'interroger la valeur et la validité du classement comme schème de représentation de la connaissance, et d'analyser la construction de la crédibilité par le truchement d'une mythologie de l'infaillibilité.

Ce questionnement est intéressant d'un point de vue des sciences de l'information en ce qu'il souligne la fonction de ces construits culturels dans le processus d'une construction de l'histoire culturelle subjective, mais parée de l'objectivité, de la légitimité et de la distinction qui caractérise les dominants dans la perspective bourdieusienne. L'histoire « officielle » serait ainsi construite par des référents, via le classement, qui conditionne l'archivage et le souvenir. En outre, la liste est un objet fascinant qui contribue à construire une réalité existante, finie et définitive, qui porte une contradiction interne entre sa prétention à l'objectivité, et les marques très fortes de la subjectivité de son énonciateur. Ces différents marqueurs sont passionnants à étudier, notamment la manière dont sont mis en scène la sémiologie, la typographie, mais aussi la réflexivité du propos, pour construire un discours à la fois unique et universel. Enfin, étudier le classement dans une perspective médiactiviste est l'opportunité de mettre à jour son rôle dans une réorganisation du champ culturel par des récepteurs qui produisent leur propre savoir dans le cadre d'une libération de la parole sur Internet.

L'intérêt professionnel d'un tel sujet est de souligner en premier lieu la tendance humaine à la listomanie et son utilité pour un énonciateur d'asseoir sa légitimité, mais aussi car elle formalise le rapport de la société occidentale au savoir. Elle est non seulement une expression fondamentale de la prise de parole sur le web, mais le classement est aussi et surtout la manière dont nous évaluons les processus communicationnels, qu'il s'agisse de publicité ou de journalisme. En maîtriser les tenants et aboutissants est donc un important atout professionnel.

Plusieurs questions ont donc guidé mon travail préliminaire : quelle valeur attribuer au classement ? Comment la subjectivité peut-elle prétendre à l'universalité du jugement ? Y-a-t-il un goût objectif ? Comment le classement organise-t-il le monde et la connaissance, par son organisation interne et formelle ? Quel est son rôle dans la construction d'une légitimité, quel est son rôle dans la légitimation d'un ordre, qu'il s'agisse de celui des énonciateurs ou des mondes dont il redistribue les objets ? Comment le classement s'insère-t-il dans un registre d'action d'un médium émergent, contestant la domination des organes traditionnels ?

Autant de questions qui m'ont mené à la problématique suivante : comment et en quoi l'évaluation et le classement des objets culturels, parés des atours de l'objectivité, contribuent-ils à une construction de l'histoire officielle de la culture qui sert la légitimation d'un médium et de l'ordre du monde qu'il défend ?

Notre travail sera guidé par les hypothèses de travail suivantes :

Les classements d'œuvres culturelles empruntent leur légitimité à des dispositifs garants de leur objectivité et de la scientificité de leurs jugements, et non d'un statut d'émetteur particulier. La légitimité du classement est construite formellement et communicationnellement.

Le classement d'œuvres culturelles n'est ni objectif, ni neutre : il est idéologique, communicationnel, et participe de logiques de distinction, de légitimité et de légitimation culturelle, et de positionnement commercial. Le classement d'œuvres culturelles, par sa récurrence, œuvre avant tout pour la légitimité du médium qui le publie et cherche à s'affirmer dans le champ médiatique en se positionnant contre les médias dominants.

Le classement, aussi subjectif soit-il, est au centre d'un mouvement de légitimation des médias qui l'utilisent, de l'ordre du monde qu'il réorganise, mais aussi de tout processus communicationnel.

Notre analyse portera donc sur les différentes dimensions du classement et de l'évaluation. En premier lieu, sur sa dimension intrinsèque, naturelle, dans une analyse théorique et sémiologique des schèmes de perception du classement et du chiffre, qui expliquent sa prégnance dans notre appréhension du savoir, qui expliquent cette « *irrépressible envie qui nous pousse à comparer nos résultats avec ceux de nos voisins, partie intégrante de notre*

constitution psychologique.»³ Nous aurons aussi recours à l'analyse statistique et comparative de différents classements, comme celui d'IMDB, de Pitchfork ou des Inrockuptibles. Ces trois objets aux méthodologies différentes, permettront de mettre en tension et de questionner la prétention à l'universel du classement en testant sa cohérence et sa fidélité à lui-même. Le classement étant ordonnancement pratique et pragmatique, il s'agit alors de la meilleure manière de l'éprouver. Enfin, avec le soutien de l'analyse médiactiviste du champ médiatique, et une analyse concrète, via des anecdotes et des articles, de l'influence de Pitchfork sur le *monde réel*, nous verrons comment l'évaluation et le classement sont mobilisés comme les éléments d'un répertoire d'action de légitimité et de légitimation.

Notre analyse sera donc découpée en trois mouvements. Dans une première partie, nous verrons comment le classement est un ordonnancement pragmatique permettant d'appréhender le monde en lui assignant des valeurs cardinales et ordinales. Par son format minimal, il est un objet d'aide à la décision, à l'appréhension du réel, qui en font un objet chéri de la presse, une fonction qui s'explique par l'héritage positiviste, qui nourrit la valeur du chiffre. C'est sur Internet que le succès du classement est le plus prégnant : cette activité, démocratisée, est aujourd'hui au croisement de deux pratiques, la présentation de soi, et le goût, deux théories sociologiques qui mettent en évidence l'instrumentalisation du classement par ses récepteurs.

Dans une seconde partie, nous verrons que le classement est une reconfiguration du réel, et un objet plus complexe qu'il n'y paraît. Il représente ainsi une vérité historique fluctuante et fluide, qui révèle les volontés de ses auteurs, et est au centre de luttes pour la reconnaissance et la consécration d'icônes particulières. Le classement est donc un construit social, tributaire de sa méthodologie, d'une prétention à l'universalité incarnée par l'éclectisme démenti par ses biais, tourné vers la construction d'un équilibre fragile reposant sur le mythe de l'infailibilité. Ce dernier met en jeu la réversibilité biographique, la révision historique, et une position de juge et partie qui s'incarne dans un jeu de prophéties auto-réalisatrices.

Enfin, nous verrons comment le classement est un instrument de légitimation, de l'énonciateur, en tant qu'instrument d'autorité, emblème, et symboles des valeurs d'un medium, mais aussi comme nœud d'influence, légitimant une version des faits et une vision

³ BANNISTER, Frank. *Les évaluations comparatives : un fléau*. In : Revue Internationale des Sciences Administratives, n°73, p. 187, Bruxelles : IISA.

de l'histoire, et instrument de la socialisation et de la construction identitaire. Nous concluons cette partie par nos recommandations professionnelles.

« *America, then as later, was a sanitarium for every kind of statistic. We took care of them. We tried to understand them. We did what we could to make them well. Numbers were important because whatever fears we might have had concerning the shattering of our minds were largely dispelled by the satisfaction of knowing precisely how we were being driven mad, at what decibel rating, what match-ratio, what force of aerodynamic drag. (...) We needed them badly; there is no arguing that point. With numbers, we were able to conceal doubt. Numbers rendered the present day endurable, heralded the impressive excesses of the future and stocked with a fine deceptive configuration our memories, such as they were, of the past.* »⁴

Don DeLillo, *Americana*.

I. Le classement, un ordonnancement pragmatique

Le classement existe sous diverses formes. La classification de Dewey, la taxonomie du vivant, le tableau périodique des éléments, par exemple, n'ont a priori rien en commun, dans leur forme, leur visée, et leur contenu. Toutefois, ils relèvent tous de la même logique, qui tend à faire sens du monde qui nous entoure, de donner sens au donné, à organiser le monde selon divers principes. Ce désir d'appréhender le monde repose sur une opération logique qui transfère du sens au chiffre, dont le rôle est de simplifier l'information pour favoriser la mémoire. Il trouve, dans notre ère d'inflation informationnelle due à d'internet, sa réalisation pleine.

A. Le classement, un désir d'appréhender le monde, de saisir l'insaisissable

Conjuguant deux manières d'appréhender les phénomènes, pour eux-mêmes et en relation aux autres, le classement permet l'appréhension du monde en le soumettant à des règles arbitraires faisant sens de la nature, que l'on parle de « *l'arbitraire alphabétique des langues de Babel* » du dictionnaire ou de la « *vision totalisante, logiquement ordonnée et hiérarchisée, fondée sur l'ordre du monde lui-même* »⁵ de l'Encyclopédie. Ce pensé-livré explique le succès qu'a connu la forme du classement dans la presse depuis son invention.

a. Le classement, à la recherche de l'universel, entre cardinalité et ordinalité

⁴ DELILLO, Don. *Americana*. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 1971, p. 152.

⁵ CHARTIER, Anne-Marie. *Les disciplines scolaires : entre classification des sciences et hiérarchies des savoirs*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 74.

Défini par Julie Bouchard, le classement est un « *instrument de mise en calcul qui associe cardinalité et ordinalité* »⁶. Il conjugue deux notions anglo-saxonnes complémentaires : le *rating* et le *ranking*⁷. Le *rating* a une dimension cardinale : il attribue une valeur numérique à chaque item évalué. « *Le ranking quant à lui comporte d'abord une dimension ordinale en proposant une liste d'ordonnée d'items.* » Cette liste hiérarchisée ne peut être établie qu'à partir d'éléments « *ayant des valeurs numériques selon des critères communs* » : il suppose donc une échelle d'évaluation commune, des procédés communs et une présentation homogène, qui permettent de « *[mettre] en ordre* » et de rendre co-mesurable, « *commensurable ce qui est a priori incommensurable* ». ⁸ La rhétorique du classement est aujourd'hui intériorisée et universellement appliquée, par tous à tous les objets : « *l'objet classé est si saillant symboliquement qu'on peut se passer du chiffre. (...) On classe des amis, des goûts, on classe tout (ou plutôt il y a une promesse de tout classer).* »⁹ Cela n'est pas surprenant, si l'on considère, comme Erik Bertin et Jean-Maxence Granier que « *l'activité de classement est au fondement de la pensée humaine et de la connaissance* »¹⁰, ou, dit autrement, si l'on admet que l'on conserve « *la foi en la capacité des systèmes de classification complexes d'organiser et de décrire toute la connaissance créée par l'humanité au fil du temps.* »¹¹

Cette notion d'unir des éléments caractérisés par leur incommensurabilité est primordiale dans l'intérêt que nous portons aux classements. Leurs objets sont dénués de caractéristiques objectives nous permettant de créer une hiérarchie *naturelle*. Ainsi, le Top 50 des meilleures ventes de disques, indexé sur une échelle tangible et incontestable, le succès commercial mesuré par le nombre d'unités écoulées, n'est pas un classement au sens où nous l'entendons, mais un simple *rangement*, un simple ordonnancement qui manque la caractéristique principale du classement : l'évaluation. Etymologiquement, celle-ci est une estimation de la valeur, et non une estimation de la *place*, du *rang*, une distinction soulignée par Annie Fouquet et Jacques Perriault : « *la valeur peut être morale, esthétique, civique, économique* », mais « *évaluer ne se résume pas à suivre des indicateurs*

⁶ BOUCHARD, Julie. *Le classement : instrument de valorisation des universités parisiennes*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 200.

⁷ LANGVILLE, Amy & MEYER, Carl. *Who's #1 ? The Science of Rating and Ranking*. Princeton : Princeton University Press, 2012.

⁸ BOUCHARD, Julie. *Op. cit.*

⁹ CANDEL, Étienne. *Formaliser, normaliser : les figures du classement ordinaire sur Internet*, avec Gustavo Gomez-Mejia, Séminaire « Médias et palmarès », ISCC, 8 mars 2011.

¹⁰ BERTIN, Erik & GRANIER, Jean-Maxence. *La société de l'évaluation : nouveaux enjeux de l'âge numérique*. In : Communication & langages, n°184, Théorie critique et musiques enregistrées, Paris : Celsa / NecPlus, 2015, p. 126.

¹¹ MALLOWAN, Monica. *De la classification des stratégies d'information à la transculture de l'information*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 78.

*quantitatifs. Nos sociétés inclinent à tout vouloir mesurer par des données chiffrées, au motif que cela rend les choses comparables. »*¹²

Il est d'ailleurs intéressant de constater que le classement, défini par son articulation autour d'un *ranking* et d'un *rating*, repose sur un paradoxe : il ne permet d'appréhender le monde qu'en conjuguant une approche contextuelle (le *rating*) et une traduction à prétention universelle dans le classement. A prétention universelle car la « *volonté d'une saisie totale du monde trouve ses limites dans le fait qu'elles sont construites à partir d'un nombre limité de combinaisons possibles et organisées autour de catégories relativement stables* »¹³ (contrairement à la nature, qui n'est catégorisée que par les connaissances humaines).

C'est donc la dimension *a priori* arbitraire du classement qui va définir son intérêt en tant qu'objet d'études – sa dimension arbitraire et l'utilisation qui en est faite par ses destinataires. Il faut néanmoins noter que la dimension arbitraire nécessite d'être soutenue par l'universalité potentielle des critères de classement. On se rappelle, en contrepoint, et pour démonstration, l'essor du cabinet de curiosités de la renaissance, et l'impossibilité d'en déduire des règles universelles d'appréhension du savoir :

*« Et chaque cabinet de curiosité d'inventer ses propres règles dans une confusion générale qui rend impossible toutes comparaisons et freine les progrès de la connaissance ».*¹⁴

Le classement résulte donc d'une tension entre l'arbitraire du critère et sa prétention à l'universalité, à l'adoption générale. Pas de comparaison sans échelle, sans mesure commune, pas de mise en rapport sans critères objectivés de proximité entre deux objets d'étude. Ainsi de la taxonomie scientifique, caractérisée, dans son histoire, par une « *aspiration à l'arrangement unique, en quête de l'élaboration d'outils de référencement universels, visant l'exhaustivité et l'objectivité dans les diverses formes de classement des savoirs.* ».¹⁵

¹² FOUCQUET, Annie & PERRIAULT, Jacques. « *Évaluation, politiques publiques, politique de recherche* ». In : Communication et organisation, n° 38, Management de l'évaluation et communication, p. 29-40. Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, 2010.

¹³ MAURY, Yolande. *Classements et classifications comme problème anthropologique : entre savoir, pouvoir et ordre*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 26.

¹⁴ RASSE, Paul. *Systématique et systémique, la leçon des muséums*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 67.

¹⁵ ANONYME. *Petit glossaire des notions centrales de ce numéro*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 18.

« Un nombre de critères communs, sensés garantir une légitimité de placement »¹⁶ est nécessaire à la diffusion du classement :

« classer, c'est aussi juger. Les classements incorporent une propriété de valuabilité en ayant une visée sociale permanente de production de jugement. Les classements attribuent non simplement une valeur quantitative mais bien une valeur qualitative relative aux entités selon leur position : « en haut de » est aussi associé à « meilleur que » ; « en dessous de » est assimilé à « moins bon que », etc. La propriété de valuabilité des classements réside dans leur prétention à définir et à apprécier la valeur des entités, leur qualité. En tant que « dispositifs de jugement » agissant par délégation pour peu que des acteurs leur accordent leur confiance, les classements, par le type de connaissance qu'ils produisent, interviennent comme des intermédiaires entre un marché et des acteurs amenés à opérer des choix. »¹⁷.

Le classement tire donc sa valeur de la manière dont il conjugue la composante contextuelle (la note), et sa mise en relation avec les autres objets d'étude (la hiérarchie), une combinaison qui lui confère un potentiel d'actualisation, qui en fait un moyen, pour les destinataires de prendre des décisions.

b. Le classement, un opérateur de décision.

Un « *dispositif de jugement* », comme dit précédemment, ne peut fonctionner que s'il dispose de la confiance de ses destinataires. D'où la nécessité pour toute hiérarchie, tout acte de classement, d'être crédible lors de sa conception.¹⁸ Le classement n'est ainsi utile que dans la mesure où il est un instrument *politique*, en ce qu'il aide à la prise de décision, en ce qu'il permet aux individus de se situer, de se comparer aux autres et à agir en conséquence, il est donc particulièrement soumis à la communication, qui lui donne son existence objective. Car le palmarès, le classement, « *n'a lieu d'être que s'il est admis comme réel par son lecteur, c'est à dire qu'il peut être utilisé comme argument dans une discussion, ou être une aide digne de confiance au moment d'un choix* ». ¹⁹

¹⁶ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Les palmarès dans la presse : quelle économie symbolique ?* Travail d'Initiation à la Recherche. Paris : Celsa Paris-Sorbonne, 2013, p. 8.

¹⁷ KARPIK, Lucien. *L'économie des singularités*. Paris : Gallimard, 2005, cité par BOUCHARD, Julie (Op. cit.).

¹⁸ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. Op. cit.

¹⁹ Ibid.

Car cette comparaison perpétuelle est loin d'être neutre : « *Catégoriser, classer, déclasser, classer : les activités de mise en ordre du monde impliquent l'exercice d'un pouvoir intellectuel et politique.* » écrivent Vincent Liquète et Susan Kovacs²⁰. Logiquement, la suite en est qu' « *imposer un classement, ou s'en servir, c'est hiérarchiser les phénomènes et les êtres selon (...) un ensemble de valeurs et de stratégies* » mises en circulation, naturalisée, par le classement.

« *L'activité classificatoire est le propre de l'homme* », concourt Yolande Maury. « *Si tout savoir est lié à un ordre classificateur (Barthes, 2002), à l'inverse, comme l'ont montré les anthropologues, toute mise en ordre exprime un savoir.* »²¹ L'articulation savoir-pouvoir, révélée par Michel Foucault, explique comment classements et classification peuvent être « *considérés comme des outils permettant d'agir sur le monde* »²². Le classement a, par nature, une nature prescriptive : « *L'influence pragmatique de l'acte de calcul [et du résultat du calcul] réside dans sa capacité à prescrire – sous l'apparence de la description.* »²³

La prégnance du classement dans nos schèmes perceptifs des phénomènes (il y a un « *lien très fort entre connaissances et ordre classificatoire* »²⁴) est l'héritage d'une « *posture épistémologique positiviste* »²⁵ : « *une fois le sens d'un savoir perçu par un acte cognitif, il est nécessaire de classer ce savoir, afin de faciliter son repérage extérieur – c'est l'expression de la forte empreinte de l'inspiration positiviste à l'œuvre dans les sciences de l'information* », de « *la foi en la capacité des systèmes de classification complexes d'organiser et de décrire toute la connaissance créée par l'humanité au fil du temps.* »²⁶

Cette perspective positiviste met en évidence une des fonctions primordiales du classement : l'importance du rôle d'archive, de la fonction mémorielle du classement, que l'on retrouve notamment dans la démarche de patrimonialisation de l'humanité entreprise par l'Unesco (« *l'inventaire, la classification, le catalogage systématique (...) s'imposent dès la fin du XVIIIe siècle comme une pressante exigence morale* »²⁷).

²⁰ LIQUÈTE, Vincent & KOVACS, Susan. *La lutte des classements*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 9.

²¹ MAURY, Yolande. *Op. cit.*, p. 23.

²² *Ibid.*

²³ FAURÉ, Bertrand & GRAMACCIA, Gino. *La pragmatique du chiffre dans les organisations*, Etudes de communication, n°29, 2006, p. 33.

²⁴ BERTIN, Erik & GRANIER, Jean-Maxence. *Op. cit.*, p. 126.

²⁵ MALLOWAN, Monica. *Op. cit.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ CHIROLLET, Claude. *Les Mémoires de l'art*. Paris : Presses universitaires de France, 1998.

Connaître l'histoire de la connaissance est évidemment une ressource nécessaire à l'appréhension de l'histoire dont nous sommes les témoins. Elle devient une ressource du jugement de goût. C'est elle qui permet de tisser des réseaux d'influences, de relations, de références, notamment dans le domaine culturel, et son rôle critique de légitimation :

« *Chaque monde, au sens d'Howard Becker (1988), est traversé de référents qui supposent encore une hiérarchie des arts, mais celle-ci se conçoit alors dans des jeux différentiels extrêmement variés : invoquant l'art contemporain pour légitimer telle démarche d'art brut ou invoquant la tradition spécifique d'un métier d'art pour telle pratique créative.* »²⁸

Cette conversation entre les arts, les œuvres, les phénomènes, est permise par cette hiérarchie qui tisse un réseau d'emprunts, d'appuis, de légitimation des auteurs, par exemple, par l'appel à l'héritage de leurs illustres prédécesseurs, et dote la culture de capacités réflexives. Ainsi, de l'obsession américaine du Grand Roman américain, dans laquelle *Moby Dick* occupe une place de choix : on peut citer *The Great American Novel*, de Philip Roth, ou encore *The Art of Fielding*, de Chad Harbach, qui en font l'épine dorsale de leur propos.

Le classement est donc une manière d'appréhender le monde, d'opérer un ordonnancement pragmatique des phénomènes, des œuvres culturelles, etc. Il vise « *une certaine maîtrise du monde, face à l'infini, à l'incommensurable et à l'inclassable* »²⁹, et, si le classement exerce une domination sur le réel, en le pliant à ses schèmes d'appréhension, c'est parce qu'il « *[définit] pour circonscrire, [assigne] une place, un statut, aux savoirs, aux objets, aux êtres.* »³⁰

Cette tentative est évidemment vaine, dans l'absolu. L'entreprise du classement est une tentative d'épuisement du réel, comme Perec essayait d'épuiser un lieu. D'après Eco (2009), la liste « *est un moyen pour dire l'indicible. L'énumération, la compilation, la classification ne s'achèvent jamais : elles ouvrent vers l'infini. Si la liste peut être comprise comme l'expérience de l'infini, elle s'achève toujours par un échec* »³¹. Le même Perec ironisait sur « *le grand dessein taxinomique* », utopie « *entre vertige de l'insaisissable et illusion de*

²⁸ RÉGIMBEAU, Gérard. *Classifier les œuvres d'art : catégories de savoirs et classement de valeurs*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 61.

²⁹ LIQUÈTE, Vincent & KOVACS, Susan. *Op. cit.*, p. 12.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

l'achevé »³² qui veut distribuer le monde entier selon un code unique ; une loi universelle qui régirait l'ensemble des phénomènes.

Par sa capacité à donner du sens à des phénomènes complexes, qu'ils soient culturels ou sociaux, par la facilité qu'il a à concentrer du sens dans un objet facilement appréhendable, le classement est devenu un objet de communication prisé de la presse écrite.

c. Le classement, objet chéri des media.

Selon Gabriel Tarde, l'éclosion de la presse quotidienne a vu les médias s'emparer du rôle de formation des valeurs. La presse avait pour charge de donner aux valeurs culturelles (morales, esthétiques, littéraires, scientifiques) un caractère de quantité et d'introduire entre elles des éléments de comparabilité. « *Avec la presse quotidienne* », écrivait Tarde, « *les notions de valeurs scientifiques ou littéraires des écrits, de la célébrité et de la réputation des personnes [...] se précisent, s'accroissent, deviennent dignes de servir d'objet à des spéculations philosophiques d'un nouveau genre.* »³³ Depuis toujours, donc, la presse et les médias ont adopté ce rôle de diffuser les « *quantités, les hiérarchies, les évaluations, qui façonnent et diffusent implicitement ou explicitement des valeurs, des grandeurs* ». ³⁴ Cette tendance s'est encore accentuée depuis trois ou quatre décennies, la presse et Internet s'emparant de la quantification et la hiérarchisation pour profiter de la triple position qu'ils leur confèrent : celle de producteur, celle de relayeur actif, celle enfin de metteur en réflexivité, qui consacrent leur place au centre d'univers sociaux différents, dans un processus de co-construction du sens³⁵. Cette analyse a été soutenue par Greenfield et Williams, s'appuyant sur Latour et Foucault, qui ont montré comment « *quelqu'un peut convaincre quelqu'un d'autre de s'emparer d'une affirmation, de la transmettre, de renforcer son statut de fait.* »³⁶

L'importance contextuelle du *rating* pour appréhender le monde explique l'émergence médiatique du classement dans la presse, sous toutes ses formes, « *classements* », «

³² MAURY, Yolande. *Op. cit.*, p. 26.

³³ TARDE, Gabriel. *Psychologie économique*. Paris : Félix Alcan, 1902.

³⁴ BOLTANSKI, Luc & THEVENOT, Laurent. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard, 1991.

³⁵ BOUCHARD, Julie. *Les classements et le faire-savoir médiatique*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015, p. 130.

³⁶ VERHOEVEN, Deb & MORRIS, Brian. 'Second city syndrome' : *media reportage of urban rankings*. In : *Ibid.*

palmarès », « tops », « listes », « rankings », « ratings », « baromètres », « tableaux de bord », « scores », « index », « indices », « notes », « likes », « votes »...³⁷

« Il n'est guère de sous-espace culturel (littérature, musique, arts plastiques, cinéma, théâtre, gastronomie,...), depuis la première liste de best-sellers produite en 1895 par le magazine littéraire étatsunien The Bookman, qui ne voit une ou des organisations de presse, puis des entreprises du web, produire et publier régulièrement des « listes », « classements », « palmarès », « hits », « tops », ... (Kaiser, 2012 [musique] ; Korda, 2001 [livre] ; Verger, 1987 [artistes contemporains] ; Bourdieu, 1984 [intellectuels]) ». ³⁸

En effet, la presse écrite se repaît de cette nouvelle forme informationnelle récurrente, classements annuels, palmarès ubiquitaires dans l'agenda médiatique, ces sujets appréhendés sous la forme de la liste hiérarchique qui constituent l'essentiel de ce qu'on appelle les « *marronniers de la presse* »³⁹, ces grands sujets qui permettent de faire une cartographie sociale de l'état du monde à peu de frais⁴⁰ : classements des hôpitaux, des universités, des villes où il fait bon vivre, des écoles préparatoires, lycées, écoles de commerce, des plus grandes fortunes, des meilleurs diplômés, de l'immobilier, etc.

Ces palmarès, à la publication événementialisée, ritualisée, sont produits par les titres de presse eux-mêmes, et des éléments de fidélisation importants, voire même des arguments marketing : « *le palmarès s'adresse tout d'abord à un individu rationnel, à un lecteur qui cherche une information qu'il pense fondée, et argumentée. Il s'agit donc pour l'organe qui le publie de répondre à une recherche de repères, d'aider son lecteur à se situer dans une société facilement considérée comme instable* ». ⁴¹

Plus qu'un classement, la page de journal délivre « *un savoir sur le monde. La page de journal est le lieu d'une qualification et d'une institution du réel social* »⁴². Par ses choix,

³⁷ CANDEL, Étienne. *Formaliser, normaliser : les figures du classement ordinaire sur Internet*, op. cit..

³⁸ BOUCHARD, Julie. *La médiatisation de l'évaluation et les flux de valeurs*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015, p. 17.

³⁹ ANONYME. *Marron(nier), le fruit préféré de la presse*. Arrêt sur Images.

⁴⁰ JESPERS, Jean-Jacques. *Journalisme de télévision: Enjeux, contraintes, pratiques*. Bruxelles : De Boeck, 2009, p. 45.

⁴¹ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Op. cit.* p. 6.

⁴² CANDEL, Etienne. *Une ration quotidienne de statistiques. La pratique éditoriale du "chiffre du jour" dans la presse écrite*. In : Médiation et information, n°28, La communication nombre. Paris : L'Harmattan, 2008, p. 42.

l'institution valorise certains objets, favorise leur formation en tant qu'objets sociaux, leur reconnaissance publique, leur « *inscription mémorielle.* »⁴³

Ces classements reposent « *sur un certain nombre de caractéristiques qui s'imposent de par leur potentiel à objectiver le réel* », et donc une « *prétention à l'exhaustivité* »⁴⁴. On parle toujours « *des meilleurs* » disques, hôpitaux, films, diplômes, ce qui suppose, en toute logique, de les avoir tous considérés : « *l'ordre de présentation des connaissances n'est pas un simple rangement mais une structure épistémique relevant de la question de la représentation de la totalité du savoir, d'une éducation complète. L'encyclopédisme formule le projet de régler conjointement le problème de l'ordre du savoir et celui de la recension à travers la logique de l'ordonnement des livres comme des idées.* »⁴⁵

Le titre de presse n'est, dans cette logique, qu'une interface – supposément neutre, puisque s'appuyant sur des critères « objectifs » - qui permet d'appréhender de manière condensée une connaissance universelle de manière immédiate, sur un sujet donné. L'on comprend alors que le classement opère une simplification de la réalité pour favoriser une meilleure mise en mémoire, au centre de laquelle se trouve une figure de la modernité : le chiffre en tant que valeur.

B. Simplifier pour favoriser la mise en mémoire.

La classification s'est imposée, dans sa forme simplifiée, car elle oriente la connaissance en se basant sur « *une forme de synthèse utile à la saisie d'un réel foisonnant et appliquée dans les branches diverses des savoirs. Elle répond également à des nécessités documentaires dont on soulignera ici qu'au delà de représenter un simple appareillage, elles sont imbriquées à l'histoire de la connaissance.* »⁴⁶

Si le classement occupe une si grande importance dans notre écosystème de la connaissance, c'est pour ses vertus simplificatrices, qui permettent de saisir la réalité du monde :

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Op. cit.* p. 12.

⁴⁵ MORANDI, Franc. *Classer et « encyclopéder » aujourd'hui : la reconfiguration des formats de connaissance.* In : Hermès 66, *Classer, penser, contrôler.* Paris : CNRS Editions, 2013, p. 140.

⁴⁶ RÉGIMBEAU, Gérard. *Classer, c'est penser.* In : Hermès 66, *Classer, penser, contrôler.* Paris : CNRS Editions, 2013, p. 16.

« En tant que témoignage d'une théorisation des valeurs, la liste suppose un choix : classement intellectuel qui nous indique ce qui comptait aux yeux des lettrés. Lister ces préférences, c'était les classer parmi les choses remarquables [selon un principe] : une hiérarchisation, et donc d'un classement, à l'intérieur même de la liste. »⁴⁷

Le classement, sous ses différentes formes, est un témoignage de l'état des connaissances de l'humanité à un moment, à une période donnée, pour l'usage des générations futures, mais aussi à destination des contemporains.

a. Un héritage positiviste : la valeur du chiffre.

La valeur du chiffre comme représentation provient de l'héritage scientifique et positiviste évoqué plus haut : bien que les êtres humains soient « *en permanence engagés dans des valuations* »⁴⁸, l'évaluation n'est plus aujourd'hui un simple processus cognitif. Dans le monde contemporain, elle est fortement assimilée à un processus appareillé qui s'appuie sur des « *techniques* », des « *méthodes* », des « *procédés* », des « *conventions* », des « *règles* », des « *algorithmes* », des « *formes* » et des « *formats* ». L'évaluation, dans sa forme moderne, est l'héritière de « *l'histoire d'une modernité scientifique, technique, bureaucratique et marchande* »⁴⁹.

Son emblème principal en est, sans surprise, le chiffre, dont le propre de l'information qu'il communique est la précision. Comme le souligne Etienne Candé, « *dans le social, donner un chiffre, une mesure, (...), c'est apporter à la chose dite le caractère de l'exactitude, la validité supposée évidente, voire indiscutable, que porte un traitement statistique ou mathématique, une mesure* »⁵⁰. Abraham Moles avait le premier raconté la « *conquête illimitée du monde par la métrologie* », propulsée par un « *souci d'universalité* », conduisant à un « *vertige* », et à une « *idéologie* » de la précision, par laquelle « *nous évoluons d'une conviction : "la précision, c'est bien", à une idéologie : "n'est bien que ce qui est précis"* »⁵¹.

⁴⁷ RÉGIMBEAU, Gérard. *Classifier les œuvres d'art*, op. cit., p. 60.

⁴⁸ DEWEY, JOHN. *La formation des valeurs*. Paris : La Découverte, coll. « Les empêcheurs de penser en rond », 2011, p. 67-171.

⁴⁹ DUJARIER, Marie-Anne. *L'automatisation du jugement sur le travail. Mesurer n'est pas évaluer*. In : Cahiers internationaux de sociologie, n° 128-129, vol. 1, 2010, p. 135-159.

⁵⁰ CANDEL, Etienne. *Une ration quotidienne de statistiques*. Op. cit, p. 38.

⁵¹ MOLES, Abraham. *Les sciences de l'imprécis*. Paris : Seuil, 1990, p. 15-16.

Selon cette idéologie, la « mise en chiffre »⁵² permettrait de révéler ce qui est soustrait au regard. « L'idée en partie utopique de rendre visible car lisible et lisible car inscrit un ensemble de « choses » (faits, actions, goûts, déplacements, relations symboliques) qui faute de cela échappent à l'attention parce que se soustrayant à la perception ou à la compréhension »⁵³ serait alors résolue par l'adjuvance du chiffre et de ses bénéfices de clarté. C'est, en substance, la manière dont Michel Foucault définissait la classification, comme « la conséquence d'un paradigme dans l'histoire de la pensée, celui de la mise en visibilité » : « l'histoire naturelle ce n'est rien d'autre que la nomination du visible. Comme disait Linné "toute note doit être tirée du nombre, de la figure, de la proposition, de la situation". »⁵⁴ : le classement ne fait rien d'autre que la révéler au monde.

Le chiffre a en effet, dans cette perspective « euphorique de la statistique »⁵⁵, une évidence d'objectivité, « parce qu'il repose sur une approche foncièrement objectale – une appréhension de la réalité sociale qui s'effectue sur le mode de la précision, du numériquement appropriable, du naturellement connaissable. » Il est en effet susceptible d'une « saisie accélérée », il est « directement parlant », et soutient le discours du registre passionnel : impressionnant, marquant, réducteur, « il convoque toute une gamme de passions fréquemment mobilisées par la presse, en particulier le sensationnel et la sensation. »⁵⁶

Le chiffre, facilement compréhensible, aisément appréhendable, devient le lieu principal de la communication de l'information. Réduction du sens à sa plus simple expression, il est pourtant aussi métonymie de la représentation, le dépositaire et l'incarnation de la place occupée par son objet dans le classement.

b. Médiation et mémorisation.

Le classement, en découpant la réalité dans des cases qu'il établit, la simplifie, faisant « plus de moins »⁵⁷. Il fait subir au monde une « réduction suivant l'idée que pour connaître le monde, il faut l'appauvrir, en retenant un petit nombre d'éléments significatifs exprimant des contrastes, des oppositions, qui vont permettre d'affiner l'observation et l'analyse. »⁵⁸

⁵² PHARABOD, Anne-Sylvie, NIKOLSKI, Véra & GRANJON, Fabien. *La mise en chiffres de soi*. In : Réseaux, n° 177, Politique des algorithmes, p. 97-129. Paris : La Découverte, 2013.

⁵³ CANDEL, Étienne. *Op. cit.*

⁵⁴ RÉGIMBEAU, Gérard. *Classer, c'est penser. Op. cit.*, p. 16.

⁵⁵ CANDEL, Étienne. *Op. cit.*

⁵⁶ *Ibid*, p. 46.

⁵⁷ DAGOGNET, François. *Le catalogue de la vie*. Paris : Presses universitaires de France, 1970.

⁵⁸ MAURY, Yolande. *Op. cit.*, p. 24.

Comme l'ont montré Geoffroy C. Bowker et Susan Leigh Star, qui rappelaient que « *to classify is human* »⁵⁹, cette réduction ne va pas sans une part de subjectivité dans les décisions d'ordonnement, « *la logique classificatoire amenant à valoriser un point de vue et à retenir certains critères d'analyse ou de regroupement tandis que d'autres sont passés sous silence, sans pour autant être invalidés* »⁶⁰, mais il s'agit, dans ces cas-là, de réduction, de simplification, qui ne nuisent pas à la tentative d'épuisement du réel. Il faut néanmoins noter que le glissement sémantique le plus important dans la logique du classement n'est pas la réduction du réel à la catégorie, mais la réduction du réel à un nombre, une note, un chiffre, reflet de la réalité transcrite, transposée dans la hiérarchie.

C'est que le chiffre opère à la fois une réduction de sens, mais aussi comme une métonymie de l'importance, de la valeur, et « *trace de signification* »⁶¹ dont la majorité est conservée dans le classement final et ses critères (lorsqu'il synthétise, lorsqu'il est « *l'information à retenir* », il vaut pour un « *savoir plus vaste* », a une « *fonction métonymique* »⁶²). « *Quand Métro sélectionne des données chiffrées dans ses pages « Culture », par exemple, le journal propose d'aborder la culture par ce qui, en elle, est effectivement chiffrable : statistiques de ventes d'albums, nombre de Golden Globes remportés par la série Ugly Betty, chiffres d'audience pour une émission de télévision* »⁶³ : soit autant d'éléments ayant la force de l'arbitraire du nombre, mais pas la puissance de conviction du chiffre. Ce dernier, lorsqu'il symbolise le classement, lorsqu'il est *contextuel* et *universel*, est alors « *injonction à réagir, à penser, à juger, c'est-à-dire à avoir son avis sur la question.* »⁶⁴

Le chiffre est alors, comme l'appelait Bataille, le lieu des « *arrogances de la science* »⁶⁵, de ses « *discours d'intimidation, de sujétion, de domination, d'assertion, de superbe : qui se placent sous l'autorité, la garantie d'une vérité dogmatique, ou d'une demande qui ne pense pas, ne conçoit pas le désir de l'autre.* »⁶⁶. Le chiffre, garant de la justesse, de l'universalité, ne peut affirmer cette prétention sans se passer de la négation d'autrui.

On peut constater sa prééminence dans la place qu'on lui donne : étudiée par Etienne Candel dans la presse, elle est aussi mise en valeur dans nos différents objets d'étude, le

⁵⁹ « *Classer est le propre de l'homme* » pourrait-on traduire. BOWKER, Geoffroy & STAR, Susan, *Sorting things out : Classification and its Consequences*. Cambridge, Londres : MIT Press, 1999, p. 4.

⁶⁰ MAURY, Yolande. *Op. cit.*

⁶¹ CANDEL, Étienne. *Op. cit.*, p. 48.

⁶² *Ibid.*, p. 42.

⁶³ *Ibid.*, p. 39.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 48.

⁶⁵ BARTHES, Roland. *Le Neutre : Cours au collège de France (1977 – 1978)*. Paris : Seuil, 2002, p. 195.

⁶⁶ *Ibid.*

site Pitchfork en tête, dont les notes qui accompagnent les critiques de disque occupent une place proéminente dans le design du site, prenant même en compte les caractéristiques de la lecture sur internet⁶⁷. Ce traitement n'est pas anodin :

*« chiffrer une information, et l'isoler dans une significativité éditoriale spécifique, c'est faire une place particulière, dans la proposition quotidienne de savoirs, aux sciences du précis ou aux approches formalisées – y compris dans les domaines de l'imprécis »*⁶⁸ - et a fortiori, particulièrement dans le domaine des arts.

« Mise en valeur par ses cadres d'inscription, par sa typographie (...) » la note Pitchfork ou IMDB, par sa *« forme éditoriale marque un décrochage dans la lecture, et suppose un mode de réception spécifique »*⁶⁹ : textualisé, médiatisé, diffusé dans la page de journal, le chiffre revendique sa prétention sociale à la signification.

La fonction du chiffre est donc double : elle traduit une valeur, elle est dépositaire de sens, et, dans sa *« forme triviale de l'objectivité »*, dans sa *« forme minimale de l'information »*⁷⁰, elle participe d'un travail de médiation pédagogique en facilitant la lecture sous sa forme économique, permettant une *« appropriation et une mémorisation rapides »*⁷¹. *« Sa mise en valeur par l'emphase éditoriale – rubriques colorées, typographie spécifique – inscrit sa dimension visuelle dans celle des théâtres de mémoire »* : *« le chiffre mis en exergue, c'est le chiffre à retenir. »*⁷² Par ce traitement éditorial du chiffre, qui condense une *« quantité donnée d'informations faciles à retenir, à évoquer, à répéter et à transmettre »*, *« le lecteur est en quelque sorte, par le jeu de la mémoire, institué non pas uniquement destinataire, mais aussi relais du processus d'information. Le chiffre donné fait du destinataire un médiateur. »*⁷³

C'est que le chiffre est toujours expérimenté comme médiation. L'évaluation dont il est le symbole est au croisement des rapports entre communication, information et medias. En effet, la valeur d'une évaluation, ainsi que l'a proposé John Dewey, réside dans sa capacité à supporter l'épreuve de la communication et de la publicité⁷⁴, épreuve socialement

⁶⁷ MALTAIS, Robert, ASSELIN, Yvan, BRISSON, Pierre & PARENT, André. *L'écriture journalistique sous toutes ses formes*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 2010, p. 102.

⁶⁸ CANDEL, Étienne. *Op. cit.*, p. 39.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 37.

⁷⁰ *Ibid.*, p. 42.

⁷¹ *Ibid.*

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid.*, p. 50.

⁷⁴ DEWEY, JOHN. *Op. cit.*, p. 67-171.

irréductible, *volens nolens*, à une rationalité pure⁷⁵ : tout dépend de son acceptation par une autre subjectivité, celle du destinataire.

Avec le développement du web 2.0, le classement acquiert aujourd'hui une importance encore décuplée qui fait de la liste le format basique d'internet, répondant à des nombreux besoins de connaissance.

C. L'avènement du classement sur internet.

Il faut désormais se pencher sur les raisons du succès du classement sur le web 2.0. Celui-ci, qui laisse une grande place au contenu produit par les utilisateurs⁷⁶, est organisé autour de ressources subjectives, autour de qualimesures qui polarisent l'attention : « *articles les plus lus, les plus vus, les plus partagés* »⁷⁷, pour n'en citer que trois. Cette activité démocratisée tient, nous allons le voir, à l'émergence, grâce à l'ouverture du web, d'un médiactivisme libérant la parole, ainsi qu'à la modularité de ce format, qui permet une présentation de soi et permet de subvertir quelque peu les mécanismes du goût bourdieusien. Cette popularité illustre l'importance, pour le classement, d'être partagé, communiqué, reçu par autrui.

a. La démocratisation du classement.

Comme la prose de Mr. Jourdain, le classement est aujourd'hui pratiqué par tous. Il est désormais principe organisationnel et objet communicationnel :

« Considérons quelques groupes de phénomènes constatables aujourd'hui de façon récurrente sur les sites dits de « réseaux sociaux » : 1) « classements », « tops », « palmarès », « rankings », « podiums » ; 2) « social graphs », « cartographies » d'« affinités » ou de « proximités », « taux de compatibilité » ; 3) « récompenses », « reconnaissance », « indices de popularité », « votes » et « notes » (« ratings ») « recommandations ». Point commun : tous ces objets se laissent concevoir d'abord comme des listes quantifiées ou des listes issues de quantification. »⁷⁸

⁷⁵ BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015, p. 12.

⁷⁶ O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0*. OREILLY.

⁷⁷ BOUCHARD, Julie. *La médiatisation de l'évaluation et les flux de valeurs*. Op. cit. p. 15.

⁷⁸ CANDEL, Étienne. *Formaliser, normaliser... op. cit.*

Sur le web, le classement est devenu le format principal de la connaissance : « *la pensée du classement comme schème cognitif fondateur se diffuse à travers le dispositif formel qui est celui de la liste* »⁷⁹. Le texte Internet, répandu sous forme de classement, ou de liste, éduque en effet les utilisateurs à la mise en ordre perpétuelle du monde. La disposition de l'information en liste produit des effets de hiérarchisation immédiats, comme l'a montré Jack Goody : « *l'ordre d'apparition vertical des énoncés de la liste et sa dimension spatiale induisent des effets de valorisation hiérarchique difficiles à contrôler* ». ⁸⁰

L'évaluation a en outre désormais « *changé de statut non seulement au regard de sa professionnalisation, de son institutionnalisation, de son industrialisation, de son instrumentation mais aussi de sa démocratisation sans cesse inachevée* »⁸¹. Elle est aujourd'hui exercée publiquement par amateurs éclairés, professionnels et utilisateurs lambdas, « *dévoués et enjoins à l'appréciation publique des contenus de toutes sortes (biens culturels, vie politique, savoirs scientifiques,...) sur les grands réseaux sociaux numériques (Cardon, 2013 [b] ; Flichy, 2010 ; Besnier ; Cavaliere)* », mais aussi par tous les « *acteurs engagés dans la production de jugements et d'évaluations* »⁸² en conquête de légitimité. Tous concourent à un processus de construction, d'élaboration, de discussion des valeurs dans une multiplicité de points de vue. Exemple sur les sites internet de media d'actualités, où *rankings*, *ratings* et divers tops classent les contenus « *Les plus aimés / Les plus populaires / Les plus récents...* ».

Cette libération de la parole sur Internet, qui fait partie des mythes fondateur du réseau, a été racontée et soutenue avec force exemples par Dominique Cardon et Fabien Granjon, dans *Médiactivistes* notamment.⁸³

L'esprit d'Internet est en effet fortement « *marqué par l'ethos de révolte de la contre-culture américaine des années 1960* », dont sont emblématiques les hippies⁸⁴. Cette jeunesse s'intéresse très vite au système de l'information, et leur culture servira de base aux pionniers du web. En effet, il est vital pour les hippies de ne pas laisser les enjeux techniques aux mains des militaires ou des capitalistes. Déclinant aux techno-sciences leurs crédos du micro, de l'individu et du « *do-it-yourself* », la technologie est alors pensée comme un outil augmentant les possibilités d'action et d'épanouissement personnel, idée partagée par les

⁷⁹ BERTIN, Erik & GRANIER, Jean-Maxence. *Op. cit.*, p. 128.

⁸⁰ GOODY, Jack. *La raison graphique*. Paris : Les Éditions de Minuit, 1979, p. 148-150.

⁸¹ BOUCHARD, Julie. *Op. cit.*, p. 13.

⁸² *Ibid.*

⁸³ CARDON, Dominique & GRANJON, Fabien. *Médiactivistes*. Paris : Presses de Sciences Po, 2010.

⁸⁴ BRAND, Stewart. *We Owe It All to the Hippies*. *Time*. N°145, 1995.

hérauts de la micro-informatique⁸⁵. L'idée sous-jacente étant que la situation hors du monde d'Internet « *permet des relations plus fortes, plus authentiques, des comportements plus osés, plus créatifs, des individus plus libres.* »⁸⁶

Alain Minc et Simon Nora, dès 1978, se penchaient sur « *une nouvelle conception des communications appelée « télématique », terme caractérisant les applications réunissant informatique et télécommunications.* »⁸⁷ Leur rapport, présentait un nouveau rapport de force dans lequel des groupes privés de paroles s'emparaient de moyens d'informations afin de faire entendre leur voix :

*« Aujourd'hui, l'information descendante est mal acceptée parce qu'elle est ressentie comme le prolongement d'un pouvoir, d'une manipulation : il sera de plus en plus nécessaire que ses destinataires soient associés à son élaboration, que les récepteurs soient émetteurs et que les émissions tiennent compte des conditions de réception. Cette participation ne sera acceptée que si les groupes antagonistes sont également capables de fabriquer, traiter et communiquer leur propre information. Ceci suppose que la plupart des citoyens puissent se constituer en collectivités ou associations, publiques et privées, et s'outiller pour rassembler et exploiter l'information qui légitime leur projet. »*⁸⁸

C'est Internet qui permettra à cette nouvelle parole militante de contourner les *gatekeepers*⁸⁹ qui contrôlent l'accès aux media traditionnels, garants de la verticalité à sens unique de l'information, et de l'uniformité des contenus informationnels. Ce sont les diverses innovations du *World Wide Web* qui ont « *permis un accès renouvelé aux grands systèmes de diffusion de l'information. Internet constitue un contexte nouveau : [...] l'effet de clôture exercé par les gatekeepers a perdu de son efficacité. Il est désormais possible à tous de publier sur internet.* »⁹⁰ Le dispositif présente en effet de nombreux avantages permettant la mise en place d'alternatives médiatiques abordables. Les contraintes éditoriales n'existent plus, puisque que n'importe qui peut s'exprimer sans contrôle à priori sur son blog ou son

⁸⁵ MARKOFF, John. *What the Dormhouse said. How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. New York : Penguin Book, 2006.

⁸⁶ POULET, Vadim (2012). *Twitter, nouveau support d'un médiactivisme et des mobilisations sociales ? Le cas #Botzaris36*. Mémoire : Science et communication des organisations. Institut d'Etudes Politiques de Lille, p.17.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 18.

⁸⁸ MINC, Alain & NORA, Simon. *L'Informatisation de la Société*. Paris : La Documentation française/Seuil, 1979, p. 123.

⁸⁹ CARDON, Dominique. *La démocratie Internet*. Paris : Editions du Seuil et La République des Idées, p. 37.

⁹⁰ CARDON, Dominique & GRANJON, Fabien. *Op. cit*, p. 12.

site, les coûts de diffusion sont réduits au paiement de l'hébergement d'une page web : Internet signe l'avènement de la communication de *many-to-many* et la coopération entre militants est facilitée. C'est sans surprise que les groupes les plus désorganisés et les moins intégrés au cercle médiatique seront les premiers à prendre conscience des opportunités que recèle ce nouveau mode de communication organisée de manière horizontale et non hiérarchique⁹¹. Internet constitue l'alternative la plus naturelle à l'hégémonie des media traditionnels et, plus que la critique de leur contenu, il permet l'expression de points de vue alternatifs et contradictoires, une meilleure représentativité de l'espace public. En effet, le réseau des réseaux permet une communication plus démocratique et horizontale, valorisant l'émancipation sociale en plaçant au centre de la production d'information le vécu des producteurs d'information.⁹²

Cette libération n'a pas tardé à s'étendre aux possibilités de classement. En effet : « *en assouplissant les contraintes pesant sur la parole publique, les réseaux sociaux de l'Internet ont élargi les droits des internautes à participer au classement des documents* »⁹³. De fait, l'évaluation impersonnelle, anonyme, massifiée ou experte est devenue, sous l'effet de la démocratisation des outils, fondée sur la subjectivation, la personnalisation de l'opinion partagée dans des réseaux où existe une reconnaissance mutuelle de légitimité, comme l'explique Augustin Besnier⁹⁴. En toute logique, on peut affirmer que « *l'appropriation sociale des médias informatisés serait à l'origine d'une amplification contemporaine des procédures d'évaluation.* »⁹⁵

Ryan Schreiber ne dit rien d'autre, lorsqu'il proclame : « *Rolling Stone is already obsolete in terms of music criticism. As far as the Internet being revolutionary, sort of a next wave? You know what? I think it is. In a way it's similar to the punk revolution in the '70s -- 'Oh, I don't need to know how to play an instrument; I don't need to sign with a major label to make the music or express myself.' The Internet has basically allowed the same thing. You don't have to go through four years of an English program at Columbia to get your opinion out and get*

⁹¹ CARDON, Dominique & GRANJON, Fabien. *Op. cit.*, p. 82.

⁹² POULET, Vadim. *Ibid.*, p. 18-20.

⁹³ CARDON, Dominique. *Du lien au Like sur Internet*. In : *Communications*, n° 93, La réputation, 2013, p. 173-186.

⁹⁴ BESNIER, Augustin. *L'évaluation sur Internet : une démocratisation de l'expertise ?* In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *Op. cit.*, p. 38-49.

⁹⁵ GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *L'évaluation à l'épreuve des médias informatisés*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *Op. cit.*, p. 35.

*your voice heard. And I think it's breeding a lot of people who are inherently talented, sort of naturals at it. »*⁹⁶

Cette mise en cause constante de l'autorité, et de sa compromission, fait partie de l'ethos de Pitchfork, dont la page « *Publicité* », proclamait « *[Our writers] genuinely care about music, unlike some of the big time playaz that're just in the business for the bling bling. »*⁹⁷

b. Classement et présentation de soi.

Sur les nouveaux médias du web 2.0, qu'il s'agisse de Twitter, Facebook ou Myspace, qui permettait d'afficher huit ou plus « *meilleurs amis* » afin de se présenter au monde⁹⁸, les informations communiquées par les internautes agissent comme une carte d'identité élaborée par les utilisateurs. La liste et le classement sont une ressource de construction identitaire et de présentation de soi, une nouvelle manière d'être au monde publicisée, au travers de sa consommation culturelle : « *Dans un cadre informel hors scolaire, les pratiques d'indexation des adolescents montrent des pratiques sociales et « performatives » de classement qui servent à construire des liens de sociabilité* », comme le soulignait Schneider. *Cette dimension pragmatique et identitaire du classement reconnue et mise en œuvre par les jeunes (communiquer, c'est classer) est une sorte de mimesis dans la sphère [privée-publique] de la médiatisation des classements. »*⁹⁹

Cela semble presque une évidence tant nombreux sont les sites qui reposent sur le format de la liste et du classement : Listography est un site dédié à la création et au partage de listes (dont le succès s'est traduit en livres vendus à plus d'un million d'exemplaires)¹⁰⁰, les sites de streaming de musique, Spotify et Deezer en tête, permettent tous de créer ses playlists afin de partager ses morceaux préférés¹⁰¹, l'application Last.fm permet de diffuser auprès de ses amis ses « *charts* » personnels (artistes, morceaux, albums les plus écoutés)¹⁰², le site Senscritique permet lui de noter, sur 10, des livres, films ou disques, et de partager ses

⁹⁶ « *Rolling Stone est déjà obsolète en termes de critique musicale. Internet est-il une révolution, une sorte de nouvelle vague ? Je crois que oui. En un sens, c'est similaire à la révolution du punk des années 1970 – « Oh, je n'ai pas besoin de savoir jouer d'un instrument ; je n'ai pas besoin de signer avec une major pour faire de la musique ou m'exprimer ». Internet a en gros permis la même chose. Il n'est plus nécessaire de faire quatre ans d'études d'Anglais à Columbia pour exprimer son opinion et faire entendre sa voix. Et je pense que ça permet à de nombreux gens qui ont un talent inhérent, qui sont naturellement doués de s'exprimer. »* HARVILLA, Rob. *Pitchfork's progress*. Houston Press.

⁹⁷ « *Nos auteurs aiment authentiquement la musique, contrairement à certains des grands acteurs qui ne sont dans le business que pour la frime* » BECK, Richard. *Op. cit.*

⁹⁸ ANONYME. Top 8. Urban Dictionary.

⁹⁹ LIQUÈTE, Vincent & KOVACS, Susan. *Op. cit.*, p. 14.

¹⁰⁰ HARE, Breeanna. *Obsessions : making the list*. CNN.

¹⁰¹ HOGAN, Mark. *How playlists are curating the future of music*. Pitchfork.

¹⁰² ANONYME. *Website offers new view of music*. BBC.

critiques et ses listes avec ses contacts¹⁰³, et le succès commercial de Topito (Top 10 en tous genres)¹⁰⁴ et de BuzzFeed¹⁰⁵ (dont le contenu est une variation sur « *les X choses qui font que X* ») repose sur la liste. En outre, l'apparition de nombreux sites de *ranking*, comme Vodkaster¹⁰⁶ ou IMDB, pour le cinéma, ou Goodreads¹⁰⁷ pour la littérature, tous accompagnés de leur système de notation, témoigne d'une approche de plus en plus numéraire de la culture, et de la prééminence du chiffre comme symbole, comme métonymie de la recommandation, de la qualité et de la hiérarchie entre les œuvres, bien plus que les prix, souffrant aujourd'hui d'une discréditation aux yeux du grand public.¹⁰⁸

Les outils du web 2.0 sont donc aujourd'hui les nouveaux lieux où se jouent la connaissance, l'identité : « *un site personnel, un blog ou un média social, sont des lieux de savoir par assemblage, de production par recollection, agrégation et édition : on sélectionne et on classe pour connaître et faire connaître* »¹⁰⁹, et, ajouterons nous, pour se faire connaître.

C'est que l'explosion de la quantité d'œuvres culturelles disponibles avec l'avènement des outils de partage illégal, notamment de disques, avec l'apparition de Napster et la perpétuation de son ethos de piratage et de libération de la culture, a rendu nécessaire le développement d'outils aidant à faire sens d'une accumulation de biens culturels immatériels et de leur mise en scène, au-delà de leur disparition physique dans une discothèque ou une bibliothèque, alors que se diffusait « *l'allure typiquement « discophile » des systèmes de préférences musicales* »¹¹⁰. En effet, si Napster permettait de « *conserver son argent* », « *il vous disait aussi qu'il était quelque peu honteux de garder ses goûts musicaux pour soi-même* », puisque, par défaut, « *le service mettait la collection de chaque utilisateur à disposition de tous.* »¹¹¹ Pouvoir tout entendre, tout écouter, tout connaître, ce qui était auparavant le privilège des employés de magasins de disques, des DJs, ce qui leur permettait de « *terroriser ceux qui leur étaient supérieurs* »¹¹², comme le racontait *High Fidelity* de Nick Hornby, tout cela était désormais à disposition de tous, mais devait, forcément, s'accompagner d'outils permettant de les appréhender :

¹⁰³ PEPIN, Guénaël. *Senscritique, de la genèse aux projets à venir*. Next Impact.

¹⁰⁴ CARIO, Erwan. *En France, quand c'est top, c'est Topito*. Libération.

¹⁰⁵ RAJARAMAN, Sunil. *How BuzzFeed mastered content creation*. Huffington Post.

¹⁰⁶ MOSCA, Marco. *Vodkaster, la start-up qui veut concurrencer Netflix, Canal+ et Orange*. Challenges.

¹⁰⁷ WEISSMANN, Jordan. *The simple reason Goodreads is so valuable to Amazon*. The Atlantic.

¹⁰⁸ DE MIRANDA, Luis. *Les prix littéraires tuent*. Le Nouvel Obs.

¹⁰⁹ MORANDI, Franc. *Op. cit.*, p. 145.

¹¹⁰ BOURDIEU, Pierre. *La distinction*. Paris : Les Editions de Minuit, 1982, p. 377.

¹¹¹ BECK, Richard, *op. cit.*

¹¹² *Ibid.*

« L'avidité accumulatrice qui est au principe de toute grande accumulation de culture se rappelle trop manifestement dans la perversion de l'amateur de jazz ou de cinéma qui, poussant à la limite, c'est-à-dire à l'absurde, ce qui est impliqué dans la définition légitime de la contemplation cultivée, substituée à la consommation de l'œuvre la consommation des savoirs d'accompagnement ou dans l'acharnement acquisitif de tous les collectionneurs de savoirs inépuisables sur des sujets socialement infimes. »¹¹³

Ces comportements d'avidité se répandant, au mépris de toute limitation économique qui présidait auparavant à la consommation économique, décloisonne la consommation culturelle de l'importance de l'éducation, et de l'acquis familial. Les utilisateurs, aux prises avec un savoir illimité, avec une consommation sans limite, braconnent, au sens de de Certeau, et s'appuient sur des outils pour donner du sens à leur collection culturelle, s'appuyant pour cela sur le classement, qui permet de rationaliser, a posteriori, une accumulation justifiée par la seule disponibilité.

Dans sa critique de Pitchfork, Richard Beck soulignait le nouveau rôle occupé par le site dans ce nouvel écosystème d'explosion de la disponibilité de l'offre culturelle musicale : « *Faced with readers who wanted to know how to be fans in the Internet age, Pitchfork's writers became the greatest, most pedantic fans of all, reconfiguring criticism as an exercise in perfect consumption.* » Si le point de vue est exprimée de manière foncièrement négative, l'idée qu'il développe ensuite est néanmoins plus positive : « *Pitchfork has become the only music publication to attempt an account of what it felt like to be a music fan in the last fifteen years. You cannot write the history of contemporary rock without acknowledging Pitchfork's contribution* »¹¹⁴, devenant l'adjuvant de la consommation culturelle – et de son rôle distinctif, dont la prégnance a été décuplée par les réseaux sociaux. En effet, avec un rythme de publication de quatre critiques quotidiennes, cinq jours par semaines, Pitchfork fidélisait son audience, mais surtout possédait cinq ans d'avance sur le projet de classement de la musique que Napster venait de rendre gratuite : « *Our massive record review archive is one of the most comprehensive indie-based review archives on the web with more than 3,000 reviews spanning the past five years.* »¹¹⁵

¹¹³ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 380.

¹¹⁴ « *Confrontés à des lecteurs qui désiraient savoir comment être fan à l'âge d'Internet, les auteurs de Pitchfork sont devenus les plus grands, les plus pédants des fans, reconfigurant la critique en un exercice de consommation parfaite.* » « *Pitchfork est devenu la seule publication musicale à essayer de rendre compte de ce qu'est être un fan depuis quinze ans. On ne peut écrire une histoire du rock contemporain sans reconnaître la contribution de Pitchfork.* » BECK, Richard. *Op. cit.*

¹¹⁵ « *Notre archive massive de critiques de disque est une des plus exhaustives du web avec plus de 3000 critiques sur les cinq dernières années.* » *Ibid.*

Mais, la critique, auparavant conçue pour vendre des disques, venait de perdre son rôle, le produit étant soudainement devenu gratuit. Reléguée au dos des magazines, brèves, peu claires, parfois même réunies dans une section intitulée « *Consumer Guide* » dans *Voice*, dans laquelle Robert Christgau n'hésitait pas à souligner la courte durée d'un disque, la critique musicale changeait de rôle, de fonction : elle devenait, comme l'avait compris Pitchfork, un guide de distinction. Le site « *a en effet réussi à se saisir d'une ressource abondante et accessible à tous, l'information, pour capter une ressource rare, l'attention des consommateurs en donnant du sens à la masse colossale de données aujourd'hui disponibles en les adaptant à la demande des internautes.* »¹¹⁶

« *Comme l'art selon Yeats (« Art is a social act of a solitary man »), toute l'appropriation d'une œuvre d'art qui est un rapport de distinction réalisé, fait chose, est elle-même un rapport social, et, contre l'illusion du communisme culturel, un rapport de distinction.* »¹¹⁷

Affirmer ses choix culturels, les classer, les ordonner, est, à la racine d'un principe de distinction : « *Il est à peine besoin d'établir que l'objet d'art est l'objectivation d'une relation de distinction et qu'il est de ce fait expressément prédisposé à porter, dans les contextes les plus différents, une telle relation. Dès que l'art prend conscience de lui-même (...), il se définit, comme le montre Gombrich¹¹⁸, par une négation, un refus, un renoncement, qui sont au principe même du raffinement.* »¹¹⁹ Il est désormais aisé pour tout consommateur de témoigner de ses affirmations et de ses négations.

« *Avec l'avènement d'Internet et des outils du Web 2.0, on assiste à un émiettement des structures du savoir et des formats de connaissance (Morandi) qui met chaque individu dans la posture de « classificateur » à travers une démarche d'anthologisation et de mise en circulation de fragments qui relèvent d'une nouvelle activité connaissante.* »¹²⁰

¹¹⁶ FARCHY, Joëlle & MÉADEL, Cécile. *Moteurs de recherche et référencement : chassez le naturel...* In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 147.

¹¹⁷ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 251.

¹¹⁸ GOMBRICH, Ernst. *Meditations on a hobby horse*, Londres : Phaidon Press, 1963, p. 17-18.

¹¹⁹ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 250.

¹²⁰ LIQUÈTE, Vincent & KOVACS, Susan. *Op. cit.*, p. 14.

Mais, « *l'accès aux savoirs par l'internaute dépend pourtant de dispositifs de classement et d'indexation dont les logiques lui échappent.* »¹²¹, ce que nous développerons dans une seconde partie.

c. Le goût selon Bourdieu, expression d'un classement.

Il est intéressant d'analyser cette profusion de l'offre culturelle à la lumière des travaux de Bourdieu sur le goût et la consommation culturelle. Ceux-ci expliquent en effet en partie la primauté du classement dans l'appréhension de la valeur de l'œuvre.

*« Le goût, est le principe de tout ce que l'on a, personnes et choses, et de tout ce que l'on est pour les autres, de ce par quoi on se classe et par quoi on est classé »*¹²², écrit-il, soit, ce qui préside à notre consommation. Celui-ci, paraît mû de manière intrinsèque, par les élans de l'inné : *« Le système de propriétés bien assorties, parmi lesquelles il faut compter les personnes – on parle de « ménage bien assorti » et les amis aiment à dire qu'ils ont les mêmes goûts – a pour principe le goût, système de schèmes de classement qui peuvent n'accéder que très partiellement à la conscience. »*¹²³

L'habitus, « *principe générateur de pratiques objectivement classables et système de classement (principium divisionis) de ces pratiques* », soit la « *capacité de produire des pratiques et des œuvres classables* », et la « *capacité de différencier et d'apprécier ces pratiques et ces produits (goût)* », constitue le « *monde social représenté, c'est-à-dire l'espace des styles de vie.* »¹²⁴ C'est l'habitus qui est à l'origine des goûts, et de la distinction par la consommation culturelle des différentes classes sociales, une relation qui se trouve particulièrement incarnée dans les biens culturels, prédisposés particulièrement à exprimer les différences sociales car « *la relation de distinction s'y trouve objectivement inscrite et se réactive, qu'on le sache ou non, qu'on le veuille ou non, dans chaque acte de consommation, au travers des instruments d'appropriation économiques et culturels qu'elle exige.* »¹²⁵

¹²¹ *Ibid.*

¹²² BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 59.

¹²³ *Ibid.*, p. 194.

¹²⁴ *Ibid.*, p. 190. (Mise en exergue de l'auteur).

¹²⁵ *Ibid.*, p. 249-250. (Mise en exergue de l'auteur).

Les signaux communiqués par la consommation culturelle seraient indépendants, voire inconscients de la situation sociale, et l'on serait condamné à traduire la réalité sociale dans notre vie culturelle.

Cela étant dit, à mesure que l'on s'élève dans la hiérarchie sociale, le style de vie fait une part de plus en plus importante à ce que Weber appelle la « *stylisation du style de vie* », soit sa mise en scène, son utilisation à des fins de présentations de soi. Il devient signifiant, de la position de classe, notamment, et est « *au principe du système de traits distinctifs qui est voué à être perçu comme une expression systématique d'une classe particulière de conditions d'existence, c'est-à-dire comme un style de vie distinctif* ». ¹²⁶

Mais cette tendance peut aujourd'hui être considérée comme s'étant répandue, avec la démocratisation de l'accès aux œuvres culturelles dont la consommation n'est plus soumise aux aléas de la naissance mais peut faire le bonheur des autodidactes. Cette démocratisation ne va pas, d'ailleurs, sans un changement de considération de la valeur de l'œuvre d'art, auparavant réservée à la classe dominante, mais désormais accessible à tous.

C'est, selon Bourdieu, dans le passage à l'affirmation de l'autonomie de la production, soit à la sortie de l'art du domaine social, affirmant sa gratuité, que la nécessité du regard historique s'est fait sentir :

« Affirmer l'autonomie de la production, c'est conférer la primauté à ce dont l'artiste est maître, c'est-à-dire la forme, la manière, le style, par rapport au « sujet », référent extérieur, par où s'introduit la subordination à des fonctions – s'agirait-il de la plus élémentaire, celle de représenter, de signifier, de dire quelque chose. C'est du même coup refuser de reconnaître aucune autre nécessité que celle qui se trouve inscrite dans la tradition propre de la discipline artistique considérée ; c'est passer d'un art qui imite la nature à un art qui imite l'art, trouvant dans son histoire propre le principe exclusif de ses recherches et de ses ruptures mêmes avec la tradition. » ¹²⁷

De fait, l'art, devenant réflexif, faisant toujours référence à sa propre histoire (nous pensons aux luttes, aux conflits permanents entre Anciens et Modernes, au salon des Refusés, au basculement entre deux époques), l'art demande à être comparé, non à la réalité, référent extérieur gage de la qualité de l'imitation, mais à « *l'univers des œuvres d'art du passé et du*

¹²⁶ *Ibid.*, p. 194.

¹²⁷ *Ibid.*, p. IV.

présent »¹²⁸. Cette perspective historique engage le spectateur dans une quête de connaissance nécessaire à son appréhension, au jugement :

« Comme la production artistique en tant qu'elle s'engendre dans un champ, la perception esthétique, en tant qu'elle est différentielle, relationnelle, attentive aux écarts qui font les styles, est nécessairement historique : comme le peintre dit « naïf » qui, étant extérieur au champ et à ses traditions spécifiques, reste extérieur à l'histoire de l'art considéré, le spectateur « naïf » ne peut accéder à une perception spécifique d'œuvres d'art qui ne de sens que par référence à l'histoire spécifique d'une tradition artistique. La disposition esthétique qu'appellent les productions d'un champ de production parvenu à un haut degré d'autonomie est indissociable d'une compétence culturelle spécifique : cette culture historique fonctionne comme un principe de pertinence qui permet de repérer, parmi les éléments proposés au regard, tous les traits distinctifs et ceux-là seulement, en les référant, plus ou moins consciemment, à l'univers des possibilités substituables. »¹²⁹

Les œuvres ne sont plus simplement des œuvres, elles acquièrent un rôle mémoriel, elles prennent « un statut documentaire. » L'art pour lui-même, s'il ne demande pas de classification, s'enrichit dans la perspective historique, qui implique outils et cadres intellectuels « intervenant comme autant de médiations nécessaires à la compréhension d'un champ perceptuel. »¹³⁰

Cette nouvelle vision, globalisante du champ culturel, implique de nouvelles manières d'accumuler la connaissance nécessaire à sa compréhension, de nouveaux acteurs : dans le monde de la connaissance disponible, l'amateur, éclairé ou non, est aidé par « tout le corps de critiques qu'il mandate pour produire les classements »¹³¹. Ce sont ces classements qui, par homologie selon Bourdieu, permettent de « choisir selon ses goûts », d'opérer le « repérage de biens objectivement accordés à sa position et assortis entre eux, parce que situés en des positions grossièrement équivalentes de leurs espaces respectifs (...), aidés en cela par des institutions, boutiques, théâtres, critiques, journaux et hebdomadaires, que l'on choisit d'ailleurs selon le même principe et qui, étant définies par leur position dans un champ, doivent elles-mêmes faire l'objet d'un repérage distinctif. »¹³²

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ *Ibid.*

¹³⁰ RÉGIMBEAU, Gérard. *Classifier les œuvres d'art*, op. cit, p. 58.

¹³¹ BOURDIEU, Pierre. *Ibid.*, p. 28.

¹³² *Ibid.*, p. 257-258.

Cette connaissance du goût *juste*, selon son espace de style de vie, ou de référence, n'est pas indépendante du classement, loin s'en faut. Les consommateurs choisissent les œuvres « *appropriées* », et cette connaissance de la validité est, souvent, distincte d'une connaissance de la valeur :

*« Le goût est une disposition acquise à « différencier » et « apprécier », comme dit Kant, ou, si l'on préfère, à établir ou à marquer des différences par une opération de distinction qui n'est pas (ou pas nécessairement) une connaissance distincte, au sens de Leibniz, puisqu'elle assure la reconnaissance (au sens ordinaire) de l'objet sans impliquer la connaissance des traits distinctifs qui le définissent en propre. »*¹³³

Le goût bourgeois est donc quelque peu mis à mal par l'événement de la démocratisation sur Internet, de l'accès à la culture et de l'accès au classement. Autonomisée de la position sociale, la consommation culturelle est marquée par une universalisation accrue qui renforce le rôle du classement et d'influence des interlocuteurs de référence.

¹³³ *Ibid.*, p. 543.

« ... the melancholy to realize how much of anyone's memory is no true memory at all but only the traces of someone else's memory, stories handed down on the family network. »

« They will have lost the real past and gained a manufactured one, and there will be no way for them to know, no way at all, why [what is is what it is.] »

Joan Didion, *Slouching Towards Bethlehem*.¹³⁴

II. Le classement, une reconfiguration du réel.

Le classement n'est donc pas neutre. S'il exprime de manière inconsciente un habitus de classe, si le goût est le reflet des conditions économiques objectives, de la classe sociale, il peut désormais être manipulé, utilisé dans des processus artificiels de construction de son image, de projection de son identité par le truchement des réseaux sociaux, qui favorisent cette conception de l'identité perçue comme une agrégation mémorielle. Derrière l'apparence objective, inconsciente, matérielle du classement comme organisation du monde déduite des conditions objectives de la réalité, la prétention inhérente du classement à l'universalité est mise à l'épreuve de manière strictement pragmatique. S'il est représentatif, le classement n'a rien d'universel.

A. L'universalité du classement mise à mal par les faits.

Etudiant divers classements, soit dans deux versions datant de périodes différentes, soit en comparant plusieurs classements ayant le même objet d'étude, force est de constater que la relativité est parfois plus importante que l'universalité : certains classements, par leurs lacunes et leurs défauts, nuisent à leur propre prétention à l'universalité. Nous verrons, en mettant en regard les classements des 250 meilleurs films d'IMDB, tout ce qu'un classement doit à l'époque qui le produit. Jusqu'à, peut-être, en perdre sa finalité.

a. Le cas d'IMDB : une vérité historique très fluctuante.

L'étude du classement d'IMDB, la base de données du cinéma, est particulièrement instructive. En comparant deux versions de son Top 250 des meilleurs films (annexes 1 et 2), celle relevée le 12 juillet 2015¹³⁵, et celle archivée par Vodkaster dans sa *Movie Map*¹³⁶,

¹³⁴ DIDION, Joan. *Slouching Towards Bethlehem*. New York : Farrar, Straus and Giroux, 1968, p. 131-138.

¹³⁵ *Top 250 d'IMDB*. IMDB.

on peut s'apercevoir des fluctuations de l'histoire, et constater comment, à « *chaque époque, la "réalité" est constituée par un ensemble historique que les indicateurs contribuent à constituer et à durcir, et non simplement à refléter* », comme l'écrit Alain Desrosières¹³⁷.

L'analyse strictement méta de ces deux versions du classement est intéressante par ce qu'elle nous enseigne sur sa structure et son organisation. En outre, nous ne nous pencherons pas sur la composition de ces classements, sur le jugement de leurs favoris ou de leurs grands absents, qui seraient de l'ordre du subjectif.

Commençons par analyser le nombre de films pour chaque décennie présent dans ces classements.

Décennie	Classement de 2009	Classement de 2005
1920	7	4
1930	15	7
1940	25	15
1950	36	30
1960	27	22
1970	24	21
1980	25	29
1990	36	42
2000	55	50
2010	/	30

Dans les deux versions du classement, la dernière décennie est la plus représentée. L'on constate aisément que toutes les décennies, (sauf 1990, une variation que l'on peut imputer à un accès de nostalgie avec notamment les entrées de *La Belle et la Bête*, du *Truman Show* et *Jurassic Park* dans le classement), ont subi une réévaluation à la baisse de leur contribution au patrimoine cinématographique de l'humanité, au profit des dernières années et de leur production dont l'impact est pourtant, par définition, plus compliqué à évaluer.

Cela témoigne d'une habitude de favoriser l'histoire récente plutôt que le patrimoine. Il s'agit, en partie, d'une question de disponibilité de ces œuvres, ainsi que d'audience du site, puisque la présence de *Star Wars*, *Indiana Jones* et le *Seigneur des Anneaux* au sommet du palmarès dessine le portrait archétypique d'un « geek », mais l'analyse des disparités des deux positions d'une même œuvre entre 2009 et 2015 est elle aussi riche d'enseignements.

¹³⁶ HONNORAT, David. *Movie Map de Vodkaster basée sur le classement IDMB au 19 juin 2009*. Vodkaster.

¹³⁷ DESROSIÈRES, Alain. *L'Argument statistique. Pour une sociologie historique de la quantification*. Paris : Presses de l'école des Mines, 2008.

En effet, puisqu'il s'agit des « *meilleurs films de tous les temps* », toute différence importante est significative, décuplée et apparaît, soit comme une correction brutale d'une erreur d'appréciation, ou comme la marque de biais en faveur de certains films, que l'on peut supposer particulièrement populaires auprès de l'audience votant pour ces classements. Nous ne retiendrons, pour l'analyse, que les variations significatives, concernant, soit le top 20, soit des mouvements d'au moins vingt places.

Film	Position en 2009	Position en 2015
Fight Club	22	10
Casablanca	11	30
La Mort aux trousses	30	67
Memento	29	44
Citizen Kane	33	66
La vie est belle	87	26
Retour vers le futur	97	48
Gladiator	116	46
Là-Haut	18	114
Scarface	171	112
American Beauty	37	63
Taxi Driver	38	82
Lawrence d'Arabie	40	86
Forrest Gump	43	13
Du Silence et des Ombres	48	84
Orange Mécanique	50	80
Les Trésors de la Sierra Madre	51	104
Le Troisième Homme	54	107
Chinatown	57	118
Le Voyage de Chihiro	60	33
Slumdog Millionnaire	63	/
Gran Torino	77	143
Elephant Man	86	138
Star Trek	94	/
Sin City	98	190
The Wrestler	101	/
Braveheart	103	79
Les Enchaînés	117	226
Old Boy	120	69
Snatch	156	94
Le Lauréat	158	248
Ratatouille	162	/
Le Roi Lion	170	54
L'Etrange Histoire de Benjamin Button	184	/
Un Tramway nommé désir	207	/
La Corde	215	/
L'Echange	219	/

S'il n'est évidemment pas surprenant, étant donné le turnover important de ce classement (67 nouveaux entrants, soit un renouvellement de 26,8% des films), que les 50 derniers films se retrouvent expulsés, on pourrait s'étonner que *La Corde*, par sa prouesse technique, ou un *Tramway nommé désir*, pour son impact moral et culturel, ne fassent plus partie des longs-métrages distingués. Plus intéressants à étudier sont les erreurs de castings, les films propulsés dans ce classement avant d'y dégringoler – ou, plus parlant encore, de s'en faire expulser. On peut situer le flottement « normal », « moyen », d'un film entre deux classements aux environs d'une cinquantaine de places. Avec 67 nouveaux films, les variations subies par *Les Trésors de la Sierra Madre*, *Le Troisième Homme*, *Taxi Driver*, *Chinatown* ou *Lawrence d'Arabie* sont moins des réévaluations de leur valeur qu'un simple jeu de déplacement naturel provoqué par l'afflux de nouveaux films, dont le simple mouvement discrédite le classement comme un indicateur universel. En revanche, les dégringolades de *Là-haut* (-96 places, depuis la 18^{ème}), de *Gran Torino* (-66 places) ou encore *Sin City* (-102), et surtout les exclusions de *Slumdog Millionnaire* (depuis la 60^{ème} position), de *Star Trek* (94^{ème} en 2009), de *The Wrestler* (101^{ème}), ou de *Ratatouille* (162^{ème}), témoignent bien de la surévaluation de leur place dans le classement.

Le point commun de tous ces films étant, sans surprise, qu'ils étaient récents au moment de l'élaboration de ce classement : *Sin City* datait de 2005, et *Ratatouille* de 2007, mais tous les autres étaient sortis entre 2008 et 2009.

Un classement comme celui d'IMDB est donc particulièrement représentatif d'un moment de l'histoire. Le palmarès d'IMDB a, comme le disait Thibault Baubias à propos de celui des musées, « la capacité de réinventer sans cesse sa propre fonction. Il s'actualise chaque année et s'adapte aux préoccupations et aux attentes du moment. Comme tout dispositif, il survit à l'intentionnalité et aux visions qui ont présidé à sa mise en place »¹³⁸. Il est « braconné », au sens de De Certeau, par les utilisateurs. Il doit le portrait qu'il peint à l'époque à laquelle il est dessiné, et, l'importance des ajustements dont il fait l'objet permet de douter de la pertinence de la représentation, de la hiérarchie qu'il impose aux long-métrages. On y voit se mettre à jour un processus de construction du sens, de la valeur de la consommation culturelle à l'instant où elle est consommée, plutôt que rétrospectivement : « la consommation des biens suppose sans doute toujours, à des degrés différents selon les biens et selon les consommateurs, un travail d'appropriation ; ou plus exactement, que le

¹³⁸ BAUBIAS, Thibaut. *La médiatisation du Palmarès des musées de France : dispositif, légitimité et registres de valeurs*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015, p. 179.

consommateur contribue à produire le produit qu'il consomme au prix d'un travail de repérage et de déchiffrement qui, dans le cas de l'œuvre d'art, peut constituer le tout de la consommation et des satisfactions qu'elle procure et qui demande du temps et des dispositions acquises avec le temps. »¹³⁹ Les consommateurs s'emploient, en somme, à produire du sens, à consacrer leurs choix, à donner de la valeur aux œuvres culturelles dans un processus de légitimation, à leur attribuer une note positive – voire surévaluée, pour donner du sens à leurs choix.

Cela se donne particulièrement à voir dans les nouveaux entrants du classement IMDB :

Film	Année	Position
Inception	2011	14
Interstellar	2014	29
Intouchables	2011	38
Whiplash	2014	40
Vice-versa	2015	49
Django Unchained	2012	59
The Dark Knight Rises	2012	61
Toy Story 3	2010	76
Mad Max: Fury Road	2015	85
Inglourious Basterds	2009	103
Une Séparation	2011	105
3 Idiots	2009	115
La chasse	2012	120
Mon voisin Totoro	1988	128
Vivre/Ikiru	1952	129
Dans ses yeux	2009	136
Le Loup de Wall Street	2013	140
Le Château ambulat	2004	141
Warrior	2011	142
Un homme d'exception	2001	150
Dragons	2010	151
Gone Girl	2014	156
Rush	2013	159
Mary et Max	2009	163
Incendies	2010	168
Les 400 coups	1959	176
12 Years a Slave	2013	177
Persona	1966	179
Le Grand Budapest Hotel	2014	182
Au nom du père	1993	184

¹³⁹ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 110.

Hachi	2008	188
Nausicaa de la Vallée du Vent	1984	191
Stalker	1979	192
Shutter Island	2010	193
Avengers	2012	201
Le Château de l'Araignée	1957	202
Before Sunrise	1995	203
Jurassic Park	1993	205
Les nouveaux sauvages	2014	207
Infernal Affairs	2002	208
Les Gardiens de la Galaxie	2014	209
Fanny et Alexandre	1982	210
Memories of murder	2003	214
Monstres et compagnie	2011	215
Harry Potter et les reliques de la mort 2	2011	216
Barry Lyndon	1975	218
The Truman Show	1998	221
Le discours d'un roi	2010	222
Imitation Game	2014	223
Ip Man	2008	224
La Haine	1995	225
Pour une poignée de dollars	1964	227
Pirates des Caraïbes	2003	228
Le Château dans le ciel	1986	230
La Couleur des sentiments	2011	232
Prisoners	2013	233
Printemps, été, automne, hiver... et printemps	2003	236
Underground	1995	237
X-Men : Days of future past	2014	238
Le Samourai	1967	239
La belle et la bête	1991	241
Before Sunset	2004	242
Papillon	1973	242
Trois couleurs : Rouge	1994	244
Lagaan	2001	247
Akira	1988	250

Parmi ces nouveautés, on ne compte aucun film antérieur à 1950, trois films de cette décennie, trois de chacune des deux suivantes, 5 des années 1980, 8 des années 90, 14 des années 2000, et 30 des années 2010, 30 pour cinq années dont le classement IMDB retient, entre autres, *X-Men*, *Rush* et *Avengers*. Le classement IMDB marque ainsi sa tendance à favoriser l'émergence de films récents. Cela s'expliquerait peut-être, nous en

émettions l'hypothèse plus haut, par la différence de disponibilité entre les œuvres actuelles et celles des époques précédentes, biaisant fortement notre connaissance de l'histoire de la création. Cela étant dit, nous retenons de l'analyse de ce classement la difficulté d'en faire un instrument d'analyse fiable, étant donné la subjectivité qu'il exprime, et la marque qu'imprime, sur les choix des utilisateurs, la période qu'ils sont en train de vivre : au cœur de processus de légitimation de leurs goûts, mais aussi de l'ère au cœur de laquelle ils vivent, ils exprimeraient une tendance psychologique à faire du monde dans lequel ils vivent, un âge d'or, encensé, mais dont il faudrait le passage des années pour mieux en évaluer la portée. Cette réévaluation est entamée de manière permanente, dans une visée de distinction, les films encensés et populaires, comme *Ratatouille*, perdant leur place au profit de nouveautés, d'objets plus nobles, moins diffusés :

« les luttes dont l'enjeu est tout ce qui, dans le monde social, est de l'ordre de la croyance, du crédit et du discrédit, de la perception et de l'appréciation, de la connaissance et de la reconnaissance, nom, renom, prestige, honneur, gloire, autorité, tout ce qui fait le pouvoir symbolique comme pouvoir reconnu, ne concernent jamais que les détenteurs « distingués » et les prétendants « prétentieux ». reconnaissance de la distinction qui s'affirme dans l'effort pour se l'approprier, fût-ce sous les espèces illusoires du bluff ou du simili, et pour se démarquer par rapport à ceux qui en sont dépourvus, la prétention inspire l'acquisition, par soi banalisante, des propriétés jusque là les plus distinctives, et contribue par là à soutenir continûment la tension du marché des biens symboliques, contraignant les détenteurs des propriétés distinctives menacées de divulgation et de vulgarisation à recherche indéfiniment dans de nouvelles propriétés l'affirmation de leur rareté. La demande qui s'engendre continûment dans cette dialectique est par définition inépuisable puisque les besoins dominés qui la constituent doivent se redéfinir indéfiniment par rapport à une distinction qui se définit toujours négativement par rapport à eux. »¹⁴⁰

b. Différents cinémas, différents classements.

Outre le classement IMDB, plusieurs autres institutions font références en matière de patrimoine cinématographique. Metacritic¹⁴¹ est un site américain qui agrège les critiques de nombreux objets culturels pour rendre compte de leur position globale dans l'espace culturel.

¹⁴⁰ *Ibid.*, p. 281.

¹⁴¹ ANONYME. *Metacritic, l'autre agence de notation*. Gamekult.

Rotten Tomatoes¹⁴² fonctionne lui aussi comme un agrégateur de critiques professionnelles. Enfin, le sondage de Sight & Sound¹⁴³, considéré comme la référence professionnelle en la matière, est effectué tous les dix ans auprès des professionnels du cinéma.

Comparons, pour mettre à l'épreuve leur prétention à l'universalité, les Top 20 de toutes ces institutions¹⁴⁴ (voir annexes 3, 4, et 5):

Rotten Tomatoes	IMDB	Metacritic	Sight & Sound
Le Magicien d'Oz	Les Evadés	Boyhood	Sueurs froides
Le troisième homme	Le Parrain	Le Labyrinthe de Pan	Citizen Kane
Citizen Kane	Le Parrain II	Carol	Voyage à Tokyo
Eve	The Dark Knight	Hoop dreams	La règle du jeu
4 Garçons dans le vent	Pulp Fiction	4 mois, 3 semaines, 2 jours	L'Aurore
Le Cabinet du docteur Caligari	Douze Hommes en colère	12 Years a Slave	2001 : l'Odyssée de l'espace
Les temps modernes	La liste de Schindler	Docteur Folamour	La Prisonnière du désert
Le Parrain	Le Bon, la brute et le truand	Ratatouille	L'homme à la caméra
E.T. l'extraterrestre	Le Seigneur des anneaux (Le retour du roi)	Gravity	La Passion de Jeanne d'Arc
Metropolis	Fight Club	The Social Network	Huit et demi
Chantons sous la pluie	Le Seigneur des anneaux (La communauté de l'anneau)	Zero dark thirty	Le cuirassé Potemkine
Mad Max Fury Road	Star Wars V	Une Séparation	Atalante
Laura	Forrest Gump	Before midnight	A Bout de souffle
New York-Miami	Inception	Un crime dans la tête	Apocalypse Now
Robin des bois	Vol au dessus-d'un nid de coucou	Le voyage de Chihiro	Printemps Tardif
Répulsion	Le Seigneur des anneaux (Les deux tours)	Pulp Fiction	Au hasard Balthazard
La mort aux trousses	Les Affranchis	Killer of sheep	Les Sept Samourais

¹⁴² CHILD, Ben. *Hollywood needs to change its game in the age of Rotten Tomatoes*. Guardian.

¹⁴³ CHRISTIE, Ian. *The 50 Greatest films of all time*. BFI.

¹⁴⁴ *Top 100 movies of all time*. Rotten Tomatoes - *Best movies of all time*. Metacritic - *The top 50 Greatest films of all time*. Sight & Sound.

King Kong	Matrix	Mr Turner	Persona
Boyhood	Star Wars IV	Démineurs	Le Miroir
Vice-versa	Les Sept Samouraïs	Wall-E	Chantons sous la pluie

La conclusion en est assez éloquent : ces quatre classements, ayant tous la même prétention à ordonner le monde, à atteindre un jugement universel sur les œuvres cinématographiques les plus importantes de notre temps, sont incapables de parvenir à un accord. Seuls cinq films sont cités par deux classements différents : *Boyhood*, *Citizen Kane*, *Pulp Fiction*, *Le Parrain*, et *Les Sept Samouraïs*. Ce dont on pourrait déduire, étant donné que son classement partage trois films avec les autres, que celui de Rotten Tomatoes est le classement le plus universel de la liste : mais la conclusion reste inchangée. Aucun de ces classements, confronté à la subjectivité des autres manières d'ordonner le monde, ne peut imposer la sienne, alors même que certains d'entre eux partagent une même méthodologie de base. Subjectif, personnel, le classement entre, forcément, en contradiction violente avec les opinions d'un ou plusieurs de ses récepteurs. On imagine sans mal la réaction de Joan Didion, découvrant, dans ces classements, les positions du *Train sifflera trois fois*, de *Docteur Folamour*, ou des films de *Federico Fellini* et d'*Ingmar Bergman*, au sujet desquels elle écrivait :

« *Carl Foreman, who, before he was given a chance to put his personal fantasies on film, worked on some very good (of their type) movies – High Noon.* »

« *Kubrick's Dr. Strangelove, which did have a little style, was scarcely a picture of relentless originality ; rarely have we seen so much made over so little. (...) And what not. Dr. Stangelove was essentially a one-line gag, having to do with the difference between all other wars and nuclear war.* »

« *Federico Fellini and Ingmar Bergman share a stunning visual intelligence and a numbingly banal view of human experience.* »¹⁴⁵

Tout classement, donc, est un processus de légitimation d'une version de l'histoire : on le voit bien avec les différentes versions du sondage Sight & Sound, et des désaccords entre critiques et réalisateurs : *Le Voleur de Bicyclette*, présent à la première, septième et sixième

¹⁴⁵ « *Carl Foreman, qui, avant qu'il lui soit donné la chance d'inscrire ses fantasmes personnels sur pellicule, a travaillé sur certains très bons (dans leur genre) films – comme Le Train Sifflera Trois fois* » « *Docteur Folamour, qui avait un peu de style, était à peine un film d'une incessante originalité ; rarement a-t-on vu autant de bruit fait autour de si peu. (...) Et le reste, Docteur Folamour était en substance un gag d'une ligne, qui tenait à la différence entre toutes les guerres et la guerre nucléaire* ». « *Federico Fellini et Ingmar Bergman ont en commun une intelligence visuelle éblouissante et une vision extrêmement banale de l'expérience humaine.* ». DIDION, Joan. *Op. cit.*, p. 116-118.

place en 1952, 1962 et 2002 a disparu du classement des critiques en 2012, pour toutefois atteindre la dixième de celui des réalisateurs. *Sueurs froides*, nouveau lauréat des critiques en 2012, n'est que septième des films préférés des réalisateurs, et plus éloquent encore, *La Règle du Jeu* est le seul film à avoir toujours été cité par les critiques, mais n'est apparu qu'une fois chez les réalisateurs, en 2002.

Chaque classement est donc au service d'une vision de l'histoire, d'une conception de la création artistique, de ses réseaux, de l'importance relative des œuvres. Celle de l'influence, des classiques et des monuments pour Sight & Sound, celle des succès critiques chez Metacritic, qui laisse une grande place aux films récompensés dans les différences cérémonies de festival et de trophées en tous genres. Comme le soulignait Barthes, ces classements expriment une violence dans l'imposition d'une subjectivité autre, qu'elle soit démocratique, légitimée par un statut professionnel, ou un mélange des deux. Le discours de l'histoire, « *arrogant parce qu'il retient et ce qu'il oublie* », la stase de la culture qui « *s'immobilise sous le regard fasciné du classeur* »¹⁴⁶ est une violence qui tente de s'imposer à qui est en désaccord.

c. Le classement, une lutte pour la consécration d'icônes.

La musique non plus n'est pas étrangère à ces luttes, loin s'en faut. Nous nous en tiendrons à une analyse plus condensée, mais le fond en est le même : la musique, comme tout art, tient de ce que Bertold Brecht appelait « *l'émotion intellectuelle* », « *cet effet de distance et de réflexivité propre au moderne* ». Son classement, est ordonnancement du monde, mais aussi constitution, construction d'œuvres iconiques, « *représentatives d'un moment* », que l'on distingue car elles sont « *nodales, charnières, susceptibles d'éclairer l'histoire d'un artiste ou d'un mouvement, comme ses « environs immédiats » - son « avant » et son « après », ses « à-côtés* ». »¹⁴⁷

Il s'agit d'une conclusion immédiate lorsque l'on compare deux opinions radicalement opposées : par exemple, la réponse de Chris Cantalini, influent blogueur de Gorilla VS Bear à Pitchfork lors de la publication de leur critique de *My Beautiful Dark Twisted Fantasy*, gratifié d'un 10.0 : « *@ryanpitchfork dude, but...what about the rapping* »¹⁴⁸. Soit, assez clairement, l'expression de la perception qu'il s'agissait d'un mauvais disque de hip hop, la catégorie à laquelle il appartient. Ou encore, la flagrante différence entre l'opinion de

¹⁴⁶ BARTHES, Roland. *Op. cit.*, p. 201-210.

¹⁴⁷ BLISTÈNE, Bernard. *Moderne !*. Code Couleur, n°22, p. 27.

¹⁴⁸ « Mec, mais... on parle pas de sa manière de rapper » ANONYME. *The 15 most significant Pitchfork reviews*. Dummy Mag.

Resident Advisor et de Pitchfork, au sujet de l'album *In Colour* de Jamie XX, noté 2,6/5 chez les premiers, 9,3 par les seconds – leur note la plus élevée de l'année. Ces derniers l'ont appelé : « *the dazzling culmination of Jamie xx's last six years of work, gathering up elements of everything he's done* »¹⁴⁹. Ce qui n'a pas été l'avis de Resident Advisor, qui assène :

« *Smith assembles his tracks like he's using a checklist, putting familiar elements together without seeming to understand what makes them work. His rave tributes are the equivalent of a Hallmark greeting card blaring out tiny versions of classic rock songs. (...) What we're left with is an uneven album that's rarely as profound or as meaningful as it tries to be. In Colour's core thread of raver nostalgia simply dissolves on contact. If he had anything enlightening or unique to add to his misty-eyed tributes, it'd be different, but he seems content to slip out a stream of clichés and call it a day. I've always viewed Smith as an artist who, instead of adding to the dialogue, repackages what's already been said in a simpler way.* »¹⁵⁰

Ces différences, rarement aussi violentes, posent la question du sens de l'universalité du succès, de la perception, de l'impossibilité d'un accord, et de la mise en service de la critique, pour soutenir l'image et le positionnement d'une institution critique.

On le constate une fois encore en comparant deux versions d'un exercice particulièrement prisé des critiques, le classement rétrospectif décennal, celui des Inrockuptibles¹⁵¹, et celui de Pitchfork¹⁵², pour les années 2000.

Cette comparaison nous renseigne sur la manière dont sont constitués ces classements : on y retrouve des éléments indiscutables, dont la présence est inévitable mais la position négociable, et autour, des artistes et des œuvres dont le choix de les positionner à telle ou telle place est de l'ordre de la stratégie éditoriale, de la fidélité à ses prises de positions passées, à l'ordonnancement de l'univers qu'un medium défend. On le constate particulièrement lors des désaccords sur le disque « *majeur* » d'un même artiste, comme ici,

¹⁴⁹ « *L'éblouissante culmination des six dernières années du travail de Jamie xx, rassemblant des éléments de tout ce qu'il a fait.* » RICHARDSON, Mark. *Jamie xx In Colour*. Pitchfork.

¹⁵⁰ *apparemment comprendre ce qui les fait marcher. Ses hommages à la rave sont l'équivalent d'une carte de vœux audio beuglant des reprises minimales de classiques du rock. (...) Ce qui reste est un album inégal qui est rarement aussi profond ou significatif qu'il essaie de l'être. Le noyau de nostalgie d'In Colour se dissout simplement. S'il avait quoi que ce soit d'illuminant ou d'unique à ajouter à ces hommages aux yeux mouillés, cela serait différent, mais il a l'air de se contenter de sortir un flot de clichés et d'en rester là. J'ai toujours vu Smith comme un artiste qui, au lieu d'ajouter sa voix au dialogue, reprend ce qui a été dit en le simplifiant.* » RYCE, Andrew. *Jamie XX – In Colour*. Resident Advisor.

¹⁵¹ *Les 100 meilleurs albums des années 2000*. Les Inrocks2. Hors-série, 2010.

¹⁵² *P2K : The decade in music. The Top 200 albums of the 2000s*. Pitchfork.

LCD Soundsystem ou The White Stripes, ou la distinction d'un artiste un peu plus « *underground* », qui de mettre en exergue Sigur Ros, qui de célébrer Midlake. (Voir annexe 6)

Pitchfork	Les Inrockuptibles
Radiohead - Kid A	Arcade Fire - Funeral
Arcade Fire - Funeral	The Strokes - Is This It
Daft Punk - Discovery	Radiohead - Kid A
Wilco - Yankee Hotel Foxtrot	The Libertines - Up the Bracket
Jay-Z - The Blueprint	LCD Soundsystem - LCD Soundsystem
Modest Mouse - The Moon & Antarctica	The White Stripes - Elephant
The Strokes - Is This It	Blur - Think Tank
Sigur Ros - Ágætis Byrjun	Sufjan Stevens - Illinois
Panda Bear - Person Pitch	OutKast - Stankonia
The Avalanches - Since I Left You	TV On The Radio - Dear Science
Ghostface Killah - Supreme Clientele	Daft Punk - Discovery
The White Stripes - White Blood Cells	Arctic Monkeys - Whatever...
OutKast - Stankonia	Jay-Z - The Blueprint
Animal Collective - Merriweather Post Pavilion	Gorillaz - Gorillaz
The Knife - Silent Shout	Johnny Cash - America III
Sufjan Stevens - Illinois	The Streets - Original Pirate Material
LCD Soundsystem - Sound of Silver	Midlake - The Trials...
Kanye West - Late Registration	Air - 10 000 Hz Legend
Spoon - Kill The Moonlight	Eminem - The Marshall Mathers LP
Interpol - Turn on the Bright Lights	Godspeed You Black Emperor - Lift Your Skinny Fists

Mais pour que cette étude soit complète, il faut aussi comparer l'opinion de Pitchfork, site dont, on l'a dit, les archives sont les plus complètes, avec les siennes. En mettant en regard le classement final de la décennie, et les positions de chacun des disques distingués dans le classement annuel de leur année respective (annexe 6), on constate plusieurs « *anomalies* » : Daft Punk, Jay-Z, Ghostface Killah et Outkast n'étaient pas classés lors de leur sortie, l'album de The Strokes et celui des White Stripes n'étaient respectivement que 15 et 8èmes de leurs années de sorties, quand les autres disques distingués faisaient partie des tous meilleurs de leur époque. « *Comme le constate Cushing Richardson, la différence [entre la classification naturelle et les classifications « humaines »] tient au fait que les classifications artificielles intègrent généralement des objectifs ou intentions d'utilisations*

»¹⁵³. D'où l'on en déduit deux choses, qui seront la colonne vertébrale de la suite de notre étude : en insérant, de manière « *artificielle* », des genres qu'il ignorait auparavant, Pitchfork met l'emphase, à son insu, sur l'importance de la méthodologie du classement – et, en corrigeant ses erreurs ou oublis passés, la réversibilité bibliographique mise en œuvre par Pitchfork contribue au mythe d'une infaillibilité qui entretient sa légitimation.

Radiohead - Kid A	1er en 2000
Arcade Fire - Funeral	1er en 2004
Daft Punk - Discovery	Non classé
Wilco - Yankee Hotel Foxtrot	2ème en 2002
Jay-Z - The Blueprint	Non classé
Modest Mouse - The Moon & Antarctica	3ème en 2000
The Strokes - Is This It	15ème en 2001
Sigur Ros - Agaetis Byrjun	2ème en 2000
Panda Bear - Person Pitch	1er en 2007
The Avalanches - Since I Left You	3ème en 2001
Ghostface Killah - Supreme Clientele	Non classé
The White Stripes - White Blood Cells	8ème en 2001
OutKast - Stankonia	Non classé
Animal Collective - Merriweather Post Pavilion	1er en 2009
The Knife - Silent Shout	1er en 2006
Sufjan Stevens - Illinois	1er en 2005
LCD Soundsystem - Sound of Silver	2ème en 2007
Kanye West - Late Registration	2nd en 2005
Spoon - Kill The Moonlight	6ème en 2002
Interpol - Turn on the Bright Lights	1er en 2002

B. Le classement est un construit social.

Si le classement est artificiel, c'est qu'il est construit – une tautologie qui met néanmoins l'emphase sur l'importance de la méthodologie dans son élaboration. Nous devons aussi nous pencher sur la construction de l'universalité dans le classement et les biais naturels de ses créateurs qui l'infusent.

a. Des méthodologies influentes.

¹⁵³ OLSON, Hope, BEAK, Jihee & CHOI, Inkyung. *Le naturel est artificiel : l'héritage de la scientia scientiarum*. In : In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 41.

Analysons une fois encore nos classements cinématographiques. Metacritic, IMDB et Rotten Tomatoes ont trois manières différentes de classer les films :

Sur Metacritic, l'équipe du site convertit chaque critique en un pourcentage selon une échelle décidée par le site, avant de le pondérer selon la stature, ou la célébrité du critique. Le poids assigné à chaque medium et critique n'est pas communiqué.¹⁵⁴

L'équipe de Rotten Tomatoes a pour charge de collecter les critiques en ligne de critiques qui sont certifiés par certaines guildes d'écriture ou des associations de critiques de film. Pour devenir membre des critiques du site, les critiques d'un professionnel doivent recueillir un nombre spécifique de « *likes* » par les utilisateurs. Les « *Top critics* » travaillent généralement pour un journal majeur. Les critiques sont ensuite placées dans deux catégories « *fresh* » et « *rotten* », selon qu'elles sont positives ou négatives. A moins de 60% d'opinions positives, un film devient « *rotten* ». Le site présente une liste des critiques des professionnels, ainsi que les résultats de leur agrégation, selon un classement particulier. Enfin, un sceau, l'appellation « *Certified fresh* » a été instauré pour distinguer les films à au moins 75% d'opinions positives et au moins 40 critiques, dont cinq de « *Top critics* »).¹⁵⁵

Ces différentes méthodologies naissent de la nécessité, vue en première partie, de faire sens du donné, d'ordonner le monde. Cela nécessite une méthodologie, une méthode unique car chaque medium possède son mode et son échelle de notation : certains notent sur cinq, sur quatre, sur cents, alphabétiquement, ou avec des « *Ulysse* », voire n'expriment leur appréciation que verbalement. « *Il ne faut donc pas méconnaître les biais associés à une telle démarche. Chaque démarche de classement est le résultat d'une forme de réduction, réalisée selon une série d'objectifs et de critères dûment choisis. Il s'agit bien d'une opération de traduction. (...) Les classifications imposent un certain ordre du monde, circonscrivent un regard dans un contexte social, culturel.* »¹⁵⁶

Chez IMDB, le problème est autre : strictement anonyme, le site déduit son classement de la note sur 10, attribuée par les utilisateurs. Les disparités, nombreuses et éloquentes peuvent questionner la validité, la représentativité d'un classement élaboré sans seuil numérique d'un minimum de votants pour rendre l'évaluation plus objective : ainsi, *Prisoners* a été noté par 317,664 utilisateurs, tandis que *Trois couleurs : Rouge* n'a réuni que 58,076 votants. De

¹⁵⁴ ANONYME. *Metacritic, l'autre agence de notation*. Gamekult.

¹⁵⁵ CHILD, Ben. *Op. cit.*

¹⁵⁶ PINEDE, Nathalie & REYMOND, David. *Classer les sites web organisationnels. Une approche taxonomique des liens hypertextes*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler, p. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 187.

même, *Imitation Game* a été noté par 334,029 utilisateurs, et *La Haine* par 91,697. *Fanny et Alexandre*, a été évalué 38,378 fois, et le *Truman Show* 588,478. Si leurs notes moyennes sont identiques, cela pose néanmoins question de la représentativité – on peut supposer les 59000 cinéphiles amateurs de Krzysztof Kieslowski plus éclairés que les spectateurs d'*Imitation Game*, mais l'on ne connaît pas les intersections entre les deux publics, l'on manque d'une composante sociologique garante de la représentativité, car « *le nombre d'avis construit la valeur de crédibilité de la note globale* »¹⁵⁷. Par ailleurs, la diversité sociologique pose aussi un problème de valeur de la note, puisque « *le schisme culturel qui associe chaque classe d'œuvres à son public fait qu'il n'est pas facile d'obtenir un jugement réellement senti des membres des classes populaires sur les recherches de l'art moderne.* »¹⁵⁸ Lissant, par l'anonymat, tout le monde au statut de l'amateur, ce classement pose question par les biais que recouvre son intention de neutralité et d'égalité des utilisateurs. Comme l'écrivent Camille Alloing et Christian Marcon, posant une question rhétorique :

« *La problématique du choix des évaluateurs se pose ensuite. S'agit-il d'experts, ayant autorité pour formuler un jugement collégial ? S'agit-il d'individus exprimant chacun un avis, dont l'accumulation finit par former une évaluation qualitative collective, à l'exemple des avis formulés sur des sites tel Tripadvisor qui recense les avis d'usagers d'hôtels ? S'agit-il au contraire de classements ou de valeurs numériques établis à partir de critères quantitatifs et dont le calcul concret est confié à un automate programmé ? Un tel choix peut-il être neutre et objectif ?* »¹⁵⁹

Aucun classement n'est donc neutre : tout classement est élaboré lui même à travers un classement de critères, de sources, de médiations.

« *Tout classement, tout ordre parmi les choses n'existe qu'à travers la grille d'un regard, d'une attention, d'un langage (Foucault, 1966). Classer, c'est accorder ou non une priorité à un objet, à un terme, c'est établir des hiérarchies, ce qui exprime un pouvoir sur les choses. Si en apparence la mise en ordre du monde a un caractère empirique et peut relever d'une justification utilitariste, renvoyant à de la méthodologie, elle demande l'application de critères, préalablement définis, appuyés sur de ressemblances, ces différences, des variations. En ce sens, il n'y a pas de*

¹⁵⁷ BERTIN, Erik & GRANIER, Jean-Maxence. *Op. cit.*, p. 125.

¹⁵⁸ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 34.

¹⁵⁹ ALLOING, Camille & MARCON, Christian. *Quelle(s) perception(s) des classements de blogs par leurs auteurs ? Le cas Wikio*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015, p. 54.

classement neutre, toute distinction résulte de l'application de choix préalables. Le découpage du réel, loin d'être une donnée de la réalité, comporte une part de construction, sous-tendue par une représentation des éléments à ordonner. »¹⁶⁰

Il est important de considérer cette étape méthodologique, car « *prendre au sérieux la dimension instrumentale de l'évaluation en proposant une entrée par les instruments éloigne d'une évaluation conçue et vécue comme une appréciation immédiate, spontanée et purement subjective ou privée, pour embrasser celle-ci par les médiations et le maillage intersubjectif qu'elle implique.* »¹⁶¹. Pas d'évaluation, pas de classement sans jugement – une notion loin d'être immanente : elle « *réfère à des valeurs, qui sont inscrites dans un système, social, politique, humain* »¹⁶², ou dans une institution, et dans ses méthodes.

Et, sur ce point, rien n'est plus révélateur que l'analyse conduite par Vincent Glad du classement des 50 meilleurs disques de 2007 des Inrockuptibles, qui, écrit-il, « *une fois de plus (...), ne rassemble que les déçus* »¹⁶³. Pour comprendre pourquoi, et mettre à jour « *les rapports de force au sein de la rédaction* », Vincent Glad a analysé les listes de chaque critique et ses conclusions soulèvent des questions, puisqu'il assimile l'élection, non « *à un vote démocratique* » mais à « *une élection à la russe* ».

Classement « officiel »	Classement « réel »
LCD Soundsystem - Sound of Silver	LCD Soundsystem - Sound of Silver (8 votes)
Justice - Cross	PJ Harvey - White Chalk (8 votes)
Loney Dear – Loney, Noir / Sologne	Animal Collective - Strawberry Jam (6 votes)
Animal Collective – Strawberry Jam	Panda Bear – Person Pitch (6 votes)
Klaxons – Myths of the near future	Loney Dear, Loney, Noir (5 votes)
Kanye West – Graduation	Burial – Untrue (4 votes)
PJ Harvey – White Chalk	The Coral – Roots & Echoes (4 votes)
Patrick Watson – Close to Paradise	Robert Wyatt – Comicopera (4 votes)
Alela Diane – The Pirate's Gospel	Beirut – The Flying Cup Club (4 votes)
M.I.A. - Kala	Neil Young – Chrome Dreams II (4 votes)
/	Radiohead – In Rainbows (4 votes)
/	Alela Diane – The Pirate's Gospel (4 votes)
/	Gossip – Standing in the way of control (4 votes)

Une fois encore, le constat est assez éloquent : « *signalons juste que les albums de Justice et Klaxons n'ont recueilli chacun que... trois votes. Quant à Kanye West, il s'est péniblement*

¹⁶⁰ MAURY, Yolande. *Op. cit.*, p. 24.

¹⁶¹ BOUCHARD, Julie. *La médiatisation de l'évaluation et les flux de valeurs. Op. cit.*, p. 11.

¹⁶² ALLOING, Camille & MARCON, Christian. *Op. cit.*, p. 53.

¹⁶³ GLAD, Vincent. *Auscultons le bilan de fin d'année des Inrocks. Interprétations diverses.*

attiré deux votes. Remarquons aussi que l'album de Neil Young, pourtant plébiscité par quatre rédacteurs, n'est même pas présent dans la liste des 50 meilleurs disques ! Ou que Panda Bear, indiscutablement un des meilleurs albums de l'année, pointe à la 19e place malgré ses 6 votes », analyse le blogueur. Et malgré leur faible popularité, Justice, Klaxons et Kanye West placent leurs disques à la seconde, cinquième et sixième place du classement.

La raison de ces différences flagrantes, est évidente, selon Vincent Glad : « *L'explication de ces différences est à trouver dans la liste proposée par JD Beauvallet, éminence grise de la rubrique rock* », dont voici le classement personnel :

- Burial - Untrue
- LCD Soundsystem - Sound of Silver
- Loney Dear - Loney, Noir / Sologne
- PJ Harvey - White Chalk
- Justice - †
- Klaxons - Myths of the Near Future
- M.I.A - Kala
- Kanye West - Graduation
- Patrick Watson - Close to Paradise
- Animal Collective - Strawberry Jam

Neuf artistes sur 10 se retrouvent dans le classement final, ce qui laisse imaginer, sans trop en rajouter, que la pondération des votes laisse JD Beauvallet élaborer seul le classement final. Quelles raisons peut-on trouver à cette ingénierie du classement ? Nous introduirons notre partie suivante avec cette citation, qui met en évidence la fabrique du classement pour asseoir le positionnement d'un media :

« Les choix esthétiques explicites se constituent en effet souvent par opposition aux choix des groupes les plus proches dans l'espace social, avec qui la concurrence est la plus directe et la plus immédiate et sans doute, plus précisément, par rapport à ceux d'entre ces choix où se marque le mieux l'intention, perçue comme prétention, de marquer la distinction par rapport aux groupes inférieurs. (...) Cela indépendamment même de toute intention de distinction, de toute recherche explicite de la différence ; et bien que les stratégies proprement intentionnelles qui portent à se distinguer du groupe immédiatement inférieur – ou supposé tel – traité comme repoussoir, et à s'identifier au groupe de rang immédiatement supérieur – ou supposé tel -, ainsi reconnu comme détenteur du style de vie légitime, ne fassent qu'assurer une pleine efficacité, par le redoublement intentionnel, aux effets automatiques et

*inconscients de la dialectique du rare et du commun, du nouveau et du dépassé, qui est inscrite dans la différenciation objective des conditions et des dispositions. »*¹⁶⁴

Cette détermination par l'antagonisme n'est pas pour autant seulement le résultat d'une démarche cynique : « *L'amateur d'art ne connaît d'autre guide que son amour pour l'art et lorsqu'il va, comme par instinct, vers ce qu'à chaque moment il faut aimer, à la façon de ces hommes d'affaires qui font de l'argent lors même qu'ils ne le cherchent pas, il n'obéit à aucun calcul cynique, mais à son bon plaisir, à l'enthousiasme sincère qui, en ces matières, est une des conditions de la réussite des placements. »* Ce faisant, l'entreprise médiatique contribue à former « *le sens du placement culturel qui porte à aimer toujours et toujours sincèrement ce qu'il faut aimer* », sans qu'elle se rende compte que ce sens du placement est « *orienté par la recherche des profits symboliques qu'il procure.* »¹⁶⁵

b. L'éclectisme est un universalisme.

« *L'évaluation, en tant que technologie intellectuelle, relève à la fois du « faire » et du « dire » (Souchier, 2004), c'est-à-dire de la fabrique et de sa justification énoncée, du « faire-faire » et du « faire savoir », c'est-à-dire d'une action à distance sur autrui et de la circulation active des savoirs produits, du « devoir faire » et du « devoir dire »* ».¹⁶⁶

Le classement, qui découle de l'évaluation, relève de l'édiction d'une norme, de la mise en œuvre d'un comportement, de la manifestation d'une disposition. Particulièrement lorsqu'il s'agit d'œuvres musicales, plusieurs mouvements sont à l'œuvre, exerçant des pressions sur les media les édictant. Tendances de l'année, du moment, mouvements de fonds, pressions publicitaires, autant, selon Vincent Glad, de quotas que Les Inrockuptibles tiennent à satisfaire dans leur classement rétrospectif : « *JD reproduit année après année un slogan qu'il a dû lui-même inventer et auquel il doit croire profondément : "rock, électro, rap".* » C'est ainsi que serait légitimée la place du disque de Kanye West, boudé par la rédaction : « *On pourrait invoquer un hypothétique quota de rappeurs dans les tops de fin d'année, Les Inrocks craignant de perdre leur ancrage urbain. On citerait notamment la surprenante cinquième place de Keny Arkana l'année dernière - une place que même Trace TV n'aurait pas assumé.* »¹⁶⁷

¹⁶⁴ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 274.

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 94.

¹⁶⁶ BOUCHARD, Julie. *La médiatisation...*, *op. cit.*, p. 11.

¹⁶⁷ GLAD, Vincent. *Op. cit.*

Ce système de quotas, bien qu'évidemment fictif, expliquerait le désaccord permanent qui entoure le classement, à cause de son éloignement d'avec la réalité sociologique d'un lectorat composés de fidèles orthodoxes vieillissants, de jeunes modernes élevés à la critique par Pitchfork, et de lecteurs attirés par erreur par les couvertures, schématise Vincent Glad, qui n'est pas non plus naïf concernant les impératifs publicitaires auxquels est soumis un magazine, qui offre la couverture de son numéro spécial « *Best of 2007* » à Mika, lauréat d'une « *magnifique 16^{ème} place au top albums* ».

Malgré l'amateurisme de l'analyse, on y trouve une certaine justesse à la lumière de l'analyse de la prétention à l'universel dans le jugement de la chanson, que soulignait Bourdieu.

« Ainsi, au titre de bien culturel à peu près universellement accessible (comme la photographie) et réellement commun (du fait qu'il n'est à peu près personne qui ne soit, à un moment ou à un autre, exposé aux « succès » du moment), la chanson appelle, chez ceux qui entendent marquer leur différence, une vigilance toute particulière : les intellectuels, les artistes et les professeurs d'enseignement supérieur semblent balancer entre le refus en bloc de ce qui ne peut être, au mieux, qu'un « art moyen », et une adhésion sélective, propre à manifester l'universalité de leur culture et de leur disposition esthétique. »¹⁶⁸

Ainsi, Les Inrockuptibles, mais aussi Pitchfork, distinguant, on l'a vu, des disques oubliés ou ignorés à l'époque, à l'occasion d'un classement décennal, témoignent de leur discernement, de leur universalisme en distinguant des genres « *mineurs* », ou moins légitimes, comme la musique électronique ou le hip hop. Ils manifestent « *leur prétention artistique en affirmant leur préférence pour les chanteurs qui essaient d'ennoblir ce genre « mineur »* », « *l'éclectisme électif des esthètes qui aiment à chercher dans le mélange des genres et la subversion des hiérarchies une occasion de manifester la toute puissance de leur disposition esthétique.* »¹⁶⁹ De nombreux biais, conscients ou inconscients, président donc à l'élaboration du classement.

c. Le classement et ses biais.

Rappelons que le goût formalise le classement, et que celui s'exprime de manière naturelle, par la négation :

¹⁶⁸ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 64.

¹⁶⁹ *Ibid.*, p. 64-379.

« Les goûts (c'est à dire les préférences manifestées) sont l'affirmation pratique d'une différence inévitable. Ce n'est pas par hasard que, lorsqu'ils ont à se justifier, ils s'affirment de manière tout négative, par le refus opposé à d'autres goûts : en matière de goût, plus que partout, toute détermination est négation ; et les goûts sont sans doute avant tout des dégoûts, faits d'horreur ou d'intolérance viscérale (« c'est à vomir ») pour les autres goûts, les goûts des autres. Des goûts et des couleurs on ne discute pas : non parce que tous les goûts sont dans la nature, mais parce que chaque goût se sent fondé en nature – et il l'est quasiment, étant habitus -, ce qui revient à rejeter les autres dans le scandale du contre-nature. L'intolérance esthétique a des violences terribles. »¹⁷⁰

Puisque le goût se construit en opposition, tout medium produisant son propre classement combat, lutte pour l'imposition de sa légitimité, de sa conception de l'ordinalité. D'où la brutalité ressentie lors d'un désaccord avec un classement : « c'est dire que les jeux d'artistes et d'esthètes et leurs luttes pour le monopole de la légitimité artistique sont moins innocents qu'il ne paraît : il n'est pas de lutte à propos de l'art qui n'ait aussi pour enjeu l'imposition d'un art de vive, c'est-à-dire la transmutation d'une manière arbitraire de vive en manière légitime d'exister qui jette dans l'arbitraire toute autre manière de vivre. »¹⁷¹

Cette manière arbitraire de vivre se traduit par de nombreux biais : ainsi, le classement IMDB se distingue par un ethnocentrisme occidental extrêmement marqué : la version de 2009 était écrasée par la présence de films produits par les Etats-Unis (205), quand la seconde, un peu plus nuancée, voyait leur nombre baisser jusqu'à 186, mais seulement 25 films provenaient d'une culture non-occidentale (Iran, Inde, Hong Kong, Japon, Brésil, Argentine, Corée, Mexique). Parmi ces films japonais, douze étaient signés de Kurosawa et Miyazaki. C'est d'ailleurs le second biais fortement visible de ce classement, qui marque une préférence, voire un favoritisme pour certains réalisateurs.

Réalisateur	Classement 2009	Classement 2015
Kurosawa	4	6
Hitchcock	11	8
Wilder	7	5
Chaplin	5	5
Nolan	4	7
Eastwood	6	3
Lean	4	2

¹⁷⁰ *Ibid.*, p. 59-60.

¹⁷¹ *Ibid.*

Fellini	4	2
Coppola	4	3
Capra	5	7
Bergman	2	4
Miyazaki	2	6
Scorsese	5	7
Tarantino	5	6
Leone	4	5
Kubrick	8	8
Spielberg	5	6

Cet immobilisme est typique d'une tendance des media installés à faire preuve de prudence et du lissage de l'opinion qui survient avec la légitimation institutionnelle, ou par le simple mécanisme de la démocratie. Par ailleurs, la polarisation entre un medium et ses critiques rend prévisible, au fur et à mesure du temps, ses prises de position et opinions :

« Les réactions varient, dans leur contenu et leur forme, selon la position de l'organe de presse dans lequel elles s'expriment, c'est-à-dire selon la plus ou moins grande distance du critique et de son public au pôle « bourgeois » et par là à la pièce de Françoise Dorin (...). L'espace des journaux, et, du même coup, l'espace des publics s'organise lui-même selon des oppositions correspondant assez exactement à celles qui définissent l'espace des théâtres. Placés devant un objet aussi clairement organisé selon l'opposition canonique, les critiques, eux-mêmes distribués dans l'espace de la presse selon la structure qui est au principe de l'objet classé et du système de classement qu'ils lui appliquent, reproduisent dans l'espace des jugements par lesquels ils le classent et se classent l'espace dans lequel ils sont eux mêmes classés. »¹⁷²

« A chaque position correspondent des présuppositions, une doxa, et l'homologie des positions occupées par les producteurs et leurs clients est la condition de cette complicité qui est d'autant plus fortement exigée que, comme au théâtre, ce qui se trouve engagé est plus essentiel, plus proche des investissements ultimes. »¹⁷³

Il est alors d'autant plus simple pour un média émergent, dans une perspective médiactiviste, de se détacher de la concurrence en provoquant des différences, comme l'exprime Eric Carr, directeur de la publicité de Pitchfork :

¹⁷² *Ibid.*, p. 261.

¹⁷³ *Ibid.*, p. 267.

« *If you read almost any other music magazine, three out of five is terrible in a lot of magazines. To see something less than three stars out of five is unusual, or it's a really safe bet for the magazine -- they're panning something that no one in their audience would be expected to like. It's safe for them. Pitchfork, we go out on a limb with stuff.* »¹⁷⁴

Un goût pour la provocation que l'on retrouvait bien dans la licence créative accordée à la notation sur Pitchfork avant l'année 2000, où la note parfaite était bien plus souvent accordée qu'aujourd'hui, et ce de manière hyperbolique, à des « *albums dont presque personne ne se souvient aujourd'hui* », comme *El Productor*, de Walt Mink, *Gay ?*, de 12 Rode, ou encore *Bricolage* d'Amon Tobin. Aujourd'hui, ce score est réservé, en pratique, et sauf exception, comme par exemple *My Beautiful Dark Twisted Fantasy*, à des ressorties, à des albums qui ont « *enduré les orages du goûts populaire pendant une décennie ou deux.* »¹⁷⁵

Considérant que « *l'œuvre d'art est bien, comme l'observe Erwin Panofsky, ce qui demande à être perçu selon une intention esthétique (demands to be experienced esthetically), et que d'autre part tout objet, naturel aussi bien qu'artificiel peut être perçu selon une intention esthétique, comment échapper à la conclusion que c'est l'intention esthétique qui « fait » l'œuvre d'art, ou, en transposant une formule de Saussure, que c'est le point de vue esthétique qui crée l'objet esthétique ?* »¹⁷⁶, l'organe producteur de classements manifeste son point de vue sur le monde, et prend un pari sur la justesse de sa prise de position. La possibilité d'un échec, d'un désaveu, inhérente à toute entreprise de jugement esthétique dans une perspective historique, porte en elle de nombreuses menaces sur la crédibilité et la confiance accordée à ces organes. La manière dont ils font face à ces remises en cause potentielles nous informe sur les stratégies médiatiques visant à préserver l'équilibre fragile sur lequel repose le classement : le mythe de l'infaillibilité, soutenu par divers moyens, la réversibilité biographique, la collusion des rôles entre juges et parties, et les prophéties auto-réalisatrices.

C. L'équilibre fragile du classement : le mythe de l'infaillibilité.

¹⁷⁴ « *Si vous lisez n'importe quel autre magazine, trois sur cinq est une note terrible. Voir quelque chose noté moins de trois étoiles sur cinq est inhabituel, ou c'est un pari sans risque du magazine – ils descendent un truc que personne dans leur audience n'aimerait. C'est une sécurité. Pitchfork, on s'expose sur les choses.* » HARVILLA, Rob. *Op. cit.*

¹⁷⁵ BECK, Richard. *Op. cit.*

¹⁷⁶ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 29.

Dans un monde mouvant, où les opinions sont changeantes et la place des objets constamment réévaluées, le métier des organes d'évaluation est, en partie, de gérer les fluctuations, les changements, les remises en cause de leurs prédictions : car, quand une « *mesure mesurante* »¹⁷⁷, un système de chiffres « *à visée de contrôle* »¹⁷⁸ est démenti par les faits, c'est tout le système de références qui est questionné. Réussir à gérer ces remises en cause de l'autorité est partie intégrante du quotidien des entreprises médiatiques génératrices de classements, qui doivent composer afin de maintenir le mythe de l'infaillibilité qui préside à leur crédibilité.

a. Une parole gravée dans le sable : la réversibilité biographique.

On peut en effet comparer la mise en sens, la mise en ordre de l'histoire des arts à une biographie : élaborer un classement des œuvres « *consiste à rapporter ces événements, dans un ordre chronologique ou dans celui de leur importance* ». « *Mais même dans une chronique purement factuelle* », par exemple, de la dernière décennie en musique, il faut décider des objets à inclure, étant admis qu'il est impossible de couvrir la totalité du champ de la production artistique. Comme l'écrit Berger : « *c'est que même une simple chronologie oblige à s'interroger sur l'importance relative de certains événements. On le voit bien quand il s'agit de décider de ce que les historiens appellent « périodisation.* » »¹⁷⁹. L'instant présent influe, logiquement, fortement, sur la perception de l'importance des événements passés, de leur influence, des liens qui les unissent : « *nous passons notre temps à interpréter et à réinterpréter notre vie. Comme l'a montré Henri Bergson, la mémoire est un acte réitéré d'interprétation. Au fur et à mesure que nous nous remémorons notre passé, nous le reconstruisons en fonction de nos idées du moment sur ce qui est important ou non. C'est ce que les psychologues appellent la « perception sélective* ». »¹⁸⁰

En effet, n'étant pratiquement jamais confronté à des faits indéniables, nous réarrangeons le passé, de manière plus ou moins consciente : si le sens commun le tient pour « *fixe, immuable, invariable* », il est au contraire similaire au flux, toujours mouvant, du présent : « *dans notre conscience du moins, le passé est malléable, adaptable, il change constamment à mesure que notre mémoire réinterprète et réexplique ce qui s'est passé. Et nous avons autant de vies que nous avons de points de vue. Nous ne cessons de*

¹⁷⁷ LATOUR, Bruno & LÉPINAY, Vincent Antonin. *L'économie, science des intérêts passionnés*. Paris : La Découverte. 2008.

¹⁷⁸ OGIEN, Albert. *La valeur sociale du chiffre. La quantification de l'action publique entre performance et démocratie*, Revue française de socio-économie, n° 5, 2010, p. 19-40.

¹⁷⁹ BERGER, Peter. *Invitation à la sociologie*. Paris : La découverte, 2006, p. 91-92.

¹⁸⁰ *Ibid.*, p. 93.

réinterpréter notre biographie. »¹⁸¹ On se rappelle ici *Comment parler des livres que l'on n'a pas lus*, dans lequel Pierre Bayard analysait l'apparence trompeuse de la mémoire, et soulignait à quels points les souvenirs que nous possédons d'une œuvre sont mouvants, voire, parfois, ne proviennent pas d'une expérience directe.¹⁸²

Les entreprises de classement profitent de cette malléabilité du passé et de la mémoire pour rectifier leurs erreurs au vu du présent. En effet, comme nous l'avons vu avec le classement des années 2000 de Pitchfork, les media culturels ne rectifient le passé « *que là où c'est nécessaire* », et laissent intact « *tout ce qui peut s'intégrer à [leur] image de soi du moment.* »¹⁸³

Cette réinterprétation est toujours une « *démarche délibérée, pleinement consciente et réfléchie.* » On peut l'assimiler à une « *conversion à une nouvelle religion ou à une Weltanschauung idéologique, autrement dit un système symbolique total à l'intérieur duquel notre biographie peut s'insérer.* » Cette « *transformation spectaculaire du passé* » est alors éminemment stratégique.¹⁸⁴

Elle participe en effet des processus de construction des identités. Qu'on les appelle « *invention de soi (Kaufmann, 2004), production de soi (Cardon, Delaunay-Téterel, 2006), figuration de soi, design de la visibilité (Cardon, 2008), exposition de soi (Granjon, Denouël, 2010)* », ils « *se jouent tous au point de rencontre de la construction de soi sous le regard des autres (Mead, 1934) et de la présentation de soi (Goffmann, 1959).* Mais il ne fait guère de doute que le développement d'Internet, de la communication interpersonnelle de masse et des réseaux sociaux en ligne a pu sensiblement affecter les modes les plus contemporains d'articulation et de « *coproduction* » de l'intimité et de l'expressivité, des identités individuelles et des structures relationnelles »¹⁸⁵, notamment puisqu'Internet permet la conservation d'archives, mais aussi leur modification, permet d'altérer facilement un contenu pour le rendre plus cohérent, plus acceptable, plus juste. « *L'évaluation fondée sur la quantification n'est pas la traduction directe ou simultanée du réel ; entre les deux, le rapport est toujours indirect et médié. Traversée par une série d'enjeux incorporés à la quantification, l'évaluation fondée sur la quantification façonne elle-même en retour le monde social* »¹⁸⁶, mais aussi, et surtout, l'évaluateur.

¹⁸¹ *Ibid.*, p. 94.

¹⁸² BAYARD, Pierre. *Comment parler des livres que l'on n'a pas lus*. Paris : Les Editions de Minuit, 2007.

¹⁸³ BERGER, Peter. *Op cit.*, p. 98.

¹⁸⁴ *Ibid.*

¹⁸⁵ MERCKLÉ, Pierre. *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La Découverte, 2011, p. 90.

¹⁸⁶ BOUCHARD, Julie. *La médiatisation...*, *op. cit.*, p. 12.

Ainsi, l'analyse du classement devrait prendre en compte l'intention, ou du moins, l'importance stratégique des choix effectués par une publication : « *Pitchfork's endless "Best Of" lists should not be read as acts of criticism, but as fantasy versions of the Billboard sales charts.* ». D'autant plus, donc, que *Pitchfork* s'adonne bien souvent à la révision historique. D'abord avec les premières critiques de Ryan Schreiber, dont la plupart ont été supprimées, mais aussi avec de nombreux artistes.¹⁸⁷

Ainsi, le site a souvent été accusé de faire disparaître des critiques (« *in order to cover its ass for looking f****ing retarded in historical retrospect* »¹⁸⁸ écrit un virulent critique du site), et de les recouvrir par de nouvelles, afin de dissimuler qu'ils ont descendu un groupe avant qu'il ne devienne un acteur majeur d'un courant musical – ou l'inverse.

Par exemple, une critique, notée 9.8, de *Psyence Fiction*, d'UNKLE, devenu, à l'occasion de la sortie de leur album suivant quatre ans plus tard :

« *one of the most anti-climactic and jaw-dropping disappointments of recent years* »
which « *came up short on little things like, oh, vitality, restraint, emotional resonance, and tunes.* »¹⁸⁹

Deux critiques, négatives, de disques du groupe By Divine Right ont disparues après le succès du groupe Broken Social Scene, dont ils sont devenus membres – succès dans lequel le rôle de *Pitchfork* a été déterminant, comme nous le verrons ensuite. *Bless This Mess*, l'album noté 1,8, appelait notamment les membres du groupes des « *débiles avec une guitare qui ne reconnaîtraient par le Rock'n'roll si il faisait irruption dans leur maison et battait leurs enfants* ».

The Boy With the Arab Strap, de Belle & Sebastian, a lui aussi vu sa critique, notée 0,8, disparaître lors du retour du groupe au milieu des années 2000. La critique, qui datait d'octobre 1998, analyse un internaute¹⁹⁰, doit être lue sous le prisme de la différenciation et de la construction des identités : à l'époque, *Rolling Stone* avait encensé l'album, rendant, de fait, le groupe *mainstream*, moins distinctif, trop populaire pour être aimé. En effet, l'album

¹⁸⁷ « *Les interminables listes de fin d'année de Pitchfork ne doivent pas être lues comme des actes critiques, mais comme des versions fantasmées du Top 50 des ventes.* » BECK, Richard. *Op. cit.*

¹⁸⁸ « *afin de se couvrir pour ne pas avoir l'air totalement débile en cas de rétrospective historique* ». ANONYME. *Pitchfork Media*. Encyclopedia Dramatica.

¹⁸⁹ « *une des plus grandes déceptions de ces dernières années, à court de petites choses, comme, oh, l'énergie, la retenue, la résonance émotionnelle et les mélodies.* ». *Ibid.*

¹⁹⁰ ANONYME. *Deleted Pitchfork reviews*. Redundant Chicanery.

est aujourd'hui considéré comme un classique, qui fait résonner étrangement le reproche de Pitchfork, fait au groupe, de « *s'abaisser à l'autoparodie* ». (D'autant plus qu'on pourrait arguer le contraire, et qu'il s'agit, au contraire, d'un groupe au sommet de son art, maîtrisant ses qualités pour créer son disque le plus consistant.)

La disparition de la critique est intervenue en aval, lorsque le groupe a publié deux disques, notés 7,5 et 8,5 par Pitchfork, faisant, rétrospectivement apparaître ce 0,8 comme injustifié, immérité, et trop brutal pour ne pas nuire à la cohérence des avis de ce site, cela, encore plus, lorsqu'il s'agit d'un disque fondateur d'un son et d'un style adopté par de nombreux groupes encensés par Pitchfork par la suite.

La critique du premier disque de Cold War Kids semblait elle aussi faire partie d'une stratégie de distinction médiatique : le groupe californien, chouchou des blogs et de Rolling Stone, encore, n'avait eu droit qu'au silence de Pitchfork, qui n'en est sorti qu'à la sortie du disque. Refroidi d'un 5.0 et d'une critique assassine de Marc Hogan, le groupe n'aurait été, selon certaines analyses, que la victime d'une institution cherchant à garder sa place d'influenceur en défaisant le destin d'un nouvel acteur : « [Pitchfork] *purposely wait[s] to review an album to see how the bloggers respond before they form their opinion* », avance ainsi un éditeur du blog *The Music Slut*, précisant même que dans ce cas, le site avait réussi à éviter de se placer en compétition avec les blogs, à conserver son rôle d'arbitre, et de n'intervenir qu'au moment où l'inévitable retour de bâton allait intervenir, après un an de bruissement et de présence médiatique de Cold War Kids.¹⁹¹

On peut aussi citer le 0.0, tamponné sur le *Zaireeka* des Flaming Lips, la disparition du 9.4 de *The Roots*, la critique de 1998 de *In the Aeroplane Over the Sea* de Neutral Milk Hotel, ou encore celle de *Pet Sounds*, des Beach Boys, dans laquelle Ryan Schreiber reprochait au disque d'être daté et passé, en comparaison de disques plus modernes comme *OK Computer* de Radiohead.

« *Incessantes révisions, réinterprétations, redécouvertes* », similaires à celles que « *les lettrés de toutes les religions du livre font subir à leurs textes canoniques : les niveaux de « lecture » renvoyant à des hiérarchies de lecteurs, il faut et il suffit de changer la hiérarchie des lectures pour bouleverser la hiérarchie des lecteurs* »¹⁹², il suffit de modifier sa position pour l'accorder aux attentes, à la réalité du moment, à son objectif, et ainsi, faire tomber les

¹⁹¹ « *Pitchfork attend sciemment de critiquer un disque pour voir ce qu'en pensent les blogueurs avant de former leur opinion* » SHAER, Matthew. *Die, Pitchfork, Die !*. Slate.

¹⁹² BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 253.

idoles, tempérer le succès des favoris des blogs, ou encenser les groupes que l'on a découvert.

Cette posture antagoniste, critique, résonne évidemment puissamment avec la perception médiactiviste du champ journalistique – une théorie délibérément assise par le nom du site même, « *pitchfork* », tiré d'un tatouage d'Al Pacino dans *Scarface*, une fourche faisant de lui un assassin dans le monde de l'illégalité cubaine, suggérant une « *angry mob mentality towards the music industry* »¹⁹³. Ainsi, le tonitruant 3.3 asséné à un disque glorifié des Dandy Warhols est-il autre chose qu'une « *tentative de crever le consensus critique établi* » ? En ce cas, « *ce sont les nombres qui valent mille mots* »¹⁹⁴, et permettent, en remplaçant le classement (ou mieux, en notifiant l'absence de l'objet du classement, en ignorant totalement une œuvre par exemple), de préserver la fonction d'arbitre du bon goût. Une stratégie qui implique, d'une part, que « *les consommateurs ne soient pas suffisamment sûrs de leur propre goût pour contourner la médiation critique* », et donc, en conséquence, que les critiques « *doivent injecter une certaine dose d'incertitude esthétique sur le marché* » en changeant dramatiquement la perception de certains artistes.¹⁹⁵

Nouvelle preuve en a été donnée en juin dernier, quand Pitchfork a supprimé au dernier moment sa critique du dernier disque de Sun Kil Moon, *Universal Themes*. Signée par Ian Cohen, qui avait encensé le précédent, *Benji*, gratifié d'un 9.2, le texte a été immédiatement supprimé, ne laissant comme trace que le seul tweet du medium annonçant la publication de la critique, qui intervenait au cours de la semaine où Mark Kozelek, le leader du groupe, avait insulté Laura Snapes, une rédactrice du site¹⁹⁶. La critique, publiée la semaine suivante, était finalement signée de Mark Richardson, et affichait une note de 6.0, lourde de sens, puisqu'il s'agit de la note la plus basse sans qu'il ne s'agisse d'une évidente descente en règle (5.9, et en deçà). La critique modifiée est un exercice en révision, puisqu'elle décrit le projet de Mark Kozelek comme « *sous le radar* » depuis une décennie, et ayant sorti « *de nombreux grands disques joyeusement reçus par son culte et majoritairement ignorés par les autres* » (ignorant, de fait, la place centrale de Pitchfork au sein dudit culte), et souligne que « *les récentes controverses rendent de plus en plus difficile d'imaginer la musique de Sun Kil Moon hors de la manière dont elle, et lui, sont abordés sur les media sociaux* »¹⁹⁷. De fait,

¹⁹³ « *la mentalité d'une foule en colère contre l'industrie musicale* » JOSEPH, Damian. *Indie Music's Hipster Heaven*. Bloomberg Business.

¹⁹⁴ SHAER, Matthew. *Op. cit.*

¹⁹⁵ HORNING, Rob. *Pop music critics, raconteurs or racketeers ? Pop matters*.

¹⁹⁶ MORGAN, Chris. *It Appears Pitchfork Changed Its Review To Bash Sun Kil Moon After Controversy*. Uproxx.

¹⁹⁷ RICHARDSON, Mark. *Sun Kil Moon – Universal Themes*. Pitchfork.

Pitchfork revendiquait alors d'occuper une position fondée sur le goût des réseaux sociaux, la réaction populaire, plutôt que de se consacrer au fond de l'œuvre.

Nous avons pu voir, au cours de cette partie comment la réécriture, la disparition, la modification d'une archive pouvait permettre à une institution critique de sauvegarder sa crédibilité en retouchant, au besoin, ses productions – comment, en somme, la liste est un « *outil pour tenir parole* »¹⁹⁸. Nous allons voir enfin comment les prophéties auto-réalisatrices mettent en évidence le rôle de juge et partie d'un organe culturel.

b. Juge et partie.

Le classement annuel de Pitchfork fait en outre partie d'un écosystème dans lequel on trouve, aussi, deux éditions d'un festival annuel, tenu à Chicago et à Paris. Ce conflit d'intérêt¹⁹⁹, qui lie le bien-être financier du site avec le succès des groupes dont il parle, encourage, on ne peut que le suspecter, une certaine clémence envers les têtes d'affiches de l'événement.²⁰⁰

Mais cette relation conflictuelle touche la nature même de l'entreprise médiatique. On soulignait la prise de position antagoniste de Pitchfork à celle de la presse dominante au sujet de Belle & Sebastian (un exemple qui aurait pu être décliné) : elle est au cœur d'une logique déjà soulignée par Bourdieu.

*« On comprend que, partagés entre l'intérêt pour le prosélytisme culturel, c'est-à-dire pour la conquête du marché par l'auto-divulgence qui les incline aux entreprises de vulgarisation, et l'anxiété de leur distinction culturelle, seule base objective de leur rareté, les intellectuels et les artistes entretiennent avec tout ce qui touche à la « démocratisation de la culture ». »*²⁰¹

Le médium critique, classant, entretient donc une relation particulièrement poreuse entre l'époque de son activité, et les objets sur lesquels il porte son regard : l'entreprise de classement nécessite « *d'incorporer une conscience parfaite du capital culturel dans son architecture de base* »²⁰². Une critique, et un classement Pitchfork, peuvent, au besoin ignorer « *l'histoire, l'esthétique ou les aspects techniques de la musique* », mais ne peut

¹⁹⁸ DURETZ, Marlène. « *Les listes ne sont que des outils pour tenir parole* ». Le Monde.

¹⁹⁹ TENNENT, Scott. *Pitchfork's apparent conflict of interest*. Typepad.

²⁰⁰ GANZ, Jacob. *Pavement vs. Pitchfork. Why it matters*. NPR.

²⁰¹ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 254.

²⁰² BECK, Richard. *Op. cit.*

jamais se passer d'une « *taxonomie détaillée du cycle actuel de la hype et de l'environnement médiatique* »²⁰³, entrelaçant son jugement d'une réflexion stratégique quant à la survie de sa légitimité, en assurant sa pertinence avec l'époque qu'elle révèle.

Il est ainsi intéressant de constater comment les positions prises au courant de l'année sont légitimées par le bilan final, effectué fin décembre au sein de la rédaction de Pitchfork. Le site publie, depuis 2000, sa liste des meilleurs disques de fin d'année, élaborée par les critiques grâce à un mode de calcul non communiqué (« *Nous avons compilé cette liste avec le même système que nous avons toujours utilisé, qui implique que chaque critique fasse sa liste de ses 20 disques favoris de l'année, et, avec un système de point assez geek, de déterminer la liste finale.* »²⁰⁴) qui convertit les listes de chaque critique en un classement global. Originellement longue de 20 albums, en 2000, la liste a été étendue à 50 en 2002, et est désormais complétée par des listes complémentaires. En 2001, devant la difficulté de décider si *Mass Romantic*, publié en 2000 mais n'ayant été promu par son label qu'en février, Pitchfork prend la décision de considérer comme éligible tout disque chroniqué durant l'année civile. Une pirouette qui permet, par exemple, de contourner l'oubli d'un disque l'année précédente.

Sous cette apparente démocratie se cache néanmoins une vérité plus trouble : si ces listes, personnelles et individuelles, basées sur les préférences de critiques divers et variées, étaient la base du classement annuel final, ce dernier ne devrait pas porter les marques des notes délivrées pendant l'année. Une relation d'indépendance devrait se dessiner : or, l'analyse des top 20 des classements annuels dessine à l'inverse le tableau d'une prophétie auto-réalisatrice (annexe 7). Si le classement n'est pas ordonné selon une rigueur mathématique pure, on constate qu'une fois seulement, en 2008, avec Crystal Castles, un disque noté moins de 8 (la note qui distingue les bons disques des autres, ce qui explique qu'ils soient répertoriés sur une page spéciale du site²⁰⁵), a intégré le Top 10. Les années 2010 et 2012, par exemple, sont particulièrement révélatrices, car elles intègrent respectivement 7 et 8 albums notés 9 ou plus. Si l'on constate bien que le *ranking* final n'est pas fonction de la note, la dimension collégiale qui préside à l'élaboration du classement renforce sa légitimité, d'autant plus qu'il consacre des albums déjà distingués, déjà célébrés par l'institution classante. La remise en cause, l'ajustement, participe alors de deux choses : le renforcement de la valeur prédictive du chiffre, mais aussi celui du regard postérieur de

²⁰³ *Ibid.*

²⁰⁴ SCHREIBER, Ryan. *The Top 20 albums of 2000*. Pitchfork.

²⁰⁵ *8.0+ reviews – High scoring albums*. Pitchfork.

l'institution classante, qui montre sa capacité de perspective, de remise en cause. Le rôle et la valeur du chiffre, loin d'en être remise en question, n'en sont que solidifiés.

Et, ce, alors qu'il s'agit d'un procédé arbitraire, comme l'ont révélé des auteurs du site :

« I was to write a review of an album that Pitchfork hadn't reviewed yet, assigning a score and everything, and this would be my first published review on the site (it was emphasized that this wouldn't necessarily be the score assigned to the article if the review ran). »²⁰⁶

« The little number at the top of this piece reflects little of personal relation to the record. It's an arbitrary guide to how I would expect people to gauge the intent of this review. I will listen to this album for years to come »²⁰⁷, expliquait Brent DiCrescenzo en préambule de sa dernière critique, admettant ensuite son *« incapacité à quantifier la qualité comparative de deux albums »*. Regrettant un processus devenu une routine ennuyeuse, il faisait alors ses adieux à la critique musicale. Malgré son baroud d'honneur, onze ans plus tard, la valeur du chiffre mis en valeur par Pitchfork n'a fait qu'être décuplé. Comme nous allons le voir, c'est qu'il s'impose, malgré tous les défauts et biais du classement, comme un instrument de légitimité.

²⁰⁶ *« Je devais écrire la critique d'un disque que Pitchfork n'avait pas encore noté, lui assigner une note et tout, et ce serait ma première critique publiée sur le site (il a été souligné que ce ne serait pas nécessairement ma note qui accompagnerait l'article si mon texte était accepté. »* CRENEY, Scott. *n+1 Publishes an Interesting Article About Pitchfork | Collapse Board Publishes a Response*. Collapse Board.

²⁰⁷ *« Le petit chiffre en haut de cette page reflète très peu de ma relation personnelle à ce disque. C'est un guide arbitraire de la manière dont j'attendrais des gens qu'ils considèrent l'intention de cette critique. J'écouterai ce disque des années. »* DICRESCENZO, Brent. *Beastie Boys, To the 5 Boroughs*. Pitchfork.

« *Still, even ardent Wellesians should feel gratified at the modest revolution – if only for the proof that film canons (and the versions of history they legitimate) are not completely fossilised.* »

Ian Christie.²⁰⁸

III. Le classement, instrument de légitimation.

Dans cette dernière partie, nous verrons comment le classement est utilisé comme un moyen de légitimation. Malgré ses défauts, il s'impose en effet comme un élément déterminant des media qui cherchent à asseoir leur crédibilité et leur légitimité. Le classement, dans un espace d'hyper proposition, est en effet une des ressources majeures pour acquérir ou conserver la popularité, l'influence et la réputation. D'abord car il met en jeu et en scène des valeurs comme l'honnêteté, l'influence et le capital social, mais aussi car son utilité directe pour appréhender le monde en fait l'allié favori des consommateurs, et donc permet de faire passer un media du rôle d'informateur à celui de référent.

A. Le classement au service de la légitimation d'un medium.

a. Le classement, un instrument d'autorité.

Nous avons vu en seconde partie comment le classement était utilisé comme un témoignage de la justesse des prises de positions médiatiques, et que le jeu de l'autocitation et de l'auto-référencement permettait à un media de prétendre à l'infaillibilité. Mais s'agit en sus d'un moyen d'asseoir son autorité sur les media concurrents. C'est ce que révèle l'évolution de Pitchfork, à propos duquel on peut lire, de manière plus ou moins positive :

« *Pitchfork has always been about a self-legitimizing cult of influence. It was a pretty bad website that was in the right place at the right time and became the defacto tastemaker almost by default.* »²⁰⁹

« *Pitchfork exists in the place where Rolling Stone existed back in the late 70s, completing its metamorphosis from iconoclast to institution.* »²¹⁰

²⁰⁸ CHRISTIE, Ian. *Op. cit.*

²⁰⁹ « *Pitchfork a toujours été une entreprise d'autolégitimation d'un culte de l'influence. C'était un assez mauvais site qui était au bon endroit au bon moment et qui est devenu le tastemaker, presque par défaut.* » ANONYME. *Pitchfork, 1995–present: What did we do to deserve Pitchfork?* Metafilter.

²¹⁰ « *Pitchfork occupe la place que Rolling Stone occupait à la fin des années 1970, terminant sa métamorphose d'iconoclaste à institution.* » CRENEY, Scott. *Op. cit.*

Ce changement de dimension et de statut est répertorié jusque dans les instances de classement de classement, puisque Metacritic donne désormais le même poids à une critique de Rolling Stone qu'à celle de Pitchfork²¹¹, et il a bien évidemment été remarqué par les contributeurs du site, et particulièrement par Scott Plagenhoef, éditeur en chef de Pitchfork. Une anecdote révèle en effet l'intrication du classement et du pouvoir de Pitchfork : en 2010, alors que le forum « *I Love Music* » discutait du récent sondage *Pazz and Jop* du magazine Village Voice (un sondage annuel datant de 1971 réunissant des centaines de critiques musicaux pour compiler le classement ultime de la production musicale des douze derniers mois), Scott Plagenhoef a commencé à contribuer :

« *11 of the top 13 LPs and five of the top six singles are shared between this and the Pitchfork list. For what it's worth.* »²¹²

Il a poursuivi avec une argumentation tout à fait médiactiviste qui souligne la différence entre un medium papier et un medium web, rappelant que leurs audiences n'ont aujourd'hui rien de commun : « *We reach more people right now than Spin or Vibe ever did, even if you use the bs print mag idea that 'every copy is read by 2.5 people'* »²¹³, et que le modèle du web était débarrassé de nombreuses contingences commerciales :

« *we can basically 1. expose a lot of people to something, often something that would take years of touring and work to generate the exposure we can potentially provide, 2. expose nominally indie/guitar rock kids to non-indie music, 3. provide a large platform for opinions/artists that aren't related in some ways to the machinations of the music industry (i.e. we don't need a "cover star" or only have 12 "lead reviews" a month, or to run features only on newsstand-ready artists)* »²¹⁴

Enfin, il a reconnu que la relation d'influence n'était pas quantifiable, et que le classement rétrospectif de fin d'année en tant que tel, avec sa publication similaire, ne pouvait être le medium de transmission, ne pouvait être responsable de la collusion des goûts. Mais la

²¹¹ ITZKOFF, Dave. *The Pitchfork effect*. Wired.

²¹² « *11 des 13 albums et cinq des six singles sont communs à cette liste et celle de Pitchfork. Pour ce que ça vaut.* » BECK, Richard. *Op. cit.*

²¹³ « *Nous touchons plus de gens aujourd'hui que Spin et Vibe ne l'ont jamais fait, même si on adhère à l'idée stupide que chaque exemplaire est lu par 2,5 personnes.* »

²¹⁴ « *nous pouvons 1. Exposer beaucoup de gens à quelque chose, souvent à un niveau qui prendrait des années pour obtenir l'exposition que nous pouvons potentiellement offrir 2. Exposer des gens qui aiment le rock à des choses différentes 3. Procurer une grande plateforme à des opinions et des artistes qui ne sont pas insérés dans le jeu de l'industrie (nous n'avons pas besoin d'une star en couverture ou d'avoir seulement douze critiques par mois, ou de ne parler que de gens reconnaissables sur un présentoir.* »

contribution de Scott Plagenhoef met l'accent sur un élément dont nous avons déjà parlé, la critique et sa note, qui fait office de classification :

*« No I don't think our year-end lists specifically do shit for P&J. Any effect, which is totally impossible to quantify (so no there is no credit involved!), would come from our reviews throughout the year and the rather easy way we present our bnm. It's quite simple to drop in and see what we've been most enthusiastic about. It's not simple to do that with nearly any other pub of any size. »*²¹⁵

C'est une articulation primordiale que Plagenhoef met ici en évidence. En effet, dans la perspective typologique de Max Weber, nous voyons bien comment l'autorité de Pitchfork est légitimée par la publication du palmarès, du classement, le leur, mais aussi celui des centaines de critiques du Village Voice. En affirmant les valeurs, en soulignant les principaux traits de caractères du medium, le classement et la critique renforcent sa personnalité et son charisme dans l'espace médiatique, le rendant incontournable.²¹⁶ La personnalité de Pitchfork, que nous aborderons dans une seconde sous-partie, est à l'évidence une caractéristique importante de son positionnement, notamment si l'on se fie à Chareau, qui distingue les « *savoirs de connaissances* » objectifs, scientifiques, qui ont « *valeur de vérité* », et les « *savoirs de croyance* », qui « *supposent la foi dans le discours produit, une créance à l'égard de l'effet de vérité.* »²¹⁷

La fiabilité d'une source et d'un media, on le voit encore aujourd'hui dans le fonctionnement du référencement Google, tient à sa médiatisation et sa diffusion. Elle est construite, socialement, par la circulation de l'information produite²¹⁸. Dans le cas de Pitchfork, cela est favorisé par la nature de l'information en question : en mettant le réel en chiffre, l'évaluation est ainsi aisément appropriable, et « *l'autorité du titre de presse va donc se gagner au cours de ce procès de « médiatisation circulaire* » »²¹⁹. Le classement, entrant en compétition avec ceux des autres journaux, doit se distinguer – et c'est ici qu'intervient, pour Pitchfork, la

²¹⁵ « *Non, je ne pense pas que notre liste de fin d'année fasse quoi que ce soit, spécifiquement, pour P&J. Tout effet, qui serait impossible à quantifier (donc non, il n'y a pas de crédit à reconnaître), viendrait de nos critiques tout au long de l'année et de la façon plutôt lisible dont nous présentons notre « best new music ». Il est plutôt facile de passer voir ce qui nous rend le plus enthousiaste. Ce n'est pas aussi aisé de le faire avec n'importe quelle autre publication de n'importe quelle taille.* » PLAGENHOEF, Scott. *Do we have a PAZZ AND JOB 2009 thread yet ?* ILXOR.

²¹⁶ mettre en avant un certain nombre de valeurs de type légale-rationnelles et permettre de souligner, d'affirmer les principaux traits de caractères du journal qui vont permettre de renforcer sa personnalité et son charisme dans l'espace public le rendant ainsi incontournable.

²¹⁷ CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social.* Paris : Nathan/Institut national de l'audiovisuel, 1997.

²¹⁸ FARCHY, Joëlle & MÉADEL, Cécile. *Op. cit.*

²¹⁹ HEINICH, Nathalie. *Ce que l'art fait à la sociologie.* Paris : Editions de Minuit, 1998.

prétention à la scientificité de la note décimale, qui sous-entend une évaluation de qualité supérieure. La note, qui est implicitement liée à une capacité légitime d'évaluation, est en sus « *souvent considérée comme plus réelle, plus vraie, plus utile ou meilleure (...) que ce qui n'est pas chiffré* »²²⁰. Un sentiment qui émane de la contemplation d'autres échelles de mesures, étoiles, *Ulysses* ou cercles, dont la lisibilité est bien plus faible surtout au regard de la précision de *Pitchfork* :

« *Since Pitchfork's writers had just graduated from high school, a place where the difference between an 89 and a 91 could not have been more consequential, they were well positioned to distinguish between an 8.3 album and an 8.7. The pseudoscientific precision—101 possible ratings instead of the usual four or five stars—was a large part of the appeal.* »²²¹

En tant que « *dispositif* », la note renforce l'environnement éditorial, le désobjectivise, et renforce la légitimité du titre de presse en tant qu'évaluateur crédible, puisque la note, motivée, donne un poids supplémentaire au discours. L'autorité du titre de presse, si elle renvoie à sa capacité de persuasion, dépend alors « *plus de l'image qu'il donne de lui que de la qualité intrinsèque de son palmarès* ». Mais l'effort mené pour introduire de la scientificité dans le dispositif d'évaluation et de classement (la note), ne « *saurait justifier à lui-seul le caractère fiable et authentique du palmarès*. » L'autorité du medium est aussi soumise à une dimension subjective et objective, notamment la « *cohérence entre la publication et la ligne éditoriale du journal* », et donc, une certaine prévisibilité du classement, comme nous l'avons vu en seconde partie.²²²

Le classement, et particulièrement celui de *Pitchfork*, comme en témoignaient les interventions de Scott Plagenhoef, peut alors être brandi comme un « *emblème* », au sens de Michel Pastoureau²²³, « *puisqu'il renvoie à la personnalité du titre de presse (auquel on confère une foi de type charismatique) et affirme, en la légitimant de fait, son autorité.* » Il conjugue une « *grammaire publique* » et une « *grammaire de la réalisation* », en rendant

²²⁰ BOUCHARD, Julie. *La médiatisation...* Op. cit.

²²¹ « *Parce que les auteurs de Pitchfork venaient de quitter le lycée, un endroit où la différence entre un 89 et un 91 ne pourrait être plus importante, ils étaient bien placés pour distinguer un album à 8,3 d'un 8,7. La précision pseudoscientifique – 101 notes possibles plutôt que les habituelles quatre ou cinq étoiles – était une partie importante de l'attrait.* » BECK, Richard. Op. cit.

²²² PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. Op. cit.

²²³ PASTOUREAU, Michel. *Une histoire symbolique du Moyen Âge occidental*. Paris : Seuil, 2004.

vraisemblable une information afin de permettre sa réutilisation dans un contexte de sociabilité.²²⁴

Il est en outre un « *objet symbolique* »²²⁵, qui articule un discours à prétention scientifique : en effet, il « *organise une communication en posant les limites de l'intervention et les termes de la discussion et ce en usant de savoir-faire techniques relevant de la rhétorique.* »²²⁶ Ainsi, dans le cas du classement Pitchfork, la rhétorique implique un sondage auprès des contributeurs, et les termes de la discussion se situent dans les limites des disques chroniqués l'année passée par le site. Mais comme l'analyse de la composition des Top 20 nous l'a apprise, on pourrait aussi soutenir que l'intervention, l'acte de classement, est limité aux disques notés au moins 8. Mais l'acte communicationnel d'*affichage de la méthodologie comme source de légitimité et de rigueur* contribue à crédibiliser les résultats.

La récurrence et la périodicité du classement renforcent elles-aussi son autorité, notamment en créant un attachement des publics et des médias. L'exemple de Pitchfork a cela de fascinant qu'il intègre toutes les composantes de la construction de la légitimité : publiant quatre critiques par jour cinq fois par semaines, toutes agrémentées d'une note, le site poursuit une entreprise de classement permanent, et ses archives deviennent un gage d'autorité. Ainsi, le site présentait, en 1999, la mention « *1,512 REVIEWS SINCE TH.FEB.01.96.* »²²⁷ en pied de page.

Enfin, le classement lui-même et sa composition sont des composantes évidemment importantes : on voyait ainsi Pitchfork nommer la mixtape de Jai Paul numéro 20 de son classement, alors qu'il ne l'avait pas chroniquée. Une mixtape est un disque, généralement de hip-hop, diffusé gratuitement car les samples utilisés dans les instrumentaux ne sont pas payés. Il s'agit de fait d'un objet hybride, « *mineur* ». En le distinguant, Pitchfork faisait preuve de sa « *capacité de constituer esthétiquement des objets quelconques ou même « vulgaires » (parce qu'appropriés, esthétiquement ou non, par le « vulgaire »)* ».²²⁸

Enfin, la dernière mesure de l'influence et de la légitimité du classement de Pitchfork se trouve dans le capital social. Il s'agit, selon Bourdieu, de « *l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus*

²²⁴ LEMIEUX, Cyril. *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris : Métailié, 2000.

²²⁵ PASTOUREAU, Michel. *Op. cit.*

²²⁶ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Op. cit.*

²²⁷ « *1512 critiques depuis le 1^{er} février 1996* » BECK, Richard. *Op. cit.*

²²⁸ Bourdieu, Pierre. *Op. cit.*, p. 41.

ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interreconnaissance », ou, de manière simple, d'après Coleman : « le capital humain se situe dans les points, et le capital social dans les lignes qui relient les points. »²²⁹ Cette idée sera développée dans notre seconde partie, mais une anecdote révélatrice, qui résume tous les points de notre analyse, nous permet de l'introduire ici. Elle est racontée par Dave Itzkoff, ancien employé de *Spin*, un magazine musical qui a cessé d'exister en version papier en 2012. Il explique qu'à mesure que l'influence de *Pitchfork* grandissait, les critiques de *Spin* consultaient leur concurrent à la fois « comme une ressource et comme un mètre étalon », dont, s'ils constataient qu'il encensait un nouveau groupe, « ils devaient au moins se demander pourquoi ils n'en faisaient pas encore de même ». « A ce moment-là, analyse-t-il avec lucidité, notre valeur en tant que filtre fiable et consistant avait décliné ». Mais plus intéressant encore est son constat sur ce qui a fait le succès de *Pitchfork*, et la chute de *Spin* :

« The trouble we had at Spin was that although there were still new and emerging indie-rock acts worth getting excited about, none would ever be big enough to sell a magazine that had to reach half a million consumers every month just to stay alive. But Pitchfork thrives in this new climate – it took the model and the voice of a print publication to the Internet, where it could cultivate a small but influential readership and write about music in any form and at any length it wanted. It also rediscovered that the secret to tastemaking is taste: Through the bands that it chose to focus on and the artists it ignored – and, yes, its utterly unscientific but geekily precise 10-point album-rating scale – the site was speaking directly to listeners no longer served by traditional media outlets. »²³⁰

b. Le classement, symbole des valeurs légitimatrices de Pitchfork.

Nous avons déjà soulevé la question indirectement, mais le classement, dans la version qu'en livre Pitchfork, pose de manière intéressante la question de qui procède à l'évaluation. Nous avons vu précédemment que la note donnée à un disque n'était pas forcément celle donnée par le critique, ce qui ouvre une tension quant à la notion de représentativité :

²²⁹ MERCKLÉ, Pierre. *Op. cit.*, p. 41-41.

²³⁰ « Le problème que nous avons chez Spin était que, bien qu'il y ait toujours de nouveaux et émergents artistes qui méritaient que l'on s'enthousiasme, aucun n'était jamais assez grand pour vendre un magazine qui devait toucher un demi-million de consommateurs chaque mois rien que pour survivre. Mais Pitchfork prospère dans ce nouveau climat, en déclinant le modèle et la voix d'une publication imprimée sur Internet, où il a pu cultiver un lectorat restreint mais influent et écrire sur la musique dans la forme et la longueur qu'il voulait. Il a aussi redécouvert que le secret du tastemaking est le goût : à travers les groupes dont il parlait et ceux qu'il ignorait – et oui, sa complètement fantaisiste mais geekement précise échelle de notation à 10 points – le site parlait directement à des auditeurs abandonnés par les media traditionnels. » ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

l'évaluation est à la fois une « *opinion publique anonyme* » et une « *expression d'avis personnel identifié* », puisque la critique est signée d'un auteur. Ainsi, la voix se retrouve « *soumise au site* »²³¹. Cette particularité du classement – l'institution se montrant ainsi garante de l'autorité en étant dépositaire du sens, est multipliée sur Pitchfork où les critiques sont amateurs.

On en retrouve la marque dans le fait que *Pitchfork* n'ait jamais laissé un critique prendre plus de poids que le site, qui aurait menacé son succès et son équilibre :

« *the site's success depended largely on its function as a kind of opinion barometer: a steady, reliable, unsurprising accretion of taste judgments* »²³²

Ainsi, la légitimité et l'autorité des amateurs se construit dans le cadre de l'évaluation, qui constitue l'expertise : « *être expert, c'est être en mesure d'évaluer une chose, c'est-à-dire d'en juger d'après un savoir que l'on est supposé posséder, et dont on doit pouvoir justifier.* »²³³ Les critiques étant amateurs, c'est le site qui légitime l'expert en lui offrant la caution de l'expertise. L'ombrelle de Pitchfork permet ainsi de réduire une tension inhérente à l'expertise personnalisée, (signée, par « *une personne qui met en jeu sa propre légitimité* »²³⁴) : en théorie, « *plus l'expertise est individualisée, plus l'expert est contraint de se justifier (afin d'éviter tout autoritarisme abusif)* »²³⁵ - en pratique, sur Pitchfork, cette obligation n'existe pas, le site permettant de dépersonnaliser l'évaluation, ce que confirme David Hyman, directeur général de *Mog*, un réseau social centré sur la musique : « *I get the sense that a lot of their writers have never written before. You used to have to go to journalism school to have credibility.* »²³⁶

D'où découle une autre particularité du site, qui ne présente pas de possibilités de laisser de commentaires. Contrairement aux magazines, qui se sont tous ouverts au commentaire, Pitchfork ne souffre pas de contestation de son autorité, possiblement, avance Richard Beck, pour ne pas menacer la suspension d'incrédibilité qui est à la base de la confiance en

²³¹ GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *L'évaluation à l'épreuve des médias informatisés*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015, p. 36.

²³² « *Le succès du site dépendait largement de sa fonction de baromètre d'opinion : une constante, stable, fiable, accumulation de jugements de goûts* » BECK, Richard. *Op. cit.*

²³³ BESNIER, Augustin. *Op. cit.*

²³⁴ *Ibid.*

²³⁵ *Ibid.*

²³⁶ « *J'ai l'impression que beaucoup de leurs auteurs n'ont jamais écrit avant. On devait passer par une école de journalisme pour avoir de la crédibilité, avant.* » ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

l'amateur.²³⁷ Cette analyse résonne avec l'interprétation médiactiviste de la naissance de Pitchfork, qui l'éclaire de la nécessité de renforcer la démonstration de l'expertise, en conservant la prérogative de juger, et en ne laissant pas les utilisateurs s'approprier, à l'intérieur du dispositif, les dispositifs d'évaluation.²³⁸

La perspective médiactiviste se retrouve en outre dans deux valeurs fondatrices de Pitchfork, toutes deux liées à l'amateurisme de son personnel. La première est une forme de la disposition esthétique dominante qui implique une approche des arts par le jeu des références, la seconde est l'honnêteté, clamée et proclamée. Ces deux valeurs ont permis d'annobler Pitchfork bien plus que toute autre stratégie.

Dans l'histoire de Pitchfork, une critique a particulièrement fait date : celle de *Kid A*, de Radiohead. Le disque a reçu un 10.0, qui n'était pas le premier du site, mais cette note était auparavant donnée de manière plus légère, plus enthousiaste. Avec *Kid A*, Pitchfork a choisi de consacrer un événement de l'histoire de la musique pop, et la note était leur manière de s'en hisser à la hauteur. Avec son historique de minuscules distinctions décimales entre deux disques, qui lui a permis de construire sa crédibilité, Pitchfork avait « *compris qu'une des choses que l'on peut faire avec le capital culturel est de le dépenser dans quelque chose d'extravagant* ». D'où un 10 qui avait, en outre, la qualité de susciter éloges et critiques à sa réception, constituant « *un investissement dans le futur du site* ». Et pour témoigner de son respect, le critique DiCrescenzo a entrepris, dans sa critique, de lister les différentes influences de Radiohead, de John Coltrane à C.S. Lewis, en passant par les Monty Python, Aphex Twin ou le *White Album* des Beatles. En donnant aux internautes les clés de lecture du disque, en disant tout ce qu'il y avait à savoir quant à la « *compagnie culturelle* » de Radiohead, cette critique a fait date, et « *cette technique est devenue le style signature de Pitchfork* », écrit Beck. Le site devenait, alors, non un recensement encyclopédique de la musique, mais ce que le public, soumis à l'explosion de l'offre recherchait : « *une encyclopédie du goût musical* », du bon goût en rock contemporain, « *accessible à n'importe qui de n'importe où* »²³⁹. De fait, *Pitchfork* prenait à sa charge la culture, comme la définit Pierre Bayard : « *La culture, souligne-t-il, est d'abord une affaire d'orientation. Etre cultivé, ce n'est pas avoir lu tel ou tel livre, c'est savoir se repérer dans leur ensemble, donc savoir qu'ils forment un ensemble et être en mesure de situer chaque élément par rapport aux autres.* »²⁴⁰

²³⁷ BECK, Richard. *Op. cit.*

²³⁸ BESNIER, Augustin. *Op. cit.*

²³⁹ BECK, Richard. *Op. cit.*

²⁴⁰ BAYARD, Pierre. *Op. cit.*

Il est amusant, de fait, de constater que cette vision négative de la critique de Pitchfork qui « *disait peu de chose de la musique de Radiohead que vous n'auriez pu entendre seul* »²⁴¹, est pourtant la définition même du bon goût et du plaisir cultivé évoquée par Bourdieu, lui-même, puis par le truchement de Proust : « *le jeu des références lettrées ou mondaines n'a d'autre fonction que de faire entrer l'œuvre dans la circulation circulaire de l'interlégitimation, l'allusion au Bouquet de fleur de Jan Bruegel de Velours anoblissant le Bouquet de fleurs au perroquet de Jean-Michel Picart, comme, dans un autre contexte, la référence à ce dernier pourra, parce que moins commune, servir à faire valoir le premier.* »²⁴²

« *On peut se fier à Proust qui n'a cessé de cultiver et d'analyser à la fois le plaisir cultivé, lorsque, pour essayer de comprendre et de faire comprendre cette sorte de plaisir idolâtre que l'on prend à lire telle page célèbre, il doit évoquer, outre les propriétés mêmes de l'œuvre, tout le réseau de références croisées qui se tisse autour d'elle, référence de l'œuvre aux expériences personnelles qu'elle a accompagnées, favorisées, ou même produites chez le lecteur, référence de l'expérience personnelles aux œuvres qu'elle a contaminées souterrainement de ses connotations, références, enfin, de l'expérience de l'œuvre à une expérience antérieure de la même œuvre ou à l'expérience d'autres œuvres, chacune d'elles enrichie de toutes les associations et les résonances qui lui sont attachées.* »²⁴³

C'est ainsi que, comme Proust, les critiques de Pitchfork mettent en scène ce « *plaisir cultivé* » qui « *se nourrit de ces références croisées qui se renforcent et se légitiment mutuellement, produisant inséparablement la croyance dans la valeur des œuvres, l'« idolâtrie » qui est au principe même du plaisir cultivé, et le charme inimitable qu'elles exercent objectivement sur tous ceux qui, possesseurs possédés, peuvent entrer dans le jeu* » - une attitude qui renforce, de facto, la position de Pitchfork, comme « *gens de qualité de l'intelligence* »²⁴⁴, et ce de manière plus prégnante encore que la perception artistique repose, naturellement, sur l'identification des différences.

« *Ainsi, l'appréhension des traits stylistiques qui font l'originalité stylistique des œuvres d'une époque par rapport à celles d'une autre époque, ou, à l'intérieur de cette classe, des œuvres d'une école par rapport à une autre, ou encore, des œuvres d'un auteur par rapport aux œuvres de son école ou de son époque, ou même d'une manière ou d'une œuvre particulière d'un auteur par rapport à l'ensemble de son*

²⁴¹ BECK, Richard. *Op. cit.*

²⁴² BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 55.

²⁴³ *Ibid.*, p. 584.

²⁴⁴ *Ibid.*, p. 584-585.

œuvre, est indissociable de l'appréhension des redondances stylistiques, c'est-à-dire des traitements typiques de la matière picturale qui définissent un style. Bref, la saisie des ressemblances suppose la référence implicite ou explicite aux différences et inversement ; l'attribution s'appuie toujours implicitement sur la référence à des « œuvres-témoins », consciemment ou inconsciemment retenues parce qu'elles présentent à un degré particulièrement élevé les qualités reconnues, de manière plus ou moins explicite, comme pertinentes dans un système de classement déterminé. »²⁴⁵

Cette orientation de la critique se rapproche du tableau que faisait Bourdieu des consommateurs et producteurs de culture moyenne, concurrents des *auctores* et *lectores* légitimes. Par la maîtrise des instruments de diffusion du savoir et leur rôle d'intermédiaire culturel, les acteurs de la culture moyenne s'assignent « *le rôle impossible, et par là imprenable, de divulguer la culture légitime, - ce qui les rapproche des lecteurs -, sans posséder l'autorité statutaire et souvent la compétence spécifique des vulgarisateurs légitimes* », une structuration que l'on retrouve chez les amateurs critiques de Pitchfork. Ces derniers s'emparent eux aussi des atours de l'*auctoritas* charismatique « *et de la liberté hautaine par où elle s'affirme dans une désinvolture esthète (visible par exemple dans la facilité décontractée de leur style) et dans un refus affiché du didactisme pesant et du pédantisme triste, impersonnel et ennuyeux, qui sont la rançon ou le signe extérieur de la compétence statutaire.* »²⁴⁶ Les similitudes entre la disposition esthétique Bourdieusienne et l'attitude des amateurs éclairés de Pitchfork ne s'arrêtent pas là, puisqu'on peut aussi reconnaître, dans leurs zéros pointés, le goût pur, « *purement négatif dans son essence, [qui] a pour principe le dégoût que l'on dit souvent viscéral.* »²⁴⁷

L'honnêteté et la liberté créative offerte aux critiques par Pitchfork a en effet été un des premiers points de distinction, d'antagonisme aux médias dominants :

« As every major music magazine's CD review section has devolved into a graveyard of 100-word blurbs offering no room for creativity, personality or, more to the point, relevant criticism, Pitchfork has exploded outward, with 500-word reviews that read like essays, short stories, diary entries and/or harebrained literary experiments. »²⁴⁸

²⁴⁵ *Ibid.*, p. 52-55.

²⁴⁶ *Ibid.*, p. 371-376.

²⁴⁷ *Ibid.*, p. 566.

²⁴⁸ « *Alors que la section critique de tous les magazines musicaux majeurs est devenu un cimetière d'argumentaires en cent mots, ne laissant aucune place à la créativité, à la personnalité, ou pire, à toute critique intéressante, Pitchfork a explosé, avec des chroniques de 500 mots qui se lisent comme*

Le style s'accompagne d'opinions fracassantes qui prennent à revers les pratiques d'une industrie, le journalisme musical, soumis aux labels, à l'intrusion de la publicité, et dont le contenu est majoritairement consacré à la promotion. Ainsi, de ses tonitruants zéro pointés, comme celui gratifié à Sonic Youth, pour son disque *NYC Ghosts & Flowers*, revendiqué par Ryan Schreiber comme la garantie de leur sincérité – et de leur différence, en face des mastodontes de la presse.

*« I feel like honesty is so important in a record review. You can't worry about what the artist is gonna think, what the label's gonna think -- 'Oh, are we gonna get cut from their promo list?' To me it's completely irrelevant. The first thing that any editor should be concerned about is integrity. If you're just reining it in to try and save one person, what's the point? It's criticism. It's criticism! Who responds well to criticism? »*²⁴⁹

*« And you have to be completely honest in a review. If it gets sacrificed or tempered at all for the sake of not offending somebody, then what we do sort of loses its value... That's so the opposite of what criticism is supposed to be. »*²⁵⁰

*« We might be completely over the top in our praise, or we might be cruel. But to anybody who reads the site, it's clear that we're not pulling any punches. »*²⁵¹

Cette honnêteté, étendard de l'intégrité, est le gage de la justesse d'une prise de position, et une condition logique de la position occupée dans l'espace médiatique par un site naissant, cherchant à concurrencer les grands media : *« La sincérité (qui est une des conditions de l'efficacité symbolique) n'est possible – et réelle- que dans le cas d'un accord parfait, immédiat, entre les attentes inscrites dans la position occupée et les dispositions de l'occupant. »*²⁵²

Et de fait, la reconnaissance des qualités de cette posture renforce la légitimité du site, particulièrement auprès de l'industrie qu'il souhaitait renverser :

des essais, des nouvelles, des entrées de journaux intimes et/ou des expérimentations littéraires. »
HARVILLA, Rob. *Op. cit.*

²⁴⁹ *« Je pense que l'honnêteté est tellement importante dans une critique de disque. On ne peut pas s'inquiéter de ce que l'artiste va penser, de ce que le label va penser, à si on va être retiré de leur liste promotionnelle. Pour moi, ce n'est pas pertinent. La première chose qui doit préoccuper un éditeur est l'intégrité. Si on tire sur les rênes pour essayer de sauver une personne, quel est l'intérêt ? C'est une critique. C'est une critique ! Qui répond bien à la critique ? »* Ibid.

²⁵⁰ *« Et il faut être complètement honnête dans une critique. Si elle est sacrifiée ou tempérée pour ne pas offenser quelqu'un, alors ce qu'on fait perd sa valeur. C'est l'opposé de ce que doit être la critique. »* FREEDOM DU LAC, Josh. *Giving Indie Acts A Plug, or Pulling It.* Washington Post.

²⁵¹ *« On peut être démesuré dans nos louanges, ou on peut être cruel. Mais quiconque lit le site, voit bien qu'on ne retient aucun coup »* Ibid.

²⁵² BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 267.

« *The priorities of the mainstream media are to give the audience what they believe they want,* » explique Matthew Perpetua, critique de *Fluxblog.org*. « *Pitchfork goes for things that are not obvious, or aren't on the radar at all. They write about things simply because they're interested in them.* »²⁵³

« *A Lester Bangs-type critic doesn't exist anymore in America, because magazines don't really trash records anymore-they're way too dependent on that label's advertising dollars. Everything out there in print is sugar-coated, where I find that Pitchfork is just way more honest.* »²⁵⁴ – Jonathan Galkin, DFA Records.

« *Pitchfork is certainly a place that other writers and people in the industry look to as one of the barometers of what people are thinking is cool* », explique Alan Light, ancien éditeur en chef de *Tracks magazine*, de *Vibe* et de *Spin*. « *It's a different kind of writing than print-it's kind of shoot-from-the-hip, for better or for worse.* »²⁵⁵

Le succès de cette stratégie doit, il faut néanmoins le souligner, aux destinées et aux trajectoires des concurrents de Pitchfork, qui s'emparait de la niche du rock indépendant quand les media dominants s'en éloignaient : MTV se repositionnait sur la télé-réalité, Rolling Stone faisait la cour aux chanteurs de teen-pop et aux acteurs, tout en réduisant à un paragraphe les critiques de disques, laissant la voie libre à Pitchfork.²⁵⁶

Ainsi, l'exercice de l'évaluation et du classement – dans une logique médiactiviste, avec ce qu'elle suppose d'honnêteté et de démonstration de compétence par le biais des références, participe de la légitimation de Pitchfork, qui manifeste aussi son statut élitiste par la distance au rôle.

c. Distance au rôle et distinction.

Concept de sociologie interactionniste développé par Erving Goffman, la présentation de soi dans le cadre d'une vie sociale envisagée comme représentation sur une scène, avec ses coulisses, ses décors, et ses façades, permet de considérer les attitudes et fonctions des

²⁵³ « *Les priorités des media mainstream sont de donner à leur public ce qu'ils imaginent qu'ils veulent. Pitchfork va vers des choses qui ne sont pas évidentes, ou pas du tout sur le radar. Ils écrivent à propos de trucs simplement parce qu'elles les intéressent.* » ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

²⁵⁴ « *Un critique à la Lester Bangs n'existe plus en Amérique, parce que les magazines ne défoncent plus les disques comme avant, ils sont trop dépendants de la pub des labels. Tout ce qui est imprimé est adouci, alors que je trouve Pitchfork juste plus honnête.* » FREY, Hillary. *Music Dudes Dictate Culture From Chicago*. Observer.

²⁵⁵ « *Pitchfork est certainement un endroit que les gens de l'industrie considèrent comme baromètre du cool. C'est différent de l'écriture du print, à la gâchette facile, pour le meilleur et pour le pire.* » *Ibid.*

²⁵⁶ ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

acteurs d'une situation comme un rôle. On trouve, dans la liberté de ton et de style des critiques de Pitchfork, de nombreux éléments de « *cette manifestation absolue de l'excellence qu'est la détente dans la tension* »²⁵⁷, cette capacité des plus grands de se jouer des règles.

C'est dans ces digressions, dans ces jeux de déviations que Pitchfork devient *taste maker*, se « *donne le droit* » de « *se situer au-delà des règles* », « *se pose comme posant les règles, (...) arbitre des élégances dont les transgressions elles-mêmes ne sont pas des fautes mais l'amorce ou l'annonce d'une nouvelle mode.* » C'est dans ces digressions qu'apparaît la distance au rôle du critique, l'assurance de la légitimité qui « *s'affirme et qui, comme on dit, en impose* », qui permet le « *bluff* », « *une des seules manières d'échapper aux limites de la condition* » pour « *imposer une représentation de soi normalement associée à une condition supérieure et lui assurer l'adhésion et la reconnaissance qui en font une représentation légitime.* »²⁵⁸

On le voit par exemple dans les critiques *humoristiques* publiées par le site, qui jurent avec ce qu'on est en *droit* d'attendre d'un critique. Ainsi de l'album de Jet, *Shine On*, noté d'un 0.0 et pour lequel une vidéo d'un singe urinant dans sa bouche fait office de critique²⁵⁹, ou celle de *Get Born*, leur premier disque, où le dialogue entre le groupe et le manager d'une salle de concert contenait la ligne « *Fuck you, we're Jet!* »²⁶⁰, ou encore l'album de Louix XIV, *The Best Little Secrets are Kept* (1.2), elle aussi sous forme de dialogue entre le leader du groupe et son médecin trop vulgaire pour qu'on le cite ici²⁶¹. On peut aussi mentionner la légendaire photo accompagnant la note (3.3) du disque de Black Kids : deux petits bouledogues à l'air triste avec, incrusté sur l'image, le texte « *sorry :-/* »²⁶², la note accordée à *Do You Like Rock Music ?* de British Sea Power, un « *U.2* » se moquant de leur rock de stade, ou encore la critique de *Daft Club*, des Daft Punk, noté 1.3, qui oppose, dans des strips de bande-dessinée, les morceaux avant et après leur remix, présents sur l'album.²⁶³

Pitchfork va même jusqu'à se moquer de lui-même dans la critique de *The Airborne Toxic Event*, disque ayant ramassé un 1.6 et dont le site est, un peu, responsable :

²⁵⁷ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 196.

²⁵⁸ *Ibid.*

²⁵⁹ SUZUKI, Ray. *Jet – Shine on*. Pitchfork.

²⁶⁰ SYLVESTER, Nick. *Jet – Get born*. Pitchfork.

²⁶¹ SYLVESTER, Nick. *Louis XIV – The best little secrets are kept*. Pitchfork.

²⁶² PLAGENHOEF, Scott. *Black Kids – Partie Traumatic*. Pitchfork.

²⁶³ SYLVESTER, Nick. *Daft Punk – Daft Club*. Pitchfork.

« *In a way, The Airborne Toxic Event is something of a landmark record: This represents a tipping point where you almost wish Funeral or Turn on the Bright Lights or Is This It? never happened as long as it spared you from horrible imitations like this one, often sounding more inspired by market research than actual inspiration. Congrats, Pitchfork reader-- the Airborne Toxic Event thinks you're a demographic.* »²⁶⁴

Mais cette liberté créative se manifeste aussi de manière positive, et le jeu avec la note fait partie intégrante dont *Pitchfork* intériorise et joue avec ses propres clichés. Ainsi, lors de sa sortie, la note de Radiohead était un point d'interrogation, qui une fois cliquée, affichait « *It's up to you* », similaire au message du site du groupe, sur lequel le disque était disponible à un prix fixé par les acheteurs. Cliquée de nouveau, la note affichait alors « *No really, it's 9.3* ». Le site se moquait alors à la fois de lui-même et du groupe, et de l'arbitraire de sa note, comme il le faisait à l'occasion de la critique de *The Eminem Show*, racontant les discussions internes autour de l'évaluation du disque et de la question de la note parfaite :

« *ryan loves it and he likes mmlp too so he's all sonning me now with this 'well ethan yes perhaps i'd allow you to give the marshall mathers lp a 10.0, i mean that particular record was perfect, but not this one' yeah well you were busy talking about at the motherfucking drive in back then so let me redeem your godawful site now. jeez unless he went back on his dumb-ass 'policy' theres a nine dot one up there but i promise you 'the eminem show' is really a ten, know that* »²⁶⁵

Enfin, on pouvait aussi retrouver cet esprit provocateur dans la critique de *Bang Bang Rock'n'roll* d'Art Brut, qui insère entre chaque paragraphe des citations de morceaux du disque pour célébrer, de manière réursive, la qualité des paroles d'un disque encensé dans la critique, qui fait preuve d'une grande lucidité : « *As with the best LCD Soundsystem singles, Bang Bang Rock & Roll is at times some of the best music criticism going right now, and far better than our boringly verbose bullshit 'cause you can dance to it.* »²⁶⁶

²⁶⁴ « *En un sens, The Airborne Toxic Event est un disque qui fera date : il représente un point de bascule où on espérerait presque que Funeral ou Turn on the Bright Lights ou Is this it ? n'aient jamais existé tant que ça vous épargnerait les horribles imitations comme celle-ci, qui sonne plus souvent comme inspiré par une enquête de marché que de l'inspiration artistique. Bravo, lecteur de Pitchfork, the Airborne Toxic Event te considère comme un segment démographique.* » COHEN, Ian. *The Airborne Toxic Event - The Airborne Toxic Event*. Pitchfork.

²⁶⁵ P., Ethan. *Eminem – The Eminem Show*. Pitchfork.

²⁶⁶ « *Comme les meilleurs singles de LCD Soundsystem, Bang Bang Rock'n'roll est à certains instants le meilleur critique musical du moment, et bien meilleur que nos bêtises verbeuses parce que vous pouvez danser dessus.* » MITCHUM, Rob. *Art Brut – Bang Bang Rock'n'roll*. Pitchfork.

Cette désinvolture, cette distance à soi-même et à son rôle distingue Pitchfork de « *la tension anxieuse des prétendants* », en affirmant à la fois la « *possession d'un fort capital et une liberté à l'égard de cette possession* ». Ainsi, les « *prouesses verbales ou les dépenses gratuites de temps ou d'argent* » (ou d'espace, comme lorsqu'un medium prend la peine de publier une critique négative et minimale) que « *suppose la consommation matérielle ou symbolique de l'œuvre d'art* », mais aussi « *l'ascétisme des nantis* » qui s'astreignent à une discipline, une régularité de l'évaluation, et « *le refus du facile qui est au principe de toutes les esthétiques pures* », sont autant de répertoires d'action des possédants, accroissant ainsi leur distance aux dépossédés. Ce faisant, Pitchfork s'empare d'une façon cultivée et libre des amateurs éclairés dont le jugement est profession, devient aristocrate culturel : bluff, imposture, distance et désinvolture qui « *témoignent d'une véritable familiarité* », indifférence à l'ignorance, aux bévues ou aux lacunes, revendiquées avec « *le détachement affranchi de ceux qui se sentent autorisés* » à les avouer.²⁶⁷

Ainsi, loin d'être le signe d'une prétention parvenue, les évaluations hystériques, exagérées de Pitchfork sont au contraire l'expression de l'inné, incarnation de « *l'assurance irresponsable* » de « *la désinvolture insolente* », voire de « *la malhonnêteté cachée que suppose la moindre page d'un essai inspiré sur l'art* »²⁶⁸. Ces libertés sont l'expression d'une « *relation de familiarité autorisant les libertés et les audaces de ceux qui lui sont liés* » par nature et par essence, de cette distance au monde et au rôle, qui constitue la disposition esthétique en l'affranchissant de l'urgence.

Le classement de Pitchfork est donc utilisé comme un instrument de légitimation à trois niveaux : au niveau médiatique, au niveau des valeurs, où l'honnêteté et la construction d'une archive musicale nourrissent la crédibilité au niveau médiatique, et au niveau de la distance au rôle, ce jeu d'interlégitimation faisant passer le classement de simple instrument de distinction à dispositif de légitimation.

Mais comme nous allons le voir, le classement ne légitime pas que le medium, il est aussi un instrument de décision et d'influence sur le monde.

B. La légitimation par l'influence.

Un classement effectif et efficace est un classement qui organise le monde – littéralement : c'est à dire que si le classement est une réorganisation formelle du monde selon sa propre

²⁶⁷ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 286-381.

²⁶⁸ *Ibid.*, p. 381.

logique interne, il est d'autant plus légitimé qu'il permet d'influer sur le monde réel. L'étude du classement doit ainsi prendre en compte sa dimension « *communicationnelle* », car, « *en tant que faits sociaux, les outils de classement et de classification sont légitimés par et dans les processus de mise en forme, diffusion, validation et adaptation qui les font vivre et perdurer dans des contextes variés, ou qui suscitent polémique ou opposition* ». Par leur traduction dans la vie « *réelle* », les classements peuvent revendiquer leur rôle structurant, de médiation, entre connaissance, communication et inscription, de transposition, qui font de l'évaluation « *un principe d'organisation du monde en objets culturels ordonnateurs* »²⁶⁹.

Les différents exemples de l'effet Pitchfork, que nous allons étudier, doivent notamment leur existence à « *l'adhésion collective à un système* » de notation « *qui, du fait de sa large diffusion, permet un langage commun et favorise l'interopérabilité, lui conférant un statut d'autorité.* »²⁷⁰ Ainsi, Pitchfork opère une légitimation de son organisation à l'échelle interne, par l'influence, et par le jeu de la socialisation, car un classement « *n'a lieu d'être que s'il est admis comme réel* », c'est à dire qu'il est à la fois « *argument dans une discussion* » ou « *une aide digne de confiance au moment d'un choix* ».²⁷¹

a. Le classement légitime une version de l'histoire.

De manière logique, le classement opère une légitimation d'un ordre du monde. Dans le cadre du titre de presse, et particulièrement de Pitchfork, on a vu comment les prophéties autoréalisatrices de l'évaluation – en d'autres termes, une prise de position, un pari – étaient confirmées par le classement final, le goût étant ainsi formé par une spirale au début et à la fin confondues pour renforcer la légitimité médiatique et charismatique d'un medium.

Le positionnement est ainsi évidemment un atout maître pour légitimer une certaine idée de l'histoire. Si celle-ci est écrite par les vainqueurs, elle est aussi écrite par les premiers : c'est ce que raconte Ryan Schreiber, peignant un paysage médiatique désertique à l'heure de ses débuts.

²⁶⁹ LIQUÈTE, Vincent & KOVACS, Susan. *Op. cit.*, p. 11.

²⁷⁰ MAURY, Yolande. *Op. cit.*, p. 28.

²⁷¹ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Op. cit.* p. 9.

« *When I started, we had no competition. People would surf the Web for 'Fugazi,' and we'd be one of the few results* »²⁷², leur laissant la liberté de laisser la trace qu'ils souhaitent, plutôt que celles que l'on attendait d'eux, et d'être le dépositaire influent d'un discours sans concurrence.

Un discours sans concurrence ni interférence, car le classement est « *constitué d'un ensemble hétérogène d'éléments qui vont s'articuler afin de poser les modalités de construction d'un savoir* » soumis à un rapport de pouvoir entre le medium et ses lecteurs. En ce sens, il se présente comme un dispositif au sens de Michel Foucault²⁷³. Il concrétise une intention, grâce à des « *environnements aménagés* » qui contiennent et permettent sa médiatisation, ainsi que sa réception²⁷⁴. Ainsi, le classement opère pragmatiquement dans deux dimensions : une dimension symbolique, puisqu'il prétend à l'universalité de sa considération pour les aspects d'un sujet, qu'ils soient quantifiables ou non, un ordonnancement qui organise en série les phénomènes particuliers, et permet de « *tenir un discours général sur ce qui échappe à la raison* » - et une dimension technique, de l'ordre de la méthodologie (l'on pourrait ici parler de dimension subjective tant la méthodologie employée s'éloigne souvent de la science).²⁷⁵

La légitimation de l'ordre opérée par le classement se place, une fois encore, dans une perspective médiactiviste de justification de sa propre nature. Les compétences culturelles sont inséparables des champs sociaux, des marchés où elles reçoivent leur prix – elles sont donc « *solidaires de ces marchés* », et s'inscrivent dans des luttes cultures pour la « *création du marché le plus favorable aux produits qui portent la marque* » d'un certain marché, d'une classe particulière de conditions d'acquisition. Mais « *la marque* » peut aussi, et doit aussi, être entendue au sens de *label*, de distinction opérée par l'institution classificatrice qui crée le meilleur marché pour les produits qu'elle a distingué – une idée que l'on retrouve dans les différents festivals de musique organisés par des media comme Pitchfork et Les Inrockuptibles. C'est ainsi que la « *contre-culture* », ou la culture du rock indépendant, est le « *produit* » des autodidactes cherchant à s'affranchir des lois du marché scolaire, ou de la commercialisation de la musique dominée par les majors (« *auxquels les anciens, moins assurés, continuent à se soumettre bien qu'elles condamnent d'avance leurs produits* »), en créant un autre marché, avec ses propres instances de consécration, par-là même capable

²⁷² « *Quand j'ai commencé, nous n'avions pas de compétition. Les gens cherchaient « Fugazi », et on était un des seuls résultats.* » KOT, Greg. *Pitchfork e-zine tells indie fans what's hot and not*. Honolulu Advertiser.

²⁷³ FOUCAULT, Michel. *Surveiller et Punir*. Paris : Gallimard, 1993.

²⁷⁴ JEANNERET, Yves. *Glossaire en ligne*.

²⁷⁵ BAUBIAS, Thibaut. *Op. cit.*

de contester pratiquement la domination, soit de l'institution scolaire, soit des logiques commerciales, et leur prétention « à imposer à un marché des biens culturels parfaitement unifié les principes du marché scolaire » (ou de la culture commerciale).²⁷⁶

Ainsi, le classement de Pitchfork, dont l'objet d'étude est un genre mineur de la musique, le rock indépendant, est une entreprise de construction des propriétés distinctives des styles de vie légitime, une manière de lutter symboliquement en s'appropriant les modes de consommation légitime, distinguant une aristocratie d'un monde « populaire ». Il comble les lacunes d'un monde autodidacte, remplace l'institution scolaire en lui substituant un ordre légitime d'acquisition de la culture, supprime l'anxiété du bon classement en proclamant l'arbitraire de ses savoirs, constitue cet ensemble de connaissances culturelles musicales en un « ensemble hiérarchisé et hiérarchisant de savoirs implicatifs »²⁷⁷. Ce faisant, le classement éduque l'œil artistique (ou plutôt l'oreille), ce produit de l'histoire reproduit par l'éducation. En soulignant les œuvres remarquables, en distinguant les événements historiques marquants, il impose un mode de perception artistique légitime, une manière de considérer les œuvres légitimes mais aussi de constituer les choses du monde, de consacrer des œuvres culturelles qui ne le sont pas encore.

Pitchfork, par l'évaluation et la consécration du classement, pose les bases d'un « principe de pertinence » à la base de toute perception esthétique de l'œuvre d'art, un principe de sélection qui permet de « repérer et retenir tous les traits stylistiques, et ceux-là seulement qui, replacés dans l'univers des possibilités stylistiques, distinguent une manière particulière de traiter les éléments retenus, c'est-à-dire un style comme mode de représentation où s'exprime le mode de perception et de pensée propre à une époque, une classe ou une fraction de classe, un groupe d'artistes ou un artiste particulier ». Soit, concrètement, les bases d'une éducation de l'oreille selon un ordre et une vision du monde qui lui est propre, légitimée par sa diffusion.²⁷⁸

Le pouvoir de légitimation de l'ordre conféré au classement est d'autant plus grand que le medium en est légitime, et il s'illustre dans la prédiction et sa force d'imposition, dans la Loi d'Engel généralisée à la consommation où le sens du placement conduit à abandonner les objets dévalués pour porter son attention aux objets nouveaux, « par cette sorte de fuite en avant, en avance, en avant-garde qui définit le snobisme. »²⁷⁹ Par un effet de traîne, les distingués, se fiant à leur sens de la distinction, en font bénéficier leurs suiveurs par

²⁷⁶ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 105.

²⁷⁷ *Ibid.*, p. 378.

²⁷⁸ *Ibid.*, p. 52.

²⁷⁹ *Ibid.*, p. 75-78.

influence. Les *taste-maker* au goût infaillible, évaluant les œuvres et les ennoblissant par la même, car « *les choix doivent toujours une part de leur valeur à la valeur de celui qui les fait* », peut ainsi se permettre le bluff, ce choix légitime qui légitime et « *s'impose par la seule manière de s'accomplir* ». La légitimation de l'ordre n'étant alors pas une simple question de justesse, ou de crédibilité, mais de confiance et d'assertion, c'est « *une certitude de soi, cette arrogance, cette assurance qui, étant d'ordinaire le monopole des individus les plus assurés du rendement de leurs placements, ont toutes les chances, dans un univers où tout est affaire de croyance, d'imposer leurs investissements comme les plus légitimes, donc les plus rentables.* »²⁸⁰

Le classement participe alors, en se situant dans le « *tissu des relations sociales et des échanges* », en s'inscrivant dans « *une scène d'énonciation* », de processus d'appropriation et d'interprétation par la mise en scène de l'évaluation, par sa médiation, et contribue à la formation des valeurs émergentes « *des processus et flux entremêlés et hétérogènes d'information et de communication* »²⁸¹. L'évaluation et le classement, comme le souligne G. Balandier, occupent la fonction de « *référence et légitimation omniprésente* », « *l'évaluer et le croire* » agissant comme des « *figures symétriques qui disent répondre aux incertitudes et aux impuissances du présent* ». Synthétisant l'information dans son degré le plus facilement assimilable, le classement devient plus qu'un simple outil de transmission : « *l'évaluation, ce n'est pas de l'information, c'est le pouvoir.* »²⁸²

b. Influencer les influenceurs.

Le tableau de chasse de Pitchfork est aujourd'hui assez conséquent pour que son influence soit considérée comme un donné. Le site a en effet à son crédit le succès, et la chute, de nombreux groupes. Si le nombre de visiteurs mensuels n'est pas connu, Scott Plagenhoef mentionnait, en 2010, le chiffre de 2,5 millions – un chiffre aujourd'hui inférieur aux 2,7 millions de followers du site sur Twitter – un trafic qui, s'il est trop faible pour attirer l'œil de Nielsen²⁸³, est néanmoins considérable et le ressort d'une influence toujours grandissante, puisqu'il s'agit de la publication en ligne consacrée à la musique indépendante la plus populaire²⁸⁴.

²⁸⁰ *Ibid.*, p. 100-101.

²⁸¹ CHAREAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU, Dominique. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil, 2002.

²⁸² BALANDIER, Georges. *Variations anthropologiques et sociologiques sur l' « évaluer »*, Cahiers internationaux de sociologie, 1, n° 128-129, 2010, p. 10-26.

²⁸³ ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

²⁸⁴ *Ibid.*

Le site est ainsi considéré responsable de l'éclosion de nombreux artistes, comme Arcade Fire, Sufjan Stevens, Clap Your Hands Say Yeah, Broken Social Scene, Interpol, Junior Boys et de nombreux autres. Bien que cet impact soit difficile à évaluer, de nombreux signes et éléments permettent d'estimer la responsabilité de l'endossement de Pitchfork dans le succès de ces groupes, comme une sorte d'accord général sur la domination de Pitchfork sur le marché de la musique.

« *These unknown writers have more legitimacy in terms of making or breaking a record than writers from The Village Voice, Spin or Rolling Stone* »²⁸⁵, professe Michel Klausman, gérant d'*Other Music*, légendaire boutique de disques de l'East Village. C'est que le rôle du site dans la consécration d'Arcade Fire a fait date : lorsque *Funeral*, leur premier disque a reçu un 9.7 et l'appellation « *Best New Music* », après la publication de la critique de Pitchfork, le disque « *a été épuisé pendant environ une semaine à cause du trop grand nombre de commande* », témoigne un employé de leur label, Merge Records, qui a dû en presser 60 000 exemplaires supplémentaires pour répondre à la demande²⁸⁶. Le disque est en effet devenu le plus rapidement vendu des quinze ans d'histoire du label de Caroline du Nord, et leur premier a atteint le Billboard 200²⁸⁷. Et pour Dan Houglund, lui aussi employé d'*Other Music*, il n'y a aucun doute sur le rôle de Pitchfork dans l'explosion d'Arcade Fire : « *Sans Pitchfork, je ne peux imaginer que toute la hype autour d'Arcade Fire serait arrivée. C'est tout eux ; ça ne vaut même pas la peine de spéculer là-dessus.* »²⁸⁸. Ce que sous-entend le directeur de la publicité de Merge, Martin Hall, lors qu'il dit que « *cette extraordinaire critique était vraiment la première validation du groupe (...). Avant cela, Arcade Fire volait sous le radar. Mais les portes se sont ouvertes.* »²⁸⁹

Dans son article intitulé « *L'effet Pitchfork* », Wired concourait : « *Arcade Fire a mis fin au débat autour de l'importance de Pitchfork* », qui l'a propulsé de l'anonymat à des concerts complets plusieurs semaines à l'avance, au *Late Show* de David Letterman, et à Central Park.²⁹⁰

Au titre des succès constitués par le site, on peut aussi citer Broken Social Scene, dont le disque avait disparu des bacs entre sa sortie en 2002 et le 9.3 attribué par Ryan Schreiber et

²⁸⁵ « *Ces auteurs inconnus ont plus de légitimité en termes de faire réussir ou se planter un disque que les journalistes de Spin, ou Rolling Stone, ou The Village Voice.* » FREY, Hillary. *Op. cit.*

²⁸⁶ *Ibid.*

²⁸⁷ KOT, Greg. *Op. cit.*

²⁸⁸ FREY, Hillary. *Op. cit.*

²⁸⁹ KOT, Greg. *Op. cit.*

²⁹⁰ ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

Pitchfork en 2003, mais qui remplissait ensuite les salles, emmenant dans son sillage, un an avant Arcade Fire, « l'idée que Pitchfork pouvait exercer le genre d'influence qui fait circuler de l'argent – en d'autres mots, le genre d'influence qui importe encore, dans notre époque de partage de fichiers. »²⁹¹. D'autant plus que, témoigne un des membres, « tout le monde venait nous voir en disant « on a entendu parler de vous sur Pitchfork. (...) Ca nous a offert un public, et on s'est soudainement retrouvé à remplir des salles ».²⁹²

« *The night before we ran the record review, they had played a show to, like, 200 people* », se souvient-il. « *And the next night, and the night after that, and the night after that, and the night after that, their shows sold out continuously. That was amazing to me.* »²⁹³

Evoquons aussi Bon Iver, catapulté vers le succès populaire et critique après que *Pitchfork* ait chroniqué la version autopubliée de son premier album. Le site était ainsi le seul à inclure le disque dans sa liste des meilleurs albums de 2007, et pouvait le rappeler en 2008, alors que sa réédition sur le label Jagjaguwar était citée par plus de seize publications :

« *A few notes: Bon Iver's For Emma, Forever Ago -- issued in 2008 on Jagjaguwar to well-deserved acclaim-- would have likely placed high on our list, but the self-released version of the record appeared in our 2007 edition.* »²⁹⁴

La consécration de Bon Iver, en 2011 et 2012, qui le virent remporter les *Grammy Awards du Meilleur nouvel artiste* et du *Meilleur Album de Musiques Alternatives* ainsi que le titre de *Personne de l'Année* selon le *Time Magazine*, était, à l'évidence, liée à « la crédibilité indie » conférée par la critique de 2007, et suffisante pour le « conduire au succès populaire », d'après ce dernier.²⁹⁵

Nous pourrions aussi évoquer Clap Your Hands Say Yeah, un des favoris de Pitchfork, dont le disque, autopublié lui aussi, avait reçu une effusion de louanges et un 9.0, épuisant le pressage du disque, dont le guitariste Lee Sargent a dit : « *Le truc avec une publication comme Pitchfork est qu'ils peuvent décider de ce qui se passe. Vous voyez ce que je veux*

²⁹¹ BECK, Richard. *Op. cit.*

²⁹² ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

²⁹³ « *La nuit avant la publication de la critique, ils ont joué un concert devant, genre, 200 personnes. Et la nuit suivante, et la nuit après, et la nuit après, leurs concerts étaient systématiquement complets. C'était hallucinant.* » BECK, Richard. *Op. cit.*

²⁹⁴ « *Quelques précisions : le disque de Bon Iver, sorti en 2008 sur Jagjaguwar et justement célébré, se serait sûrement placé très haut sur notre liste, mais la version autopubliée de ce disque était déjà mentionnée dans notre classement de 2007.* » PITCHFORK. *The Top 50 Albums of 2008*. Pitchfork.

²⁹⁵ PITCHFORK. *The Top 50 Albums of 2008*. Pitchfork.

dire ? Ils peuvent dire « on va accélérer le processus et c'est ce qui va se passer... maintenant ! » », ou Tapes'n Tapes, dont le leader a dû prendre une journée de congés pour satisfaire les commandes pour leur album autopublié²⁹⁶ ; mais, parce que l'influence est aussi négative, le cas de Travis Morrison est lui aussi particulièrement révélateur.

Leader du groupe d'art-rock The Dismemberment Plan, un des groupes préférés de l'équipe de Pitchfork, puisqu'il avait été élu numéro 1 de leur top de l'année 1999, Travis Morrison publie son projet solo, *Travistan*, en 2004. Renvoyé dans les cordes avec un double 0, le disque a vu ses ventes largement chuter et les programmeurs des radios universitaires, au départ enthousiastes, se refroidire.²⁹⁷ Un disquaire texan a même refusé, au départ, d'avoir l'album en stock, « pas parce qu'il l'avait entendu – à cause de la critique »²⁹⁸. La réaction de Morrison, en prise avec la puissance de feu du site, souligne la vitesse du changement provoqué par une telle évaluation :

*« I just got the sense [Pitchfork] thought I was a rock star and they wanted to take me down a peg, but I don't think it occurred to them that the review could have a catastrophic effect... Up until the day of the review, I'd play a solo show, and people would be like, 'That's our boy, our eccentric boy.' Literally, the view changed overnight... I could tell people were trying to figure out if they were supposed to be there or not. It was pretty severe, how the mood changed. The review isn't the story. The reaction to it is. The seriousness with which everyone takes Pitchfork is kind of mind-boggling. »*²⁹⁹

Peu après, Morrison s'est retiré du monde de la musique.

Mais, une fois encore, Ryan Schreiber n'a pas démordu de son ethos de sincérité : « *It's difficult. On a personal level, I feel bad. But on a journalistic level, I don't. It's important for us*

²⁹⁶ THOMAS, Lindsey. *The Pitchfork effect*. City Pages.

²⁹⁷ ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

²⁹⁸ *Ibid.*

²⁹⁹ « *J'ai juste eu l'impression que Pitchfork trouvait que j'étais une rock star et qu'ils voulaient me faire descendre d'un cran, mais je crois pas qu'ils ont réalisé l'effet catastrophique que la critique pourrait avoir un effet catastrophique... Jusqu'au jour de la critique, je jouais des concerts et les gens disaient « c'est notre petit gars ». Littéralement, l'opinion a changé du jour au lendemain. Je voyais que les gens essayaient de deviner s'ils devaient être là ou pas. C'était assez sévère, comme l'ambiance a changé. La critique n'est pas le nœud, c'est la réaction qui l'est. Le sérieux avec lequel tout le monde prend Pitchfork est extraordinaire »* BECK, Richard. *Op. cit.*

to be as completely honest as we possibly can. »³⁰⁰ Dans une autre interview, il ne changeait pas de discours :

« *And it's the greatest thing in the world to see that band going around playing for 50 people and the next night, because of a good review, it's sold out. But you have to keep it honest. And that's why we have any impact, because people know that they're going to get a straight answer from us. We would never trash a band that's putting out its first record, just to kill it. Though, with something like the Travis Morrison record, I know that I would give it the same ranking no matter what.* »³⁰¹

Nosh Rosenfeld, copropriétaire du label Barsuk Records, éditeur de *Travistan*, a mis en évidence le nouveau statut d'influenceurs de Pitchfork : « *A Rolling Stone review doesn't necessarily sell a single record for us. But with Pitchfork, you get a review, and you can see the impact on sales* »³⁰², ce que confirme Mr. Sylvester, contributeur du site : « *You know if you drop an 8.0 on a record, 1,000 people will buy it or download it* »³⁰³, ce qu'admet aussi Steve Sowley, gérant des disquaires *Reckless Records* : « *They have a unshakable control over the indie-music scene. If they rate an album an 8.5 or above and you're an indie store, you'd best be ready to stock a lot of those albums* ». ³⁰⁴

Cette influence inégalée trouve sa source dans le public de *Pitchfork*, qui concentre un capital social sans commune mesure, décrit par de nombreux articles cherchant à comprendre le succès du site :

« *Pitchfork has found its own way to thrive in an industry that is slowly being niched to death: it influences those who influence others.* »³⁰⁵

³⁰⁰ « *C'est difficile. D'un point de vue personnel, je me sens mal. Mais d'un point de vue journalistique, pas du tout. C'est important pour nous d'être aussi honnêtes que possible.* » FREEDOM DU LAC, Josh. Op. cit.

³⁰¹ « *Et c'est la chose la plus géniale du monde de voir un groupe jouer pour 50 personnes et la nuit suivante, grâce à une bonne critique, c'est complet. Mais il faut rester honnête. Et c'est pour ça qu'on a un quelconque impact, car les gens savent qu'ils auront une vraie réponse de notre part. On ne défoncera jamais un groupe qui sort son premier disque, juste pour le tuer. Mais, pour un truc comme le disque de Travis Morrison, je sais que je lui donnerais la même note quoi qu'il arrive.* » FREY, Hillary. Op. cit.

³⁰² « *Une critique de Rolling Stone ne vend pas nécessairement un seul disque pour nous. Mais avec Pitchfork, tu as une chronique, et tu peux voir l'impact sur les ventes.* » KOT, Greg. Op. cit.

³⁰³ « *Vous savez que si vous lâchez un 8.0 à un disque, mille personnes vont l'acheter ou le télécharger.* » FREY, Hillary. Op. cit.

³⁰⁴ « *Ils ont un contrôle inébranlable sur la scène indie. S'ils mettent 8.5 ou plus à un album, et que vous avez un magasin indie, vous avez intérêt à en commander beaucoup.* » KOT, Greg. Op. cit.

³⁰⁵ « *Pitchfork a trouvé son propre moyen de prospérer dans une industrie qui, lentement, est isolée à mort : il influence ceux qui influence les autres* » ITZKOFF, Dave. Op. cit.

« everyone from record company talent scouts, magazine editors, college radio programmers and record-store managers »³⁰⁶

« I think 90 percent of the music industry logs on to Pitchfork first thing in the morning »³⁰⁷

« viewed daily by 160 000 music zealots, record store buyers, college radio programmers, label executives, magazine editors and their ilk »³⁰⁸

Avec autant de nœuds d'influence dans leur public, depuis les acteurs de l'industrie jusqu'aux fans tenant leurs propres blogs, *Pitchfork* est devenu le baromètre de l'opinion, consulté et suivi dans des prédictions auto-réalisatrices :

« I look at it all the time, because I need to know what people are going to come in and ask for, explique Stephen Sowley. If they give a glowing review to a record, with a high number rating, it goes crazy. »³⁰⁹

Une spirale évidemment renforcée par la mise en évidence dudit disque dans les boutiques et les présentoirs, mais qui n'est pas questionnée par les acteurs d'une industrie musicale moribonde :

« No matter what I think of the writing, Pitchfork does need to be commended. They're serving as a means for people to find out about new music. They're shining light on bands that are taking risks and doing it for themselves, without a ridiculous advertising campaign to back them up. »³¹⁰

C'est qu'une fois encore, l'indépendance et l'honnêteté de *Pitchfork* sont les meilleurs arguments de vente du site. La « certaine jeunesse du style d'écriture »³¹¹, notamment, intervenant comme une sorte de garantie de sincérité désarmante, ou rendant plus acceptable, l'arrogance de l'évaluation, celle qui rend le « palmarès expéditif et

³⁰⁶ « tout le monde, des talents scouts de labels, aux éditeurs de magazines, programmeurs de radio de fac et gérants de magasins de disque » KOT, Greg. Op. cit.

³⁰⁷ « Je crois que 90% de l'industrie musicale se connecte à Pitchfork avant toute chose le matin » FREEDOM DU LAC, Josh. Op. cit.

³⁰⁸ « consultée quotidiennement par 160 000 fanatiques de musique, acheteurs de magasins de disque, programmeurs de radio de fac, cadres de labels, éditeurs de magazines et compagnie » *Ibid.*

³⁰⁹ « Je le consulte tout le temps, parce que j'ai besoin de savoir ce que les gens vont venir chercher. S'ils font une critique élogieuse d'un disque, avec une note haute, ça devient la folie » *Ibid.*

³¹⁰ « Quoi que je pense du style, Pitchfork doit être loué. C'est une passerelle pour que les gens découvrent de la nouvelle musique. Ils mettent la lumière sur des risques qui prennent des risques, sans une campagne de pub ridicule derrière eux. » *Ibid.*

³¹¹ KOT, Greg. Op. cit.

inacceptable », qui offre un « *critère d'échelonnage sur lequel on puisse s'entendre* », en réconciliant, donc, l'écriture journalistique arrogante, la « *fausse écriture* » de Barthes, avec l'écriture égotiste, jamais arrogante, du « *je* »³¹². Les prises de positions violentes, prophétiques, extatiques, trouvaient leur légitimation dans l'histoire du rock, de Jon Landeau (« *J'ai vu le futur du rock'n'roll et son nom est Bruce Springsteen* »), à Greil Marcus à propos de *Self Portrait* de Dylan (« *Qu'est ce que c'est que cette merde ?* »)³¹³, laissant Pitchfork « *s'approprier l'aura d'intégrité et d'authenticité qui rend crédibles ces déclarations, même auprès des fans* », et permet, par l'influence, de légitimer l'ordre édicté par le classement.

c. Le classement et son rôle de vecteur de socialisation.

Le classement est aussi en effet une ressource personnelle, un capital culturel qui légitime un ordre, une vision du monde. Il s'agit d'une version objectivée, légitimée, argumentée, d'un ordonnancement du monde qui serait strictement socioéconomique et culturel, si l'on en croît Bourdieu. En effet, puisque son appropriation suppose des « *dispositions et des compétences qui ne sont pas universellement distribuées* », qui possèdent l'apparence de l'innéité mais peuvent aussi être acquises, les « *œuvres culturelles font l'objet d'une appropriation exclusive* », et sont incorporées au capital culturel. Ainsi, le classement opère comme un guide culturel de la consommation d'objets à fort « *profit de distinction* » et à fort « *profit de légitimité* », afin de permettre à quiconque d'être « *comme il faut* »³¹⁴.

Le classement confère alors un profit symbolique supplémentaire aux œuvres qu'il distingue, les rendant plus distinctives encore – et leur appropriation, via la médiatisation de l'évaluation, contribue à « *la reconnaissance collective du caractère rationnel et authentique du palmarès* », à mesure que ses utilisateurs le reçoivent, l'utilisent, et braconnent avec son contenu pour justifier ou argumenter leurs consommations. En effet, le geste d'évaluation est distinctif, et « *sa circulation et sa lecture transforment la valeur des objets dans les cadres sociaux de leur réception comme ils transforment la valeur des évaluateurs eux-mêmes.* »³¹⁵

La forme fétichiste du chiffre que prend le palmarès, avec son exactitude *quasi-parfaite*, puisque, on l'a vu, le classement peut-être amendé, permet sa lecture limpide mais surtout l'accès immédiat à une connaissance utilisable. Unis par le chiffre, universel et indiscutable, les récepteurs du classement peuvent passer à la phase de réception et d'interprétation, « *au cours de laquelle le lecteur devient actif en s'appropriant le palmarès pour l'utiliser*

³¹² BARTHES, Roland. *Op. cit.*

³¹³ ITZKOFF, Dave. *Op. cit.*

³¹⁴ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.*, p. 252.

³¹⁵ BAUBIAS, Thierry. *Op. cit.*, p. 180.

comme base d'un nouveau discours ». Ainsi, l'individu devient relai d'opinion en ce qu'il va braconner avec le texte, il remplit les « *tissus d'espaces blancs, d'interstices à remplir* » et les utilise pour produire son propre discours, qui repose sur l'objectivité scientifique indiscutable du chiffre, nimbé d'autorité.³¹⁶

Avec cette base commune, cette unique échelle de valeur, le classement est « *apprécié comme vecteur de socialisation* ». Il développe un savoir et une culture communs, qui permet l'établissement de nouvelles normes, d'un nouvel ordre (une « *version fantasmée des chartes* », remis dans l'ordre). Mais le palmarès devient aussi un facteur d'individuation, il participe de la définition de l'identité sociale, de la présentation de soi.³¹⁷

En effet, le classement est en réalité l'objet d'un accord tacite entre son éditeur et son lecteur : il fournit des éléments d'individuation, qui permettent au lecteur de « *se poser en être singulier* », et lui donne « *les arguments discursifs qui permettront de justifier ses actions et de fonder son jugement en considération des fins socialement valorisées* », dans une logique de socialisation³¹⁸. Encore une fois, le classement agit dans une logique de démocratisation, qui ouvre la « *possibilité d'émettre un jugement dans un cadre susceptible de le rendre publiquement visible* »³¹⁹. Les experts, les élites, dotés d'une parole refusée à la masse, se retrouvent privés de leurs droit exclusif, le classement permettant à chacun d'évaluer à son tour les objets qui lui sont présentés, conduisant à une « *démocratisation de l'expertise* »³²⁰.

Le classement n'est ainsi pas une simple ressource digitale, mais un bagage culturel utile au quotidien, servi par la médiatisation intermédiaire du classement, dont la diffusion globale et globalisante sur le web, lui permet d'être livré à l'appréciation (et au braconnage) du plus grand nombre.³²¹ Ainsi se démocratise le droit et la possibilité de « *jouer à l'expert* », sans jamais avoir à se justifier, « *c'est-à-dire à justifier de ses compétences pour légitimer son jugement* », grâce à l'apport de connaissances d'une expertise individualisée et dépersonnalisée du classement – en effet, « *la médiatisation de l'évaluation, toujours entendue comme intermédiation et publicité de l'évaluation, permet à quiconque de se comporter comme un expert sans avoir à se justifier.* »³²²

³¹⁶ ECO, Umberto. *Lector in Fabula*. Paris : Grasset, 1979.

³¹⁷ LINTON, Ralph. *Le fondement culturel de la personnalité*. Paris : Dunod, 1977.

³¹⁸ PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Op. cit.*

³¹⁹ BESNIER, Augustin. *Op. cit.*, p. 38.

³²⁰ *Ibid.*, p. 38.

³²¹ *Ibid.*, p. 40.

³²² *Ibid.*, p. 44.

De fait, le classement et son ordre du monde sont légitimés, par son autorité énonciative et la reconnaissance de la qualité de ses productions, leur reprise, et leur intégration à l'individuation, constituant une « *autoritativité* »³²³ pragmatique fondée sur la circulation, l'ancrage en tant que point de référence, induit ou reconnu. De fait, il est particulièrement utile et prégnant dans le monde de la communication.

C. Recommandations professionnelles.

De notre analyse ressortent plusieurs points différents dont l'application professionnelle recèle de nombreux bénéfices potentiels.

a. Recommandations de branding.

Le classement et l'évaluation ouvrent, par leur démocratisation, une nouvelle ère, celle de la comparaison fiable et éprouvée. Ce qui était auparavant le privilège des associations de défense des consommateurs et de leurs magazines est aujourd'hui aussi l'apanage de la publicité.

Ainsi, on voit émerger, et le futur devrait en réserver de plus en plus, les outils et les spots comparatifs, qui arrivent aujourd'hui sur les écrans de télévision, après être nés sur internet. Dans la lignée des comparateurs d'hôtels et de billets d'avion, qui se sont récemment développés, Leclerc a ainsi développé son application « *Qui est le moins cher* », qui permet de trouver le magasin le plus abordable dans sa région, mais dont les retours d'utilisateurs soulignent bien l'importance de la crédibilité de l'énonciateur et de la preuve accompagnant un discours :

« La blague J adore les application de merde comme ca .. le produit na pas ete trouver .. mdr normal cest que a leclerc cest plus cher :-) appli de leclerc je deconseille vivement »

*« Fonctionne à l envers En fait 95% des produits de grandes marques ne passent pas ou ne sont pas reconnus ce qui donne donc l information sous entendu que Leclerc est plus cher ! »*³²⁴

³²³ BROUDOUX, Evelyne. *Autoritativité, support informatique, mémoire. Journées « hypertextes, mémoire, fiction*, Montréal, novembre.

³²⁴ Commentaires et notes de l'application sur le playstore Android.

A l'inverse, la stratégie développée par Smart dans son dernier spot TV avait tous les atouts d'un classement légitimant : le spot montre en effet différentes voitures de la catégorie des citadines tenter de se garer dans une place de parking, dans laquelle seule la Smart est suffisamment petite pour rentrer, démontrant ainsi la supériorité du modèle de la marque allemande, légitimant ainsi son *claim* tout en décrédibilisant les autres.³²⁵

Ce classement, cette évaluation pratique et pragmatique se distingue en y insérant des éléments de relativité (ordinalité et cardinalité) que ne prennent pas en compte les nombreux autres évaluations présentes dans les communications publicitaires, comme la mention « *Elu produit de l'année* » ou « *le premier* », qui assimile la prime au premier entrant au meilleur par le jeu des *claims* communicationnels, une évolution mise à mal par les nombreux avis de consommateurs et l'ouverture de la critique à tous les possédants suscité par le web.

b. Recommandations pratiques.

Enfin, le classement et son importance doivent nous conduire à relativiser certains indicateurs. En effet, on constate la prégnance de nombreuses qualimesures en valeur absolue pour mesurer le succès des publicités : nombre de pages ou de vidéos vues, followers sur les réseaux sociaux, impressions, récompenses lors des raouts créatifs...

Ces indicateurs ont aujourd'hui des limites diverses et variées, la mesure de l'affichage n'ayant rien à voir aujourd'hui avec celle de l'attention. Ainsi, dans une industrie dominée par des KPI chiffrées mais peu représentatifs, une meilleure analyse de l'efficacité des campagnes et objets de communication serait à trouver dans de nouvelles qualimesures, comme le temps passé sur une page, le pourcentage d'un contenu vu, ou l'engagement avec un objet communicationnel, toutes les interactions (partages, commentaires, braconnage, en somme) d'un public avec une communication. La notion de « *minutes d'attention* » développée par Upworthy³²⁶ est par exemple intéressante car elle distingue ce sur quoi les gens cliquent le plus de ce qui les intéresse le plus profondément, ce à quoi ils sont prêts à consacrer du temps et de l'attention.

Evaluer nos moyens d'évaluation et effectuer un classement de leur qualités quant à leur intérêt pour ses récepteurs, plutôt que sur leur façade mathématique est, à notre sens, un

³²⁵ ANONYME. *La Smart ForTwo se mesure à la concurrence*. Autoplus.

³²⁶ ANONYME. *What Uniques And Pageviews Leave Out (And Why We're Measuring Attention Minutes Instead)*. Upworthy.

des défis majeurs d'un secteur comme la publicité confronté aujourd'hui à de nombreuses remises en question et à une surprolifération des contenus nuisant fortement à sa perception en noyant les différentes proposition publicitaires dans un bruit ambiant.

Conclusion :

Le classement est ainsi un objet d'étude riche de possibilités d'analyse. Avec la perspective médiactiviste sous-tendant notre travail, il nous semble avoir éclairé cet objet communicationnel sous un jour nouveau et original. Cette théorie des jeux de pouvoir du champ médiatique, qui rend compte de la manière dont un medium se construit par ses publics se trouve en effet au croisement de la montée de l'amateur, de la démocratisation de l'évaluation, de la disparition des gatekeepers, autant de facteurs qui ont encouragé un mouvement de création personnelle, d'éclosion et d'explosion des blogs et du format de la liste, comme le succès de Topito et Buzzfeed le montre bien. Le classement, est donc un objet éminemment moderne, et nous aurions aimé pouvoir analyser plus en profondeur l'impact du format de la liste sur celui du web. L'évaluation et le classement font partie d'un ensemble de processus qui sont au cœur des questions de la légitimité de l'énonciation, de la crédibilité.

En effet, le classement, héritage scientifique et positiviste d'organisation du monde communique sa légitimité formelle et pragmatique aux dispositifs d'évaluation et de classement des œuvres culturelles. Le chiffre, malgré son arbitraire, possède une précision mathématique, une dimension scientiste qui permet de conférer le caractère d'objectivité aux jugements esthétiques. Dans cette perspective médiactiviste, un émetteur ne bénéficie d'aucune légitimité a priori – celle-ci est conférée a posteriori par la mise à l'épreuve du classement. Avant de la conquérir, le classement comme objet communicationnel est un dispositif formel qui reprend les codes de la science : précision, ancrage mathématique, liste et mise en valeur du référent (ici, le chiffre). C'est la diffusion et sa reprise qui font du classement un objet légitime. Nous aurions pu nous concentrer et approfondir ces mécanismes de réception, de récupération et de braconnage qui participent de ce mouvement de publication, de réception, de circulation, et de légitimation.

Nous avons ensuite confirmé que l'intention présidant au classement était déterminante – une théorie que nous aurions aimé pouvoir confronté au déterminisme socioéconomique bourdieusien, pour tempérer les mécanismes de la position sociale par ceux de la projection et de l'ascension, et de l'autodidactisme – ainsi que nous aurions pu approfondir cette étude de l'intention, mais il nous semblait qu'elle dépassait le cadre et nous aurait fait verser dans le subjectif et les considérations esthétiques. Ainsi, dans cette perspective médiactiviste qui a conduit notre étude, le classement est autant une affaire de goût que de sens du placement, une stratégie médiatique et de positionnement éditorial et commercial qui crée de la distinction en occupant un océan bleu, afin de développer une légitimité culturelle par la

communication de jugements de goûts autour d'une niche où la concurrence est faible. La distinction s'opère alors en allant là où personne ne va ou en adoptant la position contraire de la concurrence – la réversibilité biographique assurant que les erreurs puissent être corrigées. Le classement, récurrent, commenté, discuté, est ainsi un vecteur de fidélisation et de légitimité d'un medium s'imposant dans le paysage culturel à intervalles fixes, suscitant l'attente et alimentant la crédibilité. La composition interne du classement est elle presque accessoire, tant il évolue, par le mouvement du temps, celui de l'histoire, la révision des courants et des styles, tant il ne s'agit pas d'un objet figé mais d'une photographie d'un moment de l'histoire. C'est donc moins au classement que la crédibilité est accordée qu'à l'organe énonciateur, qui bénéficie d'une légitimité rationnelle (en cas de base scientifique du classement) et charismatique qui s'éprouve dans la force de la réaction suscitée plutôt que dans la valeur applicative d'un classement. Celui-ci se donne alors à voir dans les braconnages, dans les réceptions, dans les réutilisations qu'il provoque, et nous aurions aimé analyser plus avant les différents sites consacrés à la présentation de soi, et ainsi voir comment les utilisateurs braconnent au quotidien ces savoirs condensés et présentés dans leur version minimale, dans leurs likes facebook ou leurs conversations twitter.

Enfin, on a vu que le classement est revendiqué comme un emblème, comme un symbole de goût, de raison, ou encore d'influence par les media qui le constituent. Les déclarations enfantines de Scott Plagenhoef en étaient ainsi révélatrices, mais la dynamique est elle même particulièrement complexe et réflexive : l'évaluation influençant le classement, l'évaluation influençant la perception d'un objet culturel, la perception influant sur la représentation de l'objet, sur sa réalité et ses conditions d'existence (particulièrement lorsqu'il s'agit du succès ou de l'échec d'un artiste), renforçant alors la perception de l'énonciateur, de son classement et de son évaluation, dans une spirale où l'influence subit une croissance inflationniste. Nous trouvons intéressant de voir qu'aussi subjectif soit-il (révisé, amendé, de mauvaise foi, voire « bluffant », au sens bourdieusien), le classement, qui n'a rien de la scientificité dont il se pare des atours et de l'esthétique, réussit à atteindre une influence objective sur le monde réel. Ce paradoxe, qui convertit l'influence esthétique en valeur réelle, est un des éléments de légitimation les plus prégnants puisqu'il intervient à la fois sur la perception du média et sur le réel, sur l'ordre du monde qu'il légitime à travers le classement, lui même nourrit par sa transcription dans le monde réel.

Le classement est donc d'un objet particulièrement trouble, aux frontières de l'incarnation et de la communication, il se joue dans des processus d'imbrication entre la médiation, la médiatisation, et l'incarnation par ses effets physiques. Réorganisation du monde légitimée par sa circulation, il opère au niveau individuel, médiatique, du titre de presse et il faudrait

consacrer un travail complet à l'étude des circulations médiatiques, individuelles et les reprises d'autres titres de presse qui concourent à légitimer un media et son palmarès, et de la replacer dans un cadre plus large de mutations de la presse autour de la domination de la page vue et du clic, dans une nouvelle économie publicitaire caractérisée par l'hyperpublicitarisation et la dépublicitarisation, par l'envahissement de la publicités dans le design des pages web et l'avènement du *branded content* et du *native advertising* qui font disparaître les formes de la publicité sur les mêmes pages. On retrouve ici les problématiques et le sujet du succès de BuzzFeed et Topito dont le business model repose sur ces nouvelles incarnations d'anciennes formes de publicités, qui ouvrent la question des cycles de Kondratieff de ce domaine.

Bibliographie

Livres et articles de recherche

ANONYME. *Petit glossaire des notions centrales de ce numéro*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.

BANNISTER, Frank. *Les évaluations comparatives : un fléau*. In : Revue Internationale des Sciences Administratives, n°73, p. 187-206, Bruxelles : IISA.

BARTHES, Roland. *Le Neutre : Cours au collège de France (1977 – 1978)*. Paris : Seuil, 2002.

BAUBIAS, Thibaut. *La médiatisation du Palmarès des musées de France : dispositif, légitimité et registres de valeurs*. BOUCHARD, Julie. *La médiatisation de l'évaluation et les flux de valeurs*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.

BAYARD, Pierre. *Comment parler des livres que l'on n'a pas lus*. Paris : Les Editions de Minuit, 2007.

BERGER, Peter. *Invitation à la sociologie*. Paris : La découverte, 2006.

BERTIN, Erik & GRANIER, Jean-Maxence. *La société de l'évaluation : nouveaux enjeux de l'âge numérique*. In : Communication & langages, n°184, Théorie critique et musiques enregistrées, Paris : Celsa / NecPlus, 2015.

BESNIER, Augustin. *L'évaluation sur Internet : une démocratisation de l'expertise ?* In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.

BOLTANSKI, Luc & THEVENOT, Laurent. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard, 1991.

BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.

BOUCHARD, Julie. *La médiatisation de l'évaluation et les flux de valeurs*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.

BOUCHARD, Julie. *Le classement : instrument de valorisation des universités parisiennes*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.

BOUCHARD, Julie. *Les classements et le faire-savoir médiatique*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.

BOURDIEU, Pierre. *La distinction*. Paris : Les Editions de Minuit, 1982.

BRAND, Stewart. *We Owe It All to the Hippies*. Time. N°145, 1995.

BROUDOUX, Evelyne. *Autoritativité, support informatique, mémoire*. Journées hypertextes, mémoire, fiction, Montréal, novembre.

CANDEL, Étienne. *Formaliser, normaliser : les figures du classement ordinaire sur Internet*, avec Gustavo Gomez-Mejia, Séminaire « Médias et palmarès », ISCC, 8 mars 2011. Repris le 24 juin 2011 au séminaire « Le chaos des écritures », Université Paris-Diderot (Paris 7).

- CANDEL, Etienne. *Une ration quotidienne de statistiques. La pratique éditoriale du "chiffre du jour" dans la presse écrite*. In : Médiation et information, n°28, La communication nombre, p. 37-52. Paris : L'Harmattan, 2008.
- CARDON, Dominique. *La démocratie Internet*. Paris : Editions du Seuil et La République des Idées.
- CARDON, Dominique & GRANJON, Fabien. *Médiactivistes*. Paris : Presses de Sciences Po, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris : Nathan/Institut national de l'audiovisuel, 1997.
- CHARTIER, Anne-Marie. *Les disciplines scolaires : entre classification des sciences et hiérarchies des savoirs*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- CHIROLLET, Claude. *Les Mémoires de l'art*. Paris : Presses universitaires de France, 1998.
- DELILLO, Don. *Americana*. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 1971.
- DESROSIÈRES, Alain. *L'Argument statistique. Pour une sociologie historique de la quantification*. Paris : Presses de l'école des Mines, 2008.
- DEWEY, JOHN. *La formation des valeurs*. Paris : La Découverte, coll. « Les empêcheurs de penser en rond », 2011.
- DIDION, Joan. *Slouching Towards Bethlehem*. New York : Farrar, Straus and Giroux, 1968.
- DUJARIER, Marie-Anne. *L'automatisation du jugement sur le travail. Mesurer n'est pas évaluer*. In : Cahiers internationaux de sociologie, n° 128-129, vol. 1, 2010.
- ECO, Umberto. *Lector in Fabula*. Paris : Grasset, 1979.
- FARCHY, Joëlle & MÉADEL, Cécile. *Moteurs de recherche et référencement : chassez le naturel...* In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- FAURÉ, Bertrand & GRAMACCIA, Gino. *La pragmatique du chiffre dans les organisations*, Etudes de communication, n°29, 2006.
- FOUCQUET, Annie & PERRIAULT, Jacques. « *Évaluation, politiques publiques, politique de recherche* ». In : Communication et organisation, n° 38, Management de l'évaluation et communication, p. 29-40. Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, 2010.
- GOMBRICH, Ernst. *Meditations on a hobby horse*, Londres : Phaidon Press, 1963.
- GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *L'évaluation à l'épreuve des médias informatisés*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.
- GOODY, Jack. *La raison graphique*. Paris : Les Éditions de Minuit, 1979.
- HEINICH, Nathalie. *Ce que l'art fait à la sociologie*. Paris : Editions de Minuit, 1998.
- JESPERS, Jean-Jacques. *Journalisme de télévision: Enjeux, contraintes, pratiques*. Bruxelles : De Boeck, 2009.
- KARPIK, Lucien. *L'économie des singularités*. Paris : Gallimard, 2005.
- LANGVILLE, Amy & MEYER, Carl. *Who's #1 ? The Science of Rating and Ranking*. Princeton : Princeton University Press, 2012.

- LEMIEUX, Cyril. *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris : Métailié, 2000.
- LIQUÈTE, Vincent & KOVACS, Susan. *La lutte des classements*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- MALLOWAN, Monica. *De la classification des stratégies d'information à la transculture de l'information*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- MALTAIS, Robert, ASSELIN, Yvan, BRISSON, Pierre & PARENT, André. *L'écriture journalistique sous toutes ses formes*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 2010.
- MARKOFF, John. *What the Dormhouse said. How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. New York : Penguin Book, 2006.
- MATHÉ, Anthony. *Regards sémiotiques sur les statistiques en cosmétique*. In : Médiation et information, n°28, La communication nombre, p. 159-179. Paris : L'Harmattan, 2008.
- MAURY, Yolande. *Classements et classifications comme problème anthropologique : entre savoir, pouvoir et ordre*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- MERCKLÉ, Pierre. *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La Découverte, 2011. (Repères).
- MINC, Alain & NORA, Simon. *L'Informatisation de la Société*. Paris : La Documentation française/Seuil, 1979.
- MOLES, Abraham. *Les sciences de l'imprécis*. Paris : Seuil, 1990.
- MORANDI, Franc. *Classer et « encyclopéder » aujourd'hui : la reconfiguration des formats de connaissance*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- OGIEN, Albert. *La valeur sociale du chiffre. La quantification de l'action publique entre performance et démocratie*, Revue française de socio-économie, n° 5, 2010.
- PASTOUREAU, Michel. *Une histoire symbolique du Moyen Âge occidental*. Paris : Seuil, 2004.
- PEREIRA, Marion, PERNET, Etienne, RABOTIN, Marie-Madeleine, RAHIMI, Samir & SOLAÏ, Théo. *Les palmarès dans la presse : quelle économie symbolique ?* Travail d'Initiation à la Recherche. Paris : Celsa Paris-Sorbonne, 2013.
- PHARABOD, Anne-Sylvie, NIKOLSKI, Véra & GRANJON, Fabien. *La mise en chiffres de soi*. In : Réseaux, n° 177, Politique des algorithmes, p. 97-129. Paris : La Découverte, 2013.
- POULET, Vadim (2012). *Twitter, nouveau support d'un médiactivisme et des mobilisations sociales ? Le cas #Botzaris36*. Mémoire : Science et communication des organisations. Institut d'Etudes Politiques de Lille.
- RASSE, Paul. *Systématique et systémique, la leçon des muséums*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- RÉGIMBEAU, Gérard. *Classer, c'est penser*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- RÉGIMBEAU, Gérard. *Classifier les œuvres d'art : catégories de savoirs et classement de valeurs*. In : Hermès 66, Classer, penser, contrôler. Paris : CNRS Editions, 2013.
- ROBETTE, Nicolas. *Pitchfork, la « Pravda de l'indie rock » ? Le pouvoir de prescription dans le champ de la critique rock* [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://nicolas.robette.free.fr/Docs/NRobette-Pitchfork.pdf>

SUROWIECKI, James. *La Sagesse des Foules*. Paris : Jean-Claude Lattès, 2008.

TARDE, Gabriel. *Psychologie économique*. Paris : Félix Alcan, 1902.

VERHOEVEN, Deb & MORRIS, Brian. 'Second city syndrome' : *media reportage of urban rankings*. In : BOUCHARD, Julie, CANDEL, Etienne, CARDY, Hélène & GOMEZ-MEJIA, Gustavo. *La médiatisation de l'évaluation*. Berne, Berlin, Bruxelles, Francfort, New York, Oxford, Vienne : Peter Lang, 2015.

Articles de journaux

BLISTÈNE, Bernard. *Moderne !*. Code Couleur, n°22.

BECK, Richard. 5.4. In : n+1, n°12, Conversion Experience. New York, 2011.

Les 100 meilleurs albums des années 2000. Les Inrocks2. Hors-série, 2010.

Articles internet

8.0+ reviews – High scoring albums. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/best/high-scoring-albums/>

ANONYME. *Deleted Pitchfork reviews*. Redundant Chicanery [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015). <http://austintayeshus.blogspot.fr/2010/09/deleted-pitchfork-reviews.html>

ANONYME. *La Smart ForTwo se mesure à la concurrence*. Autoplus [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://news.autoplus.fr/news/1492715/Publicit%C3%A9-Vid%C3%A9o-Concurrence-Smart-Fortwo>

ANONYME. *Marron(nier), le fruit préféré de la presse*. Arrêt sur Images [en ligne], (page consultée le 15 septembre 2015) <http://www.arretsurimages.net/dossier.php?id=286>

ANONYME. *Metacritic, l'autre agence de notation*. Gamekult [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.gamekult.com/actu/metacritic-lautre-agence-de-notation-A98514.html>

ANONYME. *Pitchfork, 1995–present: What did we do to deserve Pitchfork?* Metafilter [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.metafilter.com/111994/Pitchfork-1995present-What-did-we-do-to-deserve-Pitchfork>

ANONYME. *Pitchfork changes Sun Kil Moon review after controversy*. Reddit [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) https://www.reddit.com/r/Music/comments/399eqn/pitchfork_changes_sun_kil_moon_review_after/

ANONYME. *Pitchfork Media*. Encyclopedia Dramatica [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) https://encyclopediadramatica.se/Pitchfork_Media

ANONYME. *The 15 most significant Pitchfork reviews*. Dummy Mag [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.dummymag.com/Lists/pitchfork-15-most-significant-reviews>

ANONYME. *Top 8*. Urban Dictionary [en ligne], (page consultée le 16 septembre 2015) <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Top+8>

ANONYME. *Website offers new view of music*. BBC [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/2888431.stm>

ANONYME. *What Uniques And Pageviews Leave Out (And Why We're Measuring Attention Minutes Instead)*. Upworthy [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://blog.upworthy.com/post/75795679502/what-uniques-and-pageviews-leave-out-and-why>

CARDEW, Ben. *Pitchfork has an influential voice – but is it in tune with all its readers ?* The Guardian [en ligne], (page consultée le 15 septembre 2015) <http://www.theguardian.com/media/2014/may/04/music-website-pitchfork-cover-stories-interactive>

CARIO, Erwan. *En France, quand c'est top, c'est Topito*. Libération [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) http://www.liberation.fr/ecrans/2013/11/03/en-france-quand-c-est-top-c-est-topito_944281

CHILD, Ben. *Hollywood needs to change its game in the age of Rotten Tomatoes*. Guardian [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.theguardian.com/film/2015/sep/08/hollywood-rotten-tomatoes-jurassic-world-fantastic-four-terminator-genisys>

CHRISTIE, Ian. *The 50 Greatest films of all time*. BFI [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.bfi.org.uk/news/50-greatest-films-all-time>

COHEN, Ian. *The Airborne Toxic Event - The Airborne Toxic Event*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/12191-the-airborne-toxic-event/>

COLLECTIF. *Best movies of all time*. Metacritic [en ligne], (page consultée le 17 juillet 2015) <http://www.metacritic.com/browse/movies/score/metascore/all>

COLLECTIF. *The top 50 Greatest films of all time*. Sight & Sound [en ligne], (page consultée le 17 juillet 2015) <http://www.bfi.org.uk/news/50-greatest-films-all-time>

COLLECTIF. *Top 100 movies of all time*. Rotten Tomatoes [en ligne], (page consultée le 17 juillet 2015) <http://www.rottentomatoes.com/top/bestofr/>

COLLECTIF. *Top 250 d'IMDB*. IMDB [en ligne], (page consultée le 12 juillet 2015). www.imdb.com/chart/top

CRENEY, Scott. *n+1 Publishes an Interesting Article About Pitchfork | Collapse Board Publishes a Response*. Collapse Board [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.collapseboard.com/music-blogs-3/scott-creney/n1-publishes-an-interesting-article-about-pitchfork-collapse-board-publishes-a-response/>

DICRESCENZO, Brent. *Beastie Boys, To the 5 Boroughs*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/608-to-the-5-boroughs/>

DURETZ, Marlène. « *Les listes ne sont que des outils pour tenir parole* ». Le Monde [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) http://www.lemonde.fr/m-perso/article/2014/12/12/les-listes-ne-sont-que-des-outils-pour-tenir-parole_4539702_4497916.html#bwbGLDWpCwCKYY9e.99

FREEDOM DU LAC, Josh. *Giving Indie Acts A Plug, or Pulling It*. Washington Post [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/04/28/AR2006042800457.html>

FREY, Hillary. *Music Dudes Dictate Culture From Chicago*. Observer [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://observer.com/2004/11/pitchforkmediacom-music-dudes-dictate-culture-from-chicago/>

GANZ, Jacob. *Pavement vs. Pitchfork. Why it matters*. NPR [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.npr.org/sections/therecord/2010/07/23/128719572/pavement-vs-pitchfork-why-it-matters>

GLAD, Vincent. *Auscultons le bilan de fin d'année des Inrocks*. Interprétations diverses [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://impunite-zero.blogspot.fr/2007/12/auscultons-le-bilan-de-fin-danne-des.html>

HARE, Breeanna. *Obsessions : making the list*. CNN [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://edition.cnn.com/2011/12/23/showbiz/celebrity-news-gossip/obsessions-year-end-lists/index.html?iref=allsearch>

HARVILLA, Rob. *Pitchfork's progress*. Houston Press [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.houstonpress.com/music/pitchforks-progress-6552201>

HOGAN, Mark. *How playlists are curating the future of music*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/features/articles/9686-up-next-how-playlists-are-curating-the-future-of-music/>

HONNORAT, David. *Movie Map de Vodkaster basée sur le classement IDMB au 19 juin 2009*. Vodkaster [en ligne], (page consultée le 12 juillet 2015) <http://www.vodkaster.com/listes-de-films/la-movie-map/937531>

HORNING, Rob. *Pop music critics, raconteurs or racketeers ?* Pop matters [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.popmatters.com/post/pop-music-critics-raconteurs-or-racketeers/>

ITZKOFF, Dave. *The Pitchfork effect*. Wired [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) http://archive.wired.com/wired/archive/14.09/pitchfork.html?pg=1&topic=pitchfork&topic_set=

JOSEPH, Damian. *Indie Music's Hipster Heaven*. Bloomberg Business [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.bloomberg.com/bw/stories/2008-04-22/indie-musics-hipster-heavenbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>

KOT, Greg. *Pitchfork e-zine tells indie fans what's hot and not*. Honolulu Advertiser [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://the.honoluluadvertiser.com/article/2005/May/08/il/il22p.html>

MOSCA, Marco. *Vodkaster, la start-up qui veut concurrencer Netflix, Canal+ et Orange*. Challenges [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.challenges.fr/high-tech/20140613.CHA5038/vodkaster-la-start-up-qui-veut-faire-mieux-que-netflix-canal-et-orange.html>

O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0*. OREILLY [en ligne], (page consultée le 16 septembre 2015) <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

P., Ethan. *Eminem – The Eminem Show*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/2771-the-eminem-show/>

PEPIN, Guénaél. *Senscritique, de la genèse aux projets à venir*. Next Inpact. [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.nextinpact.com/news/96073-sens-critique-genese-aux-projets-a-venir.htm>

PITCHFORK. *The Top 50 Albums of 2008*. Pitchfork. [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://pitchfork.com/features/staff-lists/7573-the-50-best-albums-of-2008/>

PITCHFORK. *P2K : The decade in music. The Top 200 albums of the 2000s*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 15 juillet 2015) <http://pitchfork.com/features/staff-lists/7706-the-top-200-albums-of-the-2000s-200-151/>

PLAGENHOEF, Scott. *Black Kids – Partie Traumatic*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) http://pitchfork.com/reviews/albums/11617-partie-traumatic/?utm_campaign=search&utm_medium=site&utm_source=search-ac

PLAGENHOEF, Scott. *Do we have a PAZZ AND JOB 2009 thread yet ?* ILXOR [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015). <http://www.ilxor.com/ILX/ThreadSelectedControllerServlet?boardid=41&threadid=76656&bookmarkedmessageid=1290132>

RAJARAMAN, Sunil. *How BuzzFeed mastered content creation*. Huffington Post [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) http://www.huffingtonpost.com/sunil-rajaraman/how-buzzfeed-mastered-con_b_4369897.html

RICHARDSON, Mark. *Jamie xx In Colour*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/20458-in-colour/>

RICHARDSON, Mark. *Sun Kil Moon – Universal Themes*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 15 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/20693-universal-themes/>

RYCE, Andrew. *Jamie XX – In Colour*. Resident Advisor [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.residentadvisor.net/review-view.aspx?id=17013>

SHAER, Matthew. *Die, Pitchfork, Die !*. Slate [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) http://www.slate.com/articles/arts/music_box/2006/11/die_pitchfork_die.html

SNYDER, Steve. *Bon Iver's New Album: An Elusive Kanye West Collaborator Returns to His Emotional Roots*. Time [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,2078731,00.html>

SUZUKI, Ray. *Jet – Shine on*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/9464-shine-on/>

SYLVESTER, Nick. *Daft Punk – Daft Club*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/2135-daft-club/>

SYLVESTER, Nick. *Louis XIV – The best little secrets are kept*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/4981-the-best-little-secrets-are-kept/>

SYLVESTER, Nick. *Jet – Get born*. Pitchfork [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://pitchfork.com/reviews/albums/4338-get-born/>

TENNENT, Scott. *Pitchfork's apparent conflict of interest*. Typepad [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://prettygoeswithpretty.typepad.com/pgwp/2008/03/pitchforks-apppe.html>

THOMAS, Lindsey. *The Pitchfork effect*. City Pages [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://www.citypages.com/news/the-pitchfork-effect-6690578>

WEISSMANN, Jordan. *The simple reason Goodreads is so valuable to Amazon*. The Atlantic [en ligne], (page consultée le 17 septembre 2015) <http://www.theatlantic.com/business/archive/2013/04/the-simple-reason-why-goodreads-is-so-valuable-to-amazon/274548/>

WENDUS, Matt. *Sun Kil Switch: Pitchfork's Latest Problem with Ethics*. Ripfork [en ligne], (page consultée le 14 septembre 2015) <http://ripfork.com/2015/06/sun-kil-switch-pitchforks-latest-problem-with-ethics/>

Annexes :

Annexe n°1 : Classement IMDB – 19 juin 2009

Titre du film	Réalisateur	Année	Nationalité
Les Evadés	Frank Darabont	1994	US
Le Parrain	FF Coppola	1972	US
Le Parrain II	FF Coppola	1975	US
Le Bon, la brute et le truand	Sergio Leone	1966	US/IT/ES/
Pulp Fiction	Quentin Tarantino	1994	US
La liste de Schindler	Steven Spielberg	1993	US
The Dark Knight	Christopher Nolan	2008	US
Vol au dessus d'un nid de coucou	Milos Forman	1975	US
Douze hommes en colère	Sidney Lumet	1957	US
Star Wars V	Irvin Kershner	1980	US
Casablanca	Michael Curtiz	1942	US
Star Wars IV	George Lucas	1977	US
Les Sept Samouraïs	Akira Kurosawa	1954	JAP
Le Seigneur des anneaux (Le retour du roi)	Peter Jackson	2003	US/NZ
Les Affranchis	Martin Scorsese	1990	US
Fenêtre sur cour	Alfred Hitchcock	1954	US
La cité de Dieu	Fernando Meirelles	2002	BRA
La-Haut	Pete Docter	2009	US
Indiana Jones (Arche Perdue)	Steven Spielberg	1981	US
Il était une fois dans l'Ouest	Sergio Leone	1969	US/IT
Le Seigneur des anneaux (La communauté de l'anneau)	Peter Jackson	2001	US/NZ
Fight Club	David Fincher	1999	US
Usual Suspects	Bryan Singer	1994	US
Psychose	Alfred Hitchcock	1960	US
Le Silence des agneaux	Jonathan Demme	1991	US
Boulevard du crépuscule	Billy Wilder	1950	US
Docteur Folamour	Stanley Kubrick	1964	US/UK
Matrix	Wachowski	1999	US/AUS
Memento	Christopher Nolan	2000	US
La mort aux trousses	Alfred Hitchcock	1959	US
La vie est belle	Frank Capra	1946	US
Seven	David Fincher	1995	US
Citizen Kane	Orson Welles	1941	US
Le Seigneur des anneaux (Les deux tours)	Peter Jackson	2002	US/NZ
Léon	Luc Besson	1994	US/FR
Apocalypse Now	FF Coppola	1979	US
American Beauty	Sam Mendes	1999	US
Taxi Driver	Martin Scorsese	1976	US

American History X	Tony Kaye	1998	US
Lawrence d'Arabie	David Lean	1962	US/UK
Sueurs froides	Alfred Hitchcock	1958	US
Wall-E	Andrew Stanton	2008	US
Forrest Gump	Robert Zemeckis	1994	US
Les Sentiers de la gloire	Stanley Kubrick	1957	US
Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain	Jean-Pierre Jeunet	2001	FR/GER
M Le Maudit	Fritz Lang	1931	GER
Assurance sur la mort	Billy Wilder	1944	US
Du silence et des ombres	Robert Mulligan	1962	US
Alien	Ridley Scott	1979	US/UK
Orange Mécanique	Stanley Kubrick	1971	US/UK
Les trésors de la Sierra Madre	John Huston	1947	US
Shining	Stanley Kubrick	1980	US
Les Infiltrés	Martin Scorsese	2006	US
Le troisième homme	Carol Reed	1949	UK/AUT
La vie des autres	von Donnersmarck	2006	GER
Il faut sauver le soldat Ryan	Steven Spielberg	1998	US
Chinatown	Roman Polanski	1974	US
Le Pianiste	Roman Polanski	2002	GER/FRA/UK/POL
Terminator 2: le Jugement dernier	James Cameron	1991	US/FR
Le voyage de Chihiro	Hayao Miyazaki	2001	JAP
Eternal Sunshine of the Spotless Mind	Michel Gondry	2004	US
Les lumières de la ville	Charlie Chaplin	1931	US
Slumdog Millionaire	Danny Boyle	2008	UK/IND
Aliens le retour	James Cameron	1986	US/UK
Requiem for a Dream	Darren Aronofsky	2000	US
L.A. Confidential	Curtis Hanson	1997	US
Le Bateau	Wolfgang von Petersen	1981	GER
Monty Python, sacré Graal	Terry Gilliam et Terry Jones	1975	UK
Le pont de la rivière Kwai	David Lean	1957	US/UK
Reservoir dogs	Quentin Tarantino	1992	US
Le Labyrinthe de Pan	Guillermo del Toro	2006	ES/MEX
Rashomon	Akira Kurosawa	1950	JAP
Raging Bull	Martin Scorsese	1980	US
Le Faucon Maltais	John Huston	1941	US
Eve	Joseph L. Mankiewicz	1951	US
Les temps modernes	Charlie Chaplin	1936	US
Gran Torino	Clint Eastwood	2008	US/GER
Chantons sous la pluie	Stanley Donen & Gene Kelly	1952	US
Certains l'aiment chaud	Billy Wilder	1959	US
Rebecca	Alfred Hitchcock	1940	US

La Chute	Oliver Hirschbiegel	2004	AUT/GER/IT
Metropolis	Fritz Lang	1927	GER
Le Prestige	Christopher Nolan	2006	US
Amadeus	Milos Forman	1984	US
La Garçonnière	Billy Wilder	1960	US
Elephant Man	David Lynch	1980	US/UK
La vie est belle	Roberto Benigni	1998	IT
2001 : l'Odysée de l'espace	Stanley Kubrick	1968	US/UK
Cinema Paradiso	Giuseppe Tornatore	1989	IT/FRA
Le dictateur	Charlie Chaplin	1940	US
Il était une fois en Amérique	Sergio Leone	1984	US/IT
Full Metal Jacket	Stanley Kubrick	1987	US/UK
La grande évasion	John Sturges	1963	US
Star Trek	J.J. Abrams	2009	US/GER
Le voleur de bicyclette	Vittorio de Sica	1948	IT
L'Arnaque	George Roy Hill	1973	US
Retour vers le futur	Robert Zemeckis	1985	US
Sin City	Quentin Tarantino	2005	US
Monsieur Smith au Sénat	Frank Capra	1939	US
La Soif du Mal	Orson Welles	1958	US
The Wrestler	Darren Aronofsky	2008	US
Sur les quais	Elia Kazan	1954	US
Braveheart	Mel Gibson	1995	US
Le Septième Sceau	Ingmar Bergman	1957	SWE
Hotel Rwanda	Terry George	2004	US/UK/AFSUD/IT/CAN
Batman Begins	Christopher Nolan	2004	US/UK
Les dents de la mer	Steven Spielberg	1975	US
Indiana Jones (Dernière croisade)	Steven Spielberg	1989	US
No Country for old men	Joel & Ethan Coen	2007	US
L'Inconnu du Nord-Express	Alfred Hitchcock	1951	US
Blade Runner	Ridley Scott	1982	US/UK
Star Wars VI	Richard Marquand	1983	US
La ligne verte	Frank Darabont	1999	US
Impitoyable	Clint Eastwood	1992	US
Un crime dans la tête	John Frankenheimer	1962	US
Gladiator	Ridley Scott	2000	US/UK
Les Enchaînés	Alfred Hitchcock	1946	US
Le train sifflera trois fois	Fred Zinnemann	1952	US
Et pour quelques dollars de plus	Sergio Leone	1965	IT/ES/GER
Old boy	Park Chan-wook	2003	KOR
Le Grand sommeil	Howard Hawks	1946	US
Luke la main froide	Stuart Rosenberg	1967	US

Piège de cristal	John McTiernan	1988	US
Fargo	Joel & Ethan Coen	1996	US
Le Magicien d'Oz	Victor Fleming	1939	US
There will be blood	Paul Thomas Anderson	2008	US
Le Mécano de la General	Clyde Bruckman & Buster Keaton	1927	US
Princesse Mononoké	Hayao Miyazaki	1997	JAP
Témoin à charge	Billy Wilder	1957	US
Very bad trip	Todd Phillips	2009	US/GER
Donnie Darko	Richard Kelly	2001	US
Les fraises sauvages	Ingmar Bergman	1957	SWE
Le garde du corps	Akira Kurosawa	1961	JAP
New York-Miami	Frank Capra	1934	US
Heat	Michael Mann	1995	US
Noblesse oblige	Robert Hamer	1949	UK
Annie Hall	Woody Allen	1977	US
Ran	Akira Kurosawa	1985	JAP
Voyage au bout de l'enfer	Michael Cimino	1978	US/UK
Ben-Hur	William Wyler	1959	US
Sixième Sens	M. Night Shyamalan	2000	US
Kill Bill Vol 1.	Quentin Tarantino	2003	US/JAP
Platoon	Oliver Stone	1986	US/UK
Into the wild	Sean Penn	2008	US
Jugement à Nuremberg	Stanley Kramer	1961	US/GER
Les Diaboliques	Henri-Georges Clouzot	1954	FR
Les Nuits de Cabiria	Federico Fellini	1957	FR/IT
Le salaire de la peur	Henri-Georges Clouzot	1953	FR/IT
Million Dollar Baby	Clint Eastwood	2004	US
Butch Cassidy et le Kid	George Roy Hill	1969	US
La vengeance dans la peau	Paul Greengrass	2007	US/GER
Huit et demi	Federico Fellini	1963	FR/IT
Monty Python, la vie de Brian	Terry Jones	1978	UK
Les raisins de la colère	John Ford	1940	US
The Big Lebowski	Joel & Ethan Coen	1998	US/UK
Snatch	Guy Ritchie	2000	US/UK
La ruée vers l'or	Charlie Chaplin	1925	US
Le Lauréat	Mike Nichols	1968	US
La nuit du chasseur	Charles Laughton	1955	US
Stand by me	Rob Reiner	1986	US
L'Ultime Razzia	Stanley Kubrick	1956	US
Ratatouille	Brad Bird	2007	US
Le Monde de Nemo	Andrew Stanton	2003	US
Amours Chiennes	Alejandro Gonzalez Inarritu	2000	MEX

Un après-midi de chien	Sidney Lumet	1976	US
Gandhi	Richard Attenborough	1983	UK/IND
Brève rencontre	David Lean	1945	UK
Autant en emporte le vent	Victor Fleming	1939	US
Trainspotting	Danny Boyle	1996	UK
Le roi lion	Roger Allers	1994	US
Scarface	Brian de Palma	1983	US
La Horde Sauvage	Sam Peckinpah	1969	US
The thing	John Carpenter	1982	US
L'Aurore	Friedrich Wilhelm Murnau	1927	US
V pour Vendetta	James McTeigue	2005	US/UK/GER
Un jour sans fin	Harold Ramis	1993	US
Terminator	James Cameron	1984	US/UK
Le limier	Joseph L. Mankiewicz	1972	UK
Harvey	Henry Koster	1950	US
Toy Story	John Lasseter	1996	US
The princess bride	Rob Reiner	1987	US
Le Kid	Charlie Chaplin	1921	US
L'Arnaqueur	Robert Rossen	1961	US
L'étrange histoire de Benjamin Button	David Fincher	2008	US
L'ombre d'un doute	Alfred Hitchcock	1943	US
Umberto D.	Vittorio de Sica	1952	IT
Les plus belles années de notre vie	William Wyler	1946	US
Les indestructibles	Brad Bird	2004	US
L'armée des 12 Singes	Terry Gilliam	1995	US
Les fils de l'homme	Alfonso Cuaron	2006	US/UK
Arnaques, crimes et botanique	Guy Ritchie	1998	UK
Morse	Tomas Alfredson	2008	SWE
Stalag 17	Billy Wilder	1952	US
L'étrange incident	William Wellman	1943	US
Le tombeau des lucioles	Isao Takahata	1998	JAP
La soupe au canard	Leo McCarey	1934	US
Casino	Martin Scorsese	1995	US/FR
La bataille d'Alger	Gillo Pontecorvo	1966	IT/ALG
La reine africaine	John Huston	1951	US/UK
Une femme disparaît	Alfred Hitchcock	1938	US
Le Crime était presque parfait	Alfred Hitchcock	1954	US
Lettres d'Iwo Jima	Clint Eastwood	2007	US/JAP
Les Aventures de Robin des Bois	Michael Curtiz	1938	US
Bons baisers de Bruges	Martin McDonagh	2008	US/UK
Autopsie d'un meurtre	Otto Preminger	1959	US
Conversation secrète	FF Coppola	1974	US

Un tramway nommé Désir	Elia Kazan	1951	US
King Kong	Merian C. Cooper	1933	US
L'exorciste	William Friedkin	1974	US
Le Poison	Billy Wilder	1945	US
Ed Wood	Tim Burton	1994	US
Le Scaphandre et le papillon	Julian Schnabel	2007	US/FR
La Strada	Federico Fellini	1954	IT
Qui a peur de Virginia Woolf ?	Mike Nichols	1967	US
La Corde	Alfred Hitchcock	1948	US
La dame du vendredi	Howard Hawks	1940	US
A l'Ouest, rien de nouveau	Lewis Milestone	1930	US
Rosemary's Baby	Roman Polanski	1968	US
L'Echange	Clint Eastwood	2008	US
Bonnie and Clyde	Arthur Penn	1967	US
Monte là-dessus	Fred C. Newmeyer	1923	US
Collision	Paul Haggis	2004	US/GER
Le Grand Chantage	Alexander Mackendrick	1957	US
Frankenstein	James Whale	1931	US
Indiscrétions	George Cukor	1940	US
Network	Sidney Lumet	1976	US
Kill Bill Vol 2.	Quentin Tarantino	2003	US
Patton	Franklin J. Schaffner	1970	US
Manhattan	Woody Allen	1979	US
Le jour où la terre s'arrêtera	Robert Wise	1951	US
Les Grandes espérances	David Lean	1946	UK
Magnolia	Paul Thomas Anderson	1999	US
Big Fish	Tim Burton	2003	US
Tigre et dragon	Ang Lee	2000	US/CHI
Arsenic et vieilles dentelles	Frank Capra	1944	US
Little Miss Sunshine	Jonathan Dayton	2005	US
Laura	Otto Preminger	1944	US
Mystic River	Clint Eastwood	2003	US
Nosferatu	Friedrich Wilhelm Murnau	1922	GER
Glory	Edward Zwick	1989	US
Vacances Romaines	William Wyler	1953	US
Will Hunting	Gus Van Sant	1997	US/CAN
Dans la chaleur de la nuit	Norman Jewison	1967	US
Rocky	John G. Avildsen	1976	US
La Dolce Vita	Federico Fellini	1960	FR/IT
Harol et Maude	Hal Ashby	1971	US
Spartacus	Stanley Kubrick	1960	US
Mon homme Godfrey	Gregory La Cava	1936	US

La Planète des singes	Franklin J. Schaffner	1968	US
L'impossible Monsieur Bébé	Howard Hawks	1938	US

Annexe n°2 : Classement IMDB – 1^{er} août 2015

Titre du film	Réalisateur	Année	Nationalité
Les Evadés	Frank Darabont	1994	US
Le Parrain	FF Coppola	1972	US
Le Parrain II	FF Coppola	1975	US
The Dark Knight	Christopher Nolan	2008	US
Pulp Fiction	Quentin Tarantino	1994	US
Douze Hommes en colère	Sidney Lumet	1957	US
La liste de Schindler	Steven Spielberg	1993	US
Le Bon, la brute et le truand	Sergio Leone	1966	US/IT/ES/
Le Seigneur des anneaux (Le retour du roi)	Peter Jackson	2003	US/NZ
Fight Club	David Fincher	1999	US
Le Seigneur des anneaux (La communauté de l'anneau)	Peter Jackson	2001	US/NZ
Star Wars V	Irvin Kershner	1980	US
Forrest Gump	Robert Zemeckis	1994	US
Inception	Christopher Nolan	2011	US/UK
Vol au dessus-d'un nid de coucou	Milos Forman	1975	US
Le Seigneur des anneaux (Les deux tours)	Peter Jackson	2002	US/NZ
Les Affranchis	Martin Scorsese	1990	US
Matrix	Wachowski	1999	US/AUS
Star Wars IV	George Lucas	1977	US
Les Sept Samouraïs	Akira Kurosawa	1954	JAP
La cité de Dieu	Fernando Meirelles	2002	BRA
Seven	David Fincher	1995	US
Le Silence des agneaux	Jonathan Demme	1991	US
Usual Suspects	Bryan Singer	1994	US
La vie est belle	Frank Capra	1946	US
La vie est belle	Roberto Benigni	1998	IT
Léon	Luc Besson	1994	US/FR
Il était une fois dans l'Ouest	Sergio Leone	1969	US/IT
Interstellar	Christopher Nolan	2014	US
Casablanca	Michael Curtiz	1942	US
Il faut sauver le soldat Ryan	Steven Spielberg	1998	US
American History X	Tony Kaye	1998	US
Le voyage de Chihiro	Hayao Miyazaki	2001	JAP
Les lumières de la ville	Charlie Chaplin	1931	US
Indiana Jones (Arche Perdue)	Steven Spielberg	1981	US

Psychose	Alfred Hitchcock	1960	US
Fenêtre sur cour	Alfred Hitchcock	1954	US
Intouchables	Olivier Nakache & Eric Toledano	2011	FR
Les temps modernes	Charlie Chaplin	1936	US
Whiplash	Damien Chazelle	2014	US
Terminator 2: le Jugement dernier	James Cameron	1991	US/FR
La ligne verte	Frank Darabont	1999	US
Le Pianiste	Roman Polanski	2002	GER/FRA/UK/POL
Memento	Christopher Nolan	2000	US
Les Infiltrés	Martin Scorsese	2006	US
Gladiator	Ridley Scott	2000	US/UK
Apocalypse Now	FF Coppola	1979	US
Retour vers le futur	Robert Zemeckis	1985	US
Vice-versa	Pete Docter & Ronaldo del Carmen	2015	US
Boulevard du crépuscule	Billy Wilder	1950	US
Docteur Folamour	Stanley Kubrick	1964	US/UK
Le Prestige	Christopher Nolan	2006	US
Alien	Ridley Scott	1979	US/UK
Le roi lion	Roger Allers	1994	US
La vie des autres	von Donnersmarck	2006	GER
Le dictateur	Charlie Chaplin	1940	US
Cinema Paradiso	Giuseppe Tornatore	1989	IT/FRA
Shining	Stanley Kubrick	1980	US
Django Unchained	Quentin Tarantino	2012	US
Les Sentiers de la gloire	Stanley Kubrick	1957	US
The Dark Knight Rises	Christopher Nolan	2012	US
Wall-E	Andrew Stanton	2008	US
American Beauty	Sam Mendes	1999	US
Le tombeau des lucioles	Isao Takahata	1998	JAP
Aliens le retour	James Cameron	1986	US/UK
Citizen Kane	Orson Welles	1941	US
La mort aux trousses	Alfred Hitchcock	1959	US
Sueurs froides	Alfred Hitchcock	1958	US
Old boy	Park Chan-wook	2003	KOR
Princesse Mononoké	Hayao Miyazaki	1997	JAP
Le Bateau	Wolfgang von Petersen	1981	GER
M Le Maudit	Fritz Lang	1931	GER
Star Wars VI	Richard Marquand	1983	US
Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain	Jean-Pierre Jeunet	2001	FR/GER
Il était une fois en Amérique	Sergio Leone	1984	US/IT
Toy Story 3	Lee Unkrich	2010	US

Reservoir dogs	Quentin Tarantino	1992	US
Témoins à charge	Billy Wilder	1957	US
Braveheart	Mel Gibson	1995	US
Orange Mécanique	Stanley Kubrick	1971	US/UK
Assurance sur la mort	Billy Wilder	1944	US
Taxi Driver	Martin Scorsese	1976	US
Requiem for a Dream	Darren Aronofsky	2000	US
Du silence et des ombres	Robert Mulligan	1962	US
Mad Max: Fury Road	George Miller	2015	US/AUS
Lawrence d'Arabie	David Lean	1962	US/UK
Eternal Sunshine of the Spotless Mind	Michel Gondry	2004	US
Full Metal Jacket	Stanley Kubrick	1987	US/UK
L'Arnaque	George Roy Hill	1973	US
Le voleur de bicyclette	Vittorio de Sica	1948	IT
Amadeus	Milos Forman	1984	US
Chantons sous la pluie	Stanley Donen & Gene Kelly	1952	US
Monty Python, sacré Graal	Terry Gilliam et Terry Jones	1975	UK
Snatch	Guy Ritchie	2000	US/UK
2001 : l'Odyssée de l'espace	Stanley Kubrick	1968	US/UK
Et pour quelques dollars de plus	Sergio Leone	1965	IT/ES/GER
Le Kid	Charlie Chaplin	1921	US
Rashomon	Akira Kurosawa	1950	JAP
Eve	Joseph L. Mankiewicz	1951	US
L.A. Confidential	Curtis Hanson	1997	US
La Garçonnière	Billy Wilder	1960	US
Toy Story	John Lasseter	1996	US
Inglourious Basterds	Quentin Tarantino	2009	US
Les trésors de la Sierra Madre	John Huston	1947	US
Une Séparation	Asghar Farhadi	2011	IRAN
Indiana Jones (Dernière croisade)	Steven Spielberg	1989	US
Le troisième homme	Carol Reed	1949	UK/AUT
Metropolis	Fritz Lang	1927	GER
Le garde du corps	Akira Kurosawa	1961	JAP
Batman Begins	Christopher Nolan	2004	US/UK
Certains l'aiment chaud	Billy Wilder	1959	US
Scarface	Brian de Palma	1983	US
Impitoyable	Clint Eastwood	1992	US
La-Haut	Pete Docter	2009	US
3 Idiots	Rajkumar Hirani	2009	IND
Raging Bull	Martin Scorsese	1980	US
La Chute	Oliver Hirschbiegel	2004	AUT/GER/IT

Chinatown	Roman Polanski	1974	US
La grande évasion	John Sturges	1963	US
La chasse	Thomas Vinterberg	2012	DAN
Piège de cristal	John McTiernan	1988	US
Will Hunting	Gus Van Sant	1997	US/CAN
Sur les quais	Elia Kazan	1954	US
Heat	Michael Mann	1995	US
Le Labyrinthe de Pan	Guillermo del Toro	2006	ES/MEX
Monsieur Smith au Sénat	Frank Capra	1939	US
Le pont de la rivière Kwai	David Lean	1957	US/UK
Mon voisin Totoro	Hayao Miyazaki	1988	JAP
Vivre/Ikiru	Akira Kurosawa	1952	JAP
Ran	Akira Kurosawa	1985	JAP
Le Septième Sceau	Ingmar Bergman	1957	SWE
La ruée vers l'or	Charlie Chaplin	1925	US
Les fraises sauvages	Ingmar Bergman	1957	SWE
Blade Runner	Ridley Scott	1982	US/UK
Le Mécano de la General	Clyde Bruckman & Buster Keaton	1927	US
Dans ses yeux	Juan José Campanella	2009	ARG/ES
Arnaques, crimes et botanique	Guy Ritchie	1998	UK
Elephant Man	David Lynch	1980	US/UK
Casino	Martin Scorsese	1995	US/FR
Le Loup de Wall Street	Martin Scorsese	2013	US
Le Château ambulancier	Hayao Miyazaki	2004	JAP
Warrior	Gavin O'Connor	2011	US
Gran Torino	Clint Eastwood	2008	US/GER
V pour Vendetta	James McTeigue	2005	US/UK/GER
The Big Lebowski	Joel & Ethan Coen	1998	US/UK
Rebecca	Alfred Hitchcock	1940	US
Jugement à Nuremberg	Stanley Kramer	1961	US/GER
Voyage au bout de l'enfer	Michael Cimino	1978	US/UK
Luke la main froide	Stuart Rosenberg	1967	US
Un homme d'exception	Ron Howard	2001	US
Dragons	Dean DeBlois	2010	US
Autant en emporte le vent	Victor Fleming	1939	US
Fargo	Joel & Ethan Coen	1996	US
Trainspotting	Danny Boyle	1996	UK
New York-Miami	Frank Capra	1934	US
Gone Girl	David Fincher	2014	US
Into the wild	Sean Penn	2008	US
Le Crime était presque parfait	Alfred Hitchcock	1954	US
Rush	Ron Howard	2013	US

Le Faucon Maltais	John Huston	1941	US
Sixième Sens	M. Night Shyamalan	2000	US
Le Monde de Nemo	Andrew Stanton	2003	US
Mary et Max	Adam Elliot	2009	AUS
No Country for old men	Joel & Ethan Coen	2007	US
The thing	John Carpenter	1982	US
Hotel Rwanda	Terry George	2004	US/UK/AFSUD/IT/CAN
Kill Bill Vol 1.	Quentin Tarantino	2003	US/JAP
Incendies	Denis Villeneuve	2010	CAN
Le salaire de la peur	Henri-Georges Clouzot	1953	FR/IT
Platoon	Oliver Stone	1986	US/UK
Monty Python, la vie de Brian	Terry Jones	1978	UK
Butch Cassidy et le Kid	George Roy Hill	1969	US
Network	Sidney Lumet	1976	US
There will be blood	Paul Thomas Anderson	2008	US
La Soif du Mal	Orson Welles	1958	US
Les 400 coups	François Truffaut	1959	FR
12 Years a Slave	Steeve McQueen	2013	US
Stand by me	Rob Reiner	1986	US
Persona	Ingmar Bergman	1966	SWE
Annie Hall	Woody Allen	1977	US
The princess bride	Rob Reiner	1987	US
Le Grand Budapest Hotel	Wes Anderson	2014	US
Amours Chiennes	Alejandro Gonzalez Inarritu	2000	MEX
Au nom du père	Jim Sheridan	1993	US/UK/IR
Million Dollar Baby	Clint Eastwood	2004	US
Ben-Hur	William Wyler	1959	US
Les raisins de la colère	John Ford	1940	US
Hachi	Lasse Hallström	2008	US/UK
Les Diaboliques	Henri-Georges Clouzot	1954	FR
Sin City	Quentin Tarantino	2005	US
Nausicaa de la Vallée du Vent	Hayao Miyazaki	1984	JAP
Stalker	Andreï Tarkovski	1979	RUS
Shutter Island	Martin Scorsese	2010	US
Les plus belles années de notre vie	William Wyler	1946	US
Le Magicien d'Oz	Victor Fleming	1939	US
Gandhi	Richard Attenborough	1983	UK/IND
Huit et demi	Federico Fellini	1963	FR/IT
La vengeance dans la peau	Paul Greengrass	2007	US/GER
Donnie Darko	Richard Kelly	2001	US
L'Inconnu du Nord-Express	Alfred Hitchcock	1951	US
Avengers	Joss Whedon	2012	US

Le Château de l'Araignée	Akira Kurosawa	1957	JAP
Before Sunrise	Richard Linklater	1995	US
La bataille d'Alger	Gillo Pontecorvo	1966	IT/ALG
Jurassic Park	Steven Spielberg	1993	US
L'armée des 12 Singes	Terry Gilliam	1995	US
Les nouveaux sauvages	Damian Szifron	2014	ARG/ES
Infernal Affairs	Andrew Lau & Alan Mak	2002	HK
Les Gardiens de la Galaxie	James Gunn	2014	US
Fanny et Alexandre	Ingmar Bergman	1982	SWE
Terminator	James Cameron	1984	US/UK
Les dents de la mer	Steven Spielberg	1975	US
Un jour sans fin	Harold Ramis	1993	US
Memories of murder	Bong Joon-ho	2003	SCOR
Monstres et compagnie	Pete Docter	2011	US
Harry Potter et les reliques de la mort 2	David Yates	2011	US
Le train sifflera trois fois	Fred Zinnemann	1952	US
Barry Lyndon	Stanley Kubrick	1975	US/UK
Rocky	John G. Avildsen	1976	US
Un après-midi de chien	Sidney Lumet	1976	US
The Truman Show	Peter Weir	1998	US
Le discours d'un roi	Tom Hooper	2010	US/UK/AUS
Imitation Game	Morten Tyldum	2014	US/UK
Ip Man	Wilson Yip	2008	HK/CHIN
La Haine	Mathieu Kassovitz	1995	FR
Les Enchaînés	Alfred Hitchcock	1946	US
Pour une poignée de dollars	Sergio Leone	1964	IT
Pirates des Caraïbes	Gore Verbinski	2003	US
Qui a peur de Virginia Woolf ?	Mike Nichols	1967	US
Le Château dans le ciel	Hayao Miyazaki	1986	JAP
Vacances Romaines	William Wyler	1953	US
La Couleur des sentiments	Tate Taylor	2011	US
Prisoners	Denis Villeneuve	2013	US
La Strada	Federico Fellini	1954	IT
La nuit du chasseur	Charles Laughton	1955	US
Printemps, été, automne, hiver... et printemps	Kim Ki-Duk	2003	SCOR
Underground	Emir Kusturica	1995	FR/GER
X-Men : Days of future past	Bryan Singer	2014	US
Le Samourai	Jean-Pierre Melville	1967	FR/IT
Le Grand sommeil	Howard Hawks	1946	US
La belle et la bête	Gary Trousdale	1991	US
Before Sunset	Richard Linklater	2004	US
Papillon	Franklin J. Schaffner	1973	US

Three Colors: Red	Krzysztof Kieslowski	1994	FR/POL
L'Ultime Razzia	Stanley Kubrick	1956	US
L'Arnaqueur	Robert Rossen	1961	US
Lagaan	Ashutosh Gowariker	2001	Inde
Le Lauréat	Mike Nichols	1968	US
Laura	Otto Preminger	1944	US
Akira	Katsuhiro Ôtomo	1988	JAP

Annexe n°3 – Classement Sight & Sound 2012 des critiques

Titre du film	Réalisateur	Année
Sueurs froides	Alfred Hitchcock	1958
Citizen Kane	Orson Welles	1941
Voyage à Tokyo	Ozu Yasujiro	1953
La règle du jeu	Jean Renoir	1939
L'Aurore	Friedrich Wilhelm Murnau	1927
2001 : l'Odyssée de l'espace	Stanley Kubrick	1968
La Prisonnière du désert	John Ford	1956
L'homme à la caméra	Dziga Vertov	1929
La Passion de Jeanne d'Arc	Carl Theodor Dreyer	1927
Huit et demi	Federico Fellini	1963
Le cuirassé Potemkine	Serge Eisenstein	1925
Atalante	Jean Vigo	1934
A Bout de souffle	Jean-Luc Godard	1960
Apocalypse Now	FF Coppola	1979
Printemps Tardif	Ozu Yasujiro	1949
Au hasard Balthazard	Robert Bresson	1966
Les Sept Samouraïs	Akira Kurosawa	1954
Persona	Ingmar Bergman	1966
Le Miroir	Andrei Tarkovski	1975
Chantons sous la pluie	Stanley Donen & Gene Kelly	1951
L'avventura	Michelangelo Antonioni	1960
Le Mépris	Jean-Luc Godard	1963
Le Parrain	FF Coppola	1972
La Parole	Carl Dreyer	1955
In the mood for love	Wong Kar-Wai	2000
Rashomon	Akira Kurosawa	1950
Andreï Roublev	Andrei Tarkovski	1969
Mulholland Dr.	David Lynch	2001
Stalker	Andrei Tarkovski	1979
Shoah	Claude Lanzmann	1985
Le Parrain II	FF Coppola	1974
Taxi Driver	Martin Scorsese	1976

Le voleur de bicyclette	Vittoria De Sica	1948
Le Mécano de la General	Clyde Bruckman & Buster Keaton	1927
metropolis	Fritz Lang	1927
Psychose	Alfred Hitchcock	1960
Jeanne Dielman, 23 quai du Commerce, 1080 Bruxelles	Chantal Akerman	1975
Le Tango de Satan	Bela Tarr	1994
Les 400 coups	François Truffaut	1959
La dolce vita	Federico Fellini	1960
Voyage en Italie	Roberto Rossellini	1954
La Complainte du sentier	Satyajit Ray	1955
Certains l'aiment chaud	Billy Wilder	1959
Gertrud	Carl Dreyer	1964
Pierrot le fou	Jean-Luc Godard	1965
Play Time	Jacques Tati	1967
Close-Up	Abbas Kiarostami	1990
La bataille d'Alger	Gillo Pontocorvo	1966
Histoire(s) du cinéma	Jean-Luc Godard	1998
Les lumières de la ville	Charlie Chaplin	1931
Les Contes de la lune vague après la pluie	Kenji Mizoguchi	1953
La jetée	Chris Marker	1962

Annexe n°4 - Classement Rotten Tomatoes – Juillet 2015

Titre du film	Réalisateur	Année
Le Magicien d'Oz	Victor Fleming	1939
Le troisième homme	Carol Reed	1949
Citizen Kane	Orson Welles	1941
Eve	Joseph L. Mankiewicz	1951
4 Garçons dans le vent	Richard Lester	1964
Le Cabinet du docteur Caligari	Robert Wiene	1920
Les temps modernes	Charlie Chaplin	1936
Le Parrain	FF Coppola	1972
E.T. l'extraterrestre	Steven Spielberg	1982
Metropolis	Fritz Lang	1927
Chantons sous la pluie	Stanley Donen & Gene Kelly	1952
Mad Max Fury Road	George Miller	2015
Laura	Otto Preminger	1944
New York-Miami	Frank Capra	1934
Robin des bois	Michael Curtiz & William Keighley	1938
Répulsion	Roman Polanski	1965
La mort aux trousses	Alfred Hitchcock	1959
King Kong	Merian C. Cooper & Ernest B. Schoedsack	1933
Boyhood	Richard Linklater	2014

Vice-versa	Pete Docter & Ronaldo del Carmen	2015
Le Faucon Maltais	John Huston	1941
Indiscrétions	George Cukor	1940
Boulevard du crépuscule	Billy Wilder	1950
La bataille d'Alger	Gillo Pontecorvo	1966
Fenêtre sur cour	Alfred Hitchcock	1954
Toy Story 2	John Lasseter	1999
Rashomon	Akira Kurosawa	1950
La fiancée de Frankenstein	James Whale	1935
Blanche Neige	Walt Disney	1937
Toy Story 3	Lee Unkrich	2010
Le voleur de bicyclette	Vittorio de Sica	1948
Selma	Ava DuVernay	2015
M Le Maudit	Fritz Lang	1931
Les 400 coups	François Truffaut	1959
Les trésors de la Sierra Madre	John Huston	1947
La-Haut	Pete Docter	2009
Lawrence d'Arabie	David Lean	1962
Les Sept Samouraïs	Akira Kurosawa	1954
Sur les quais	Elia Kazan	1954
Rebecca	Alfred Hitchcock	1940
Sueurs froides	Alfred Hitchcock	1958
Douze Hommes en colère	Sidney Lumet	1957
La nuit du chasseur	Charles Laughton	1955
Apocalypse Now	FF Coppola	1979
Docteur Folamour	Stanley Kubrick	1964
Le Monde de Nemo	Andrew Stanton	2003
Frankenstein	James Whale	1931
Un tramway nommé désir	Elia Kazan	1951
Le conformiste	Bernardo Bertolucci	1970
Rosemary's baby	Roman Polanski	1968
L.A. Confidential	Curtis Hanson	1997
The Wrestler	Darren Aronofsky	2008
Les 39 marches	Alfred Hitchcock	1935
Démineurs	Kathryn Bigelow	2009
Les raisins de la colère	John Ford	1940
La dernière séance	Peter Bogdanovich	1971
Voyage à Tokyo	Ozu Yasujiro	1953
Pinocchio	Hamilton Luske & Ben Sharpsteen	1940
Le salaire de la peur	Henri-Georges Clouzot	1953
Taxi Driver	Martin Scorsese	1976
Toy Story	John Lasseter	1996

Le funambule	James Marsh	2008
Autopsie d'un meurtre	Otto Preminger	1959
Le cuirassé Potemkine	Serge Eisenstein	1925
Annie Hall	Woody Allen	1977
Chinatown	Roman Polanski	1974
Vacances Romaines	William Wyler	1953
Le Guépard	Luchino Visconti	1963
Les plus belles années de notre vie	William Wyler	1946
Luke la main froide	Stuart Rosenberg	1967
La prisonnière du désert	John Ford	1956
La ruée vers l'or	Charlie Chaplin	1925
La règle du jeu	Jean Renoir	1939
Le grand chantage	Alexander Mackendric	1957
Before midnight	Richard Linklater	2013
Mary poppins	Robert Stevenson	1964
Mr Turner	Mike Leigh	2014
Terminator	James Cameron	1984
Morse	Tomas Alfredson	2008
Play Time	Jacques Tati	1967
States of Grace	Destin Daniel Cretton	2013
La horde sauvage	Sam Peckinpah	1969
Mister Babadook	Jennifer Kent	2014
Mud : Sur les rives du Mississippi	Jeff Nichols	2013
French connection	William Friedkin	1971
L'invasion des profanateurs de sépultures	Don Siegel	1956
Raging Bull	Martin Scorsese	1980
La Balade sauvage	Terrence Malick	1973
Aliens le retour	James Cameron	1986
Le charme discret de la bourgeoisie	Luis Bunuel	1972
Dragons	Dean DeBlois	2010
Mean streets	Martin Scorsese	1973
Il était une fois dans l'Ouest	Sergio Leone	1969
Un crime dans la tete	John Frankenheimer	1962
Les Yeux sans visage	Georges Franju	1960
Conversation secrète	FF Coppola	1974
Aguirre, la colère de Dieu	Werner Herzog	1972
Gloria	Sebastián Lelio	2013
De beaux lendemains	Atom Egoyan	1997
Une Séparation	Asghar Farhadi	2011

Annexe n°5 – Classement Metacritic – Juillet 2015.

Titre du film	Réalisateur	Année
---------------	-------------	-------

Boyhood	Richard Linklater	2014
Le Labyrinthe de Pan	Guillermo del Toro	2006
Carol	Todd Haynes	2015
Hoop dreams	Steves James	1994
4 mois, 3 semaines, 2 jours	Cristian Mungiu	2007
12 Years a Slave	Steeve McQueen	2013
Docteur Folamour	Stanley Kubrick	1964
Ratatouille	Brad Bird	2007
Gravity	Alfonso Cuaron	2013
The Social Network	David Fincher	2010
zero dark thirty	Kathryn Bigelow	2012
Une Séparation	Asghar Farhadi	2011
Before midnight	Richard Linklater	2013
Un crime dans la tete	John Frankenheimer	1962
Le voyage de Chihiro	Hayao Miyazaki	2001
Pulp Fiction	Quentin Tarantino	1994
Killer of sheep	Charles Burnett	1977
Mr Turner	Mike Leigh	2014
Démineurs	Kathryn Bigelow	2009
Wall-E	Andrew Stanton	2008
Sideways	Alexander Payne	2004
We were here	David Weissman	2011
Le Seigneur des anneaux (Le retour du roi)	Peter Jackson	2003
Vice-versa	Pete Docter & Ronaldo del Carmen	2015
Carlos	Olivier Assayas	2010
Amour	Michael Haneke	2013
The servant	Joseph Losey	1963
Le mystère von Bülow	Barbet Schroeder	1990
Tigre et dragon	Ang Lee	2000
La liste de Schindler	Steven Spielberg	1993
Sita chante le blues	Nina Paley	2005
Les Moissons du ciel	Terrence Malick	1978
Crumb	Terry Zwigoff	1994
Inside Llewyn Davis	Joel & Ethan Coen	2013
Yi yi	Edward Yang	2000
Le Scaphandre et le papillon	Julian Schnabel	2007
Entre les murs	Laurent Cantet	2008
Raging Bull	Martin Scorsese	1980
35 rhums	Claire Denis	2009
Star Wars IV	George Lucas	1977
There will be blood	Paul Thomas Anderson	2008
Toy Story	John Lasseter	1996

Le Seigneur des anneaux (La communauté de l'anneau)	Peter Jackson	2001
Leviathan	Andrei Zviagintsev	2014
The look of Silence	Joshua Oppenheimer	2014
Werckmeister Harmonies	Béla Tarr	2000
Phoenix	Christian Petzold	2015
Toy Story 3	Lee Unkrich	2010
Moolaadé	Ousmane Sembène	2004
Atanarjuat, la légende de l'homme rapide	Zacharias Kunuk	2002
Timbuktu	Abderrahmane Sissako	2014
Les Triplettes de Belleville	Sylvain Chomet	2003
The Queen	Stephen Frears	2006
Rencontres du troisième type	Spielberg	1978
Stories we tell	Sarah Polley	2012
Beau Travail	Claire Denis	2000
Do The Right Thing	Spike Lee	1989
Valse avec Bachir	Ari Folman	2008
Secrets et Mensonges	Mike Leigh	1996
Patton	Franklin J. Schaffner	1970
No Country for old men	Joel & Ethan Coen	2007
The Gatekeepers	Dror Moreh	2012
Ida	Paweł Pawlikowski	2014
Indiana Jones (Arche Perdue)	Steven Spielberg	1981
After Hours	Scorsese	1985
The Crying Game	Neil Jordan	1992
Il faut sauver le soldat Ryan	Steven Spielberg	1998
Un prophète	Jacques Audiard	2009
The Witch	Robbert Eggers	TBD
Winter's Bone	Debra Granik	2010
Gett, le procès de Viviane Amsalem	Shlomi Elkabetz et Ronit Elkabetz	2014
L.A. Confidential	Curtis Hanson	1997
Bloody Sunday	Paul Greengrass	2002
Mon voyage en Italie	Martin Scorsese	1999
Her	Spike Jonze	2013
La Balade sauvage	Terrence Malick	1973
Le fils de Saul	László Nemes	2015
De beaux lendemains	Atom Egoyan	1997
My Perestroika	Robin Hessman	2011
It's Such a Beautiful Day	Don Hertzfeldt	2012
Le Monde de Nemo	Andrew Stanton	2003
Ceci n'est pas un film	Jafar Panahi & Mojtaba Mirtahmasb	2011
Topsy Turvy	Mike Leigh	1999
Dans la peau de John Malkovitch	Spike Jonze	1999

Before Sunset	Richard Linklater	2004
Les indestructibles	Brad Bird	2004
Presque Célèbre	Cameron Crowe	2000
American Splendor	Shari Springer Berman et Robert Pulcini	2003
Hannah et ses sœurs	Woody Allen	1986
Big Men	Rachel Boynton	2014
Gosford Park	Robert Altman	2001
Vol 93	Paul Greengrass	2006
Capturing the Friedmans	Andrew Jarecki	2004
The Truman Show	Peter Weir	1998
45 Years	Andrew Haigh	2015
American Bluff	David O. Russell	2013
Persepolis	Vincent Paronnaud, Marjane Satrapi	2007
The Act of Killing	Joshua Oppenheimer	2012
Lost in Translation	Sofia Coppola	2003
Nos meilleures années	Marco Tullio Giordana	2003

Annexe n°6 – Comparaison des classements décennaux de Pitchfork et des Inrocks (2000-2010) et position dans les classements annuels correspondants de Pitchfork

Pitchfork	Classement annuel	Les Inrocks
Radiohead - Kid A	1er en 2000	Arcade Fire - Funeral
Arcade Fire - Funeral	1er en 2004	The Strokes - Is This It
Daft Punk - Discovery	Non classé	Radiohead - Kid A
Wilco - Yankee Hotel Foxtrot	2ème en 2002	The Libertines - Up the Bracket
Jay-Z - The Blueprint	Non classé	LCD Soundsystem - LCD Soundsystem
Modest Mouse - The Moon & Antarctica	3ème en 2000	The White Stripes - Elephant
The Strokes - Is This It	15ème en 2001	Blur - Think Tank
Sigur Ros - Ágætis Byrjun	2ème en 2000	Sufjan Stevens - Illinois
Panda Bear - Person Pitch	1er en 2007	OutKast - Stankonia
The Avalanches - Since I Left You	3ème en 2001	TV On The Radio - Dear Science
Ghostface Killah - Supreme Clientele	Non classé	Daft Punk - Discovery
The White Stripes - White Blood Cells	8ème en 2001	Arctic Monkeys - Whatever...
OutKast - Stankonia	Non classé	Jay-Z - The Blueprint
Animal Collective - Merriweather Post Pavilion	1er en 2009	Gorillaz - Gorillaz
The Knife - Silent Shout	1er en 2006	Johnny Cash - America III
Sufjan Stevens - Illinois	1er en 2005	The Streets - Original Pirate Material
LCD Soundsystem - Sound of Silver	2ème en 2007	Midlake - The Trials...
Kanye West - Late Registration	2nd en 2005	Air - 10 000 Hz Legend
Spoon - Kill The Moonlight	6ème en 2002	Eminem - The Marshall Mathers LP
Interpol - Turn on the Bright Lights	1er en 2002	Godspeed You Black Emperor - Lift Your Skinny Fists

Annexe n°7 – Classements annuels de Pitchfork et note attribuée – 2005/2014.

2005

Sufjan Stevens	Illinois	9.2
Kanye West	Late Registration	9.5
Art Brut	Bang Bang Rock & Roll	8.9
M.I.A.	Arular	8.6
Antony & the Johnsons	I Am a Bird Now	8.6
Deerhoof	The Runners Four	9.0
Animal Collective	Feels	9.0
LCD Soundsystem	LCD Soundsystem	8.2
Cam'ron	Purple Haze	8.7
Wolf Parade	Apologies to the Queen Mary	9.2
Isolée	We Are Monster	8.4
New Pornographers	Twin Cinema	9.0
Various Artists	Run the Road	9.1
Vitalic	Ok Cowboy	8.6
Clipse	We Got It 4 Cheap Vol 2	8.8
Love Is All	Nine Times That Same Song	8.7
The Clientele	Strange Geometry	8.6
Clap your hands say yeah	CYHSY	9.0
Sleater-Kinney	The Woods	9.0
The Hold Steady	Separation Sunday	8.7

2006

The Knife	Silent Shout	8.6
TVOTR	Return to Cookie Mountain	9.1
Joanna Newsom	Ys	9.4
Ghostface Killah	Fishscale	9.0
The Hold Steady	Boys and Girls in America	9.4
Liars	Drum's Not Dead	9.0
Clipse	Hell Hath No Fury	9.1
Grizzly Bear	Yellow House	8.7
Boris	Pink	8.7
Scott Walker	The Drift	9.0
Junior Boys	So This Is Goodbye	9.0
Band of Horses	Everything All the Time	8.8
Phoenix	It's Never Been Like That	8.0
Tim Hecker	Harmony in Ultraviolet	8.7
Sunset Rubdown	Shut Up I Am Dreaming	8.6
Beach House	Beach House	8.1
The Thermals	The Body, The Blood, The Machine	8.5
Destroyer	Destroyer's Rubies	8.5
T.I.	King	8.4
Man Man	Six Demon Bag	8.3

2007

Panda Bear	Person Pitch	9.4
LCD Soundsystem	Sound of Silver	9.2
M.I.A.	Kala	8.9
Radiohead	In Rainbows	9.3
Of Montreal	Hissing Fauna Are You the Destroyer ?	8.7
Animal Collective	Strawberry Jam	9.3
Spoon	Ga Ga Ga Ga Ga	8.5
Battles	Mirrored	9.1
The Field	From here we go sublime	9.0
Burial	Untrue	8.4
Jens Lekman	Night Falls Over Kortedala	9.0
No Age	Weirdo Rippers	8.0
Jay-Z	American Gangster	8.6
Deerhunter	Cryptograms / Fluorescent Grey EP	8.9/8.8
Justice	Cross	8.4
Lil Wayne	Da Drought 3	8.5
The National	Boxer	8.6
Kanye West	Graduation	8.7
Feist	The Reminder	8.8
Liars	Liars	8.5

2008

Fleet Foxes	Sun Giant EP/Fleet Foxes	8.7/9.0
Portishead	Third	8.8
No Age	Nouns	9.2
Cut Copy	In Ghost Colours	8.8
Deerhunter	Microcastle/Weir Era Cont.	9.2
TV on the Radio	Dear Science	9.2
Vampire Weekend	Vampire weekend	8.8
M83	Saturdays=Youth	8.5
Hercules and Love Affair	Hercules and Love Affair	9.1
DJ/rupture	Uproot	8.8
Lil Wayne	Tha Carter III	8.7
Lindstrom	Where You Go I Go Too	8.6
Erykah Badu	New Amerykah Part One	7.8
Air France	No Way Down	8.6
Crystal Castles	Crystal Castles	7.8
Vivian Girls	Vivian Girls	8.5
Fucked Up	The Chemistry of Common Life	8.8
The Mae Shi	HLLLYH	8.1
The Walkmen	You & Me	8.5
Fuck Buttons	Street Horrrsing	8.6

2009

Animal Collective	Merriweather Post Pavilion	9.6
Dirty Projectors	Bitte Orca	9.2
The XX	The XX	8.7
The Flaming Lips	Embryonic	9.0
Raekwon	Only Built for Cuban Linx Pt II	8.8
Grizzly Bear	Veckatimest	9.0
Bat For Lashes	Two Suns	8.5
Phoenix	Wolfgang Amadeus Phoenix	8.5
Fever Ray	Fever Ray	8.1
Girls	Album	9.1
Fuck Buttons	Tarot Sport	9.0
Yeah Yeah Yeahs	It's Blitz	8.1
St. Vincent	Actor	8.5
Neon Indian	Pyschic Chasms	8.6
Japandroids	Post-Nothing	8.3
Antony & the Johnsons	The Crying Light	8.6
The Very Best	Warm Heart of Africa	8.6
Atlas Sound	Logos	8.2
The Pains of Being Pure at Heart	The Pains of Being Pure at Heart	8.4
Real Estate	Real Estate	8.5

2010

Kanye West	My Beautiful Dark Twisted Fantasy	10
LCD Soundsystem	This is Happening	9.2
Deerhunter	Halcyon Digest	9.2
Big Boi	Sir Lucious Left Foot	9.2
Beach House	Teen Dream	9.0
Vampire Weekend	Contra	8.6
Joanna Newsom	Have One on Me	9.2
James Blake	The Bells Sketch / CMYK EP / Klavierwerke EP	8.3 / 8.1
Ariel Pink's	Before Today	9.0
Titus Andronicus	The Monitor	8.7
Arcade Fire	The Suburbs	8.6
Janelle Monae	The Archandroid	8.5
No Age	Everything In Between	8.8
Flying Lotus	Cosmogramma	8.8
Robyn	Body Talk	8.7
Sleigh Bells	Treats	8.7
Caribou	Swim	8.4
Erykah Badu	New Amerykah	8.0
How To Dress Well	Love Remains	8.7
Oneotrix Point Never	Returnal	8.2

2011

Bon Iver	Bon Iver	9.5
Destroyer	Kaputt	8.8
M83	Hurry Up, We're Dreaming	9.1
PJ Harvey	Let England Shake	8.8
Girls	Father, Son, Holy Ghost	9.3
Ohneotrix Point Never	Replica	8.8
Tune Yards	Whokill	8.8
Drake	Take Care	8.6
Real Estate	Days	8.7
The Weeknd	House of Balloons	8.5
St. Vincent	Strange Mercy	9.0
James Blake	James Blake	9.0
EMA	Past Life Martyred Saints	8.5
Shabazz Palaces	Black Up	8.8
Fleet Foxes	Helplessness Blues	8.8
Kurt Vile	Smoke ring for my halo	8.4
Clams Casino	Instrumentals	8.2
Atlas Sound	Parallax	8.7
Danny Brown	XXX	8.2
Nicolas Jaar	Space Is Only Noise	8.4

2012

Kendrick Lamar	good kid, m.A.A.d city	9.5
Frank Ocean	Channel Orange	9.5
Fiona Apple	The Idler Wheel...	9.0
Tame Impala	Lonerism	9.0
Swans	The Seer	9.0
Grimes	Visions	8.5
Beach House	Bloom	9.1
Chromatics	Kill For Love	8.7
Death Grips	The Money Store	8.7
Grizzly Bear	Shields	9.1
Japandroids	Celebration Rock	8.8
Godspeed You ! Black Emperor	Allelujah ! Don't Bend ! Ascend !	9.3
Killer Mike	R.A.P. Music	8.6
Andy Stott	Luxury Problems	8.7
Dirty Projectors	Swing Lo Magellan	8.8
Burial	Kindred	8.7
Bat For Lashes	The Haunted Man	8.4
Ty Segall Band/Ty Segall & White Fence	Slaughterhouse/Hair	8.7/8.2
Cloud Nothings	Attack on Memory	8.6
Jessie Ware	Devotion	8.5

2013

Vampire Weekend	Modern Vampires of the City	9.3
Kanye West	Yeezus	9.5
Disclosure	Settle	9.1
My Bloody Valentine	mbv	9.1
Danny Brown	Old	8.7
Deafheaven	Sunbather	8.9
Daft Punk	Random Access Memories	8.8
Majical Cloudz	Impersonator	8.2
Savages	Silence Yourself	8.7
Arcade Fire	Reflektor	9.2
Darkside	Pyschic	9.0
Chance the Rapper	Acid Rap	8.4
Kurt Vile	Wakin on a pretty daze	8.5
The Knife	Shaking the habitual	8.4
Sky Ferreira	Night Time, my time	8.1
Bill Callahan	Dream River	8.5
Haim	Days Are Gone	8.3
Janelle Monae	The Electric Lady	8.3
Earl Sweatshirt	Doris	8.3
Jai Paul	Jai Paul	Non noté

2014

Run the jewels	Run the Jewels 2	9.0
FKA Twigs	LP1	8.8
The War on Drugs	Lost in the Dream	8.8
Aphex Twin	Syro	8.7
Grouper	Ruins	8.8
Swans	To Be Kind	9.2
Sun Kil Moon	Benji	9.2
Todd Terje	It's Album Time	8.7
Ariel Pink	Pom Pom	8.8
Caribou	Our Love	8.6
Perfume Genius	Too Bright	8.5
Marc DeMarco	Salad Days	8.5
Spoon	They Want My Soul	8.6
Real Estate	Atlas	8.8
Angel Olsen	Burn Your Fire	8.3
St. Vincent	St. Vincent	8.6
Flying Lotus	You're Dead!	8.3
Arca	Xen	8.4
Sharon Van Etten	Are We There	8.2
Vince Staples	Hell Can Wait EP.	8.5

Résumé :

Le but de notre recherche était de discerner les manières dont un classement est un objet de légitimation médiatique et concret.

Le classement est un objet médiatique inscrit dans une tradition positiviste d'ordonnement du monde et de la connaissance. Telle est son influence que la sémiologie du chiffre suffit à produire un savoir qui lui est réductible, agissant comme une métonymie de la hiérarchie, et qui en fait une ressource chérie de la presse.

Mais comme tout objet, comme tout construit, le classement porte les marques de la subjectivité. Loin d'être neutre, il révèle des intentions stratégiques, et, avec le développement du web, s'est inscrit dans une logique médiactiviste. Selon cette analyse, les media émergents se saisissent de stratégies opposées au pouvoir des *gatekeepers*, ou des media dominants, en adoptant une ligne opposée – à la manière d'une distinction Bourdieusienne autodidacte. Dans cette perspective, le classement est devenu la ressource principale de Pitchfork, site de critiques musicales notées sur une échelle décimale allant de 0.0 à 10.0 – devenu la référence du genre, devant des géants comme le magazine Rolling Stone. La redistribution de la parole offerte par Internet se trouve ainsi à la croisée de mouvements dynamiques de réorganisation de la légitimité – au moment où la liste et le classement se développent comme l'unité de base du web.

Le renversement des rôles et la réussite d'une stratégie médiactiviste s'éprouve à travers l'influence – sur les autres et la réalité. Cette notion étant particulièrement difficile à évaluer, ou à quantifier, elle se retrouve néanmoins dans le surgissement médiatique et populaire d'artistes « repérés », médiatisés, exposés, par Pitchfork – et gratifiés d'un classement positif, dont l'artificialité ne remet pas en cause l'efficacité, ce qui révèle tout le paradoxe d'un classement construit qui construit.

Mots clés :

Classement, médiactivisme, hiérarchie, culture, musique, Pitchfork, Rolling Stone, journalisme, critique, Bourdieu