



HAL
open science

Sociologie du cinéma et sociologie des "pratiques culturelles"

Jean-Marc Leveratto, Fabrice Montebello

► **To cite this version:**

Jean-Marc Leveratto, Fabrice Montebello. Sociologie du cinéma et sociologie des "pratiques culturelles". Pierre Le Quéau. 20 ans de sociologie de l'art: bilan et perspectives, L'Harmattan, Paris, pp.115-128, 2007. halshs-00212328

HAL Id: halshs-00212328

<https://shs.hal.science/halshs-00212328>

Submitted on 22 Jan 2008

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.

Sociologie du cinéma et sociologie des « pratiques culturelles »

Malgré quelques travaux récents qui s'efforcent d'ouvrir la voie, la sociologie du cinéma ne constitue pas encore, en France, une discipline bien établie¹. Si les études cinématographiques se focalisent par tradition sur les objets (les films) en les séparant des êtres humains auxquels ils procurent du plaisir, toutes les approches centrées sur la compréhension du lien social (économie, sociologie de l'art et de la culture, histoire culturelle) dont le cinéma est l'occasion, procèdent du défaut inverse². En privilégiant le contexte au texte, elles réduisent ce dernier à un indice de classement ou d'appartenance sociale, à un enjeu de lutte entre les personnes ou bien à une simple marchandise que l'on produit et que l'on consomme. Sociologues, économistes, historiens des loisirs ou des « cultures populaires », focalisent leur attention sur la manière dont les personnes ordinaires, comme les professionnels, s'emparent du film pour le conformer à leurs attentes respectives (rentabilité financière, domination oligopolistique du marché, impérialisme culturel ou idéologique, stratégies de distinction

¹ Voir notamment les deux synthèses proposées par Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin, 2005 et *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*, Paris, L'Harmattan, 2006 Collection Logiques sociales, ainsi que deux cas d'étude très innovants portant sur deux marchés étrangers, Olivier Caïra, *Hollywood face à la censure*, Paris, CNRS Editions, 2005 et Emmanuel Grimaud, *Bollywood Film Studio*, Paris, CNRS Editions, 2004. La spécificité du cinéma au sein des pratiques culturelles des Français avait fait l'objet d'une enquête au ton très libre (Jean-Michel Guy, *La culture cinématographique des français*, Paris, La Documentation Française, 2000). La même année, le sociologue Yann Darré proposait de prendre à rebrousse-poil l'histoire-panthéon du cinéma à la française avec un petit ouvrage au titre ambitieux, *Histoire sociale du cinéma français*, Paris, La découverte, 2000 (cf plus loin). Yann Darré avait rédigé la seule étude consacrée au cinéma dans le recueil des actes du colloque de Marseille (13-14 juin 1985) sous la direction de Raymonde Moulin, *Sociologie de l'art*, Paris, La Documentation Française, 1986 (Yann Darré, « Les créateurs dans la division du travail : le cas du cinéma d'auteur », p. 213-222). On soulignera également l'apport indirect des jeunes sociologues qui investissent plus généralement le terrain de la culture de masse à partir d'une appropriation des *Cultural Studies* britanniques et d'une réévaluation des travaux d'Edgar Morin, Eric Maigret et Eric Macé (dir), *Penser les médiacultures : Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005 et le travail de Jean-Pierre Esquenazi consacré à l'observation des publics en général, *Sociologie des publics*, Paris, La découverte, 2003. Enfin, plus modestement, on rappellera les propositions de notre propre groupe de recherche à Metz au sein de l'ERASE (Equipe de Recherche en Anthropologie et Sociologie de l'Expertise) centrées sur une histoire et une sociologie de la qualité cinématographique, cf Jean-Marc Leveratto et Fabrice Montebello, « Politiques du cinéma », *Politix*. Volume 16 - n°61/2003, Jean-Marc Leveratto, *La mesure de l'art, sociologie de la qualité artistique*, Paris, La dispute, 2000 ainsi que *Introduction à l'anthropologie du spectacle*, Paris, La dispute, 2006, Laurent Jullier, *Qu'est-ce qu'un bon film*, Paris, La dispute, 2002 et Fabrice Montebello, *Le cinéma en France depuis les années trente*, Paris, Armand Colin, 2005.

² Longtemps marquées par l'approche sémiotique, les études cinématographiques en France se sont confondues avec l'analyse filmique. Le film étant considéré comme un « texte » (sémiologie), une « œuvre » (esthétique), une « archive » (histoire) ou un « symptôme social » (sociologie). Dans cette perspective, la « sociologie du cinéma » oscille entre une sociologie des représentations et une psychologie historique. Sur toutes ces questions cf Fabrice Montebello, *Histoire et sociologie de la qualité cinématographique*, Thèse d'Habilitation à diriger des recherches, 2004, Metz, p. 15-32.

sociale liées aux goûts ou bien luttes de pouvoir à l'intérieur de l'espace social des professionnels du cinéma, etc.).

1) « *La production crée la consommation* »

Souvent assimilée à des études d'appoints pour les fonctionnaires d'Etat en charge des questions relevant de l'industrie cinématographique, l'économie du cinéma en France a longtemps été éclipsée par les entreprises plus nobles et plus gratifiantes de construction de la qualité cinématographique nationale via l'écriture de son histoire. La prévalence du modèle sémiotique à l'Université a également écarté les tentatives d'institutionnalisation d'une discipline pour laquelle le cinéma apparaissait – au même titre que chez les historiens – comme une chose à la fois peu sérieuse et peu susceptible d'objectivation scientifique. La jeune discipline des sciences de l'information et de la communication s'emparera en partie de l'enjeu au moment justement où le cinéma semble se dissoudre dans de vastes empires de presse et de télécommunications internationaux³. C'est la valorisation quasi politique de l'économie de la culture – deux domaines longtemps antinomiques pour la puissance publique jusqu'à l'arrivée de Jack Lang au ministère de la culture en 1981 – qui relance en France l'économie du cinéma. L'importance prise par la consommation culturelle dans les loisirs et les effets de l'action de l'Etat en matière de démocratisation et d'accès à la culture contribuent également à mettre au centre des préoccupations publiques la dimension économique des activités artistiques. Depuis, les ouvrages de René Bonnell, Laurent Creton, Joëlle Farchy, Pierre-Jean Benghozi, Joël Augros, Claude Forest ont apporté les réflexions les plus stimulantes en matière d'études cinématographiques⁴. Mais en épousant systématiquement la posture du rappel à l'ordre réaliste, elles entretiennent avec les approches esthétiques un rapport ambivalent. Opposant spontanément la rationalité économique du *produit* à l'imprévisibilité artistique de *l'œuvre*, elles oublient paradoxalement de prendre en considération l'imprévisibilité du produit économique. Obligées d'en passer par une

³ Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, Presses Universitaires de Grenoble, 1991 (1^{ère} édition, 1980), Bernard Miège, *Capitalisme et industries culturelles*, Presses Universitaires de Grenoble, 1984.

⁴ René Bonnell, *Le Cinéma exploité*, Paris, Ramsay Poche Cinéma, 1986, Laurent Creton, *Economie du cinéma. Perspectives stratégiques*, Paris, Nathan, 1994, ainsi que (dir), *Cinéma et (in)dépendance : une économie politique*, numéro spécial de la revue *Théorème*, 1998, Université de Paris III, et *L'Economie du cinéma*, Paris, Nathan, 2003, Joëlle Farchy, *Le cinéma déchainé, mutation d'une industrie*, Paris, Presses du CNRS, 1992, Pierre-Jean Benghozi, *Le cinéma entre l'art et l'argent*, Paris, L'Harmattan, 1989, Joël Augros, *L'argent d'Hollywood*, Paris, L'Harmattan, 1996, Claude Forest, *Les dernières séances, cent ans d'exploitation des salles de cinéma*, Paris, CNRS Economie, 1995.

objectivation mathématique du marché, elles réduisent également les hasards de sa configuration à une interaction où tous les jeux sont faits, où tous les produits sont distribués en fonction de l'offre et de la demande. Même la diversité des acteurs est pensée sur le mode de la spécialisation objective où le film - objet inerte sans pouvoir d'action sur l'être humain - rend possible le développement d'une « niche ». Les observations n'évitent pas toujours les contradictions. L'art cinématographique est tantôt assimilé à une construction sociale - une affaire de croyance (sur le modèle de la sociologie de l'art) - tantôt à des produits clairement identifiables dont on se fait un devoir de rappeler le coût. De la même manière, l'industrie cinématographique est systématiquement définie comme une industrie de prototypes, ce qui n'empêche pas de parler du *blockbuster* comme un produit moins risqué que le film dit « indépendant », ou de mentionner de manière parfaitement contradictoire le fait que les blockbusters sont souvent des fiascos retentissants⁵. Reconnaître l'imprévisibilité du produit quel qu'il soit, oblige à retrouver l'unité d'observation qui enjoint de pratiquer une anthropologie économique du spectacle : l'analyse de la séance. La polémique récente, déclenchée par la décision de Claude Lelouch d'offrir aux spectateurs de son nouveau film à l'affiche en salle, le prix d'entrées du ticket, révèle que la qualité du film est d'abord le produit d'un spectacle, c'est-à-dire d'une situation pour laquelle on n'accepte pas seulement de payer avec son argent, mais de donner de son temps et de sa disponibilité. Bien avant cette anecdote, l'application de l'enquête ethnographique à l'histoire de la consommation cinématographique permettait de confirmer le statut de connaisseur acquis par certains spectateurs ouvriers, statut revendiqué de manière cocasse : « moi, le Lelouch, même si on me payait, je n'irais pas voir ses films ! »⁶. Dans ce cas précis, c'est la grandeur du spectateur qui fait la grandeur du film. Plus généralement, les approches économiques du cinéma reproduisent spontanément le paradigme marxiste (« la production crée la consommation ») vulgarisée par Adorno dans son analyse de l'industrie culturelle⁷. La réduction du spectateur ordinaire à un consommateur passif - doublement séparé du monde des initiés (les artistes ou les professionnels d'un côté et le peuple élu des cinéphiles cultivés de l'autre) - est également au centre de la tradition sociologique française.

⁵ Ces jeux de va et vient sont particulièrement visibles dans le petit ouvrage récent de Laurent Creton, *L'Économie du cinéma*, Nathan, Paris, 2003.

⁶ Fabrice Montebello, *Spectacle cinématographique et classe ouvrière, Longwy 1944-1960*, Thèse de doctorat d'histoire, Université Lyon 2, Lyon, juillet 1997.

⁷ Max Horkheimer et Theodor Adorno, *La dialectique de la raison*, Gallimard, Paris 1974, pp. 129 à 176 (première édition, New York, 1944).

Dans un premier temps, l'intitulé « sociologie du cinéma » a longtemps servi à désigner l'ensemble des enquêtes chargées de mesurer la capacité d'influence du cinéma sur « les masses » et élaborées dans le cadre de l'idéologie à la fois traditionnelle et républicaine du « peuple enfant », idéologie particulièrement présente durant la période d'émergence et de diffusion de la culture de masse en France des années 1930-1950⁸. La seule référence connue dans le domaine de la littérature universitaire de l'après-guerre portant l'intitulé explicite de *sociologie du cinéma* est l'œuvre de Pierre Sorlin, un historien dont le programme proposait en fait une sémiologie historique du film, caractéristique des synthèses des années 1970, entre l'hégémonie sémiotique et l'émergence du courant « cinéma et histoire » porté par Marc Ferro⁹. Trop impliqués dans l'expertise de l'efficacité des politiques publiques en matière de « démocratisation culturelle », les sociologues français se sont d'emblée polarisés sur l'observation des modes de loisirs - en reproduisant notamment la distinction idéologique entre loisirs actifs et loisirs passifs correspondant en fait à la hiérarchie des pratiques culturelles du moment entre « arts nobles » (opéra, théâtre, littérature, musées) et « culture dégradée » (cinéma, télévision, sports, littérature populaire) – avant d'interroger les formes d'inégalité d'accès à la culture et les moyens d'y remédier. Cette dernière orientation marquée par les travaux de Pierre Bourdieu et sa théorie de la légitimité culturelle a contribué à ramener l'espace des pratiques aux caractéristiques socioprofessionnelles et aux niveaux de diplômes des personnes. Elle fait de la consommation cinématographique une pratique

⁸ Dès son apparition comme spectacle de masse au début du XX^e siècle, le cinéma a suscité des interrogations de la part des institutions (Etat, école, clergé, mouvement ouvrier, associations de réformateurs sociaux, industrie cinématographique elle-même). Ces discours se sont d'emblée focalisés sur « les images » et « leur influence » auprès d'un public supposé passif et aisément manipulable. Carl Vincent, Ricardo Redi, Franco Venturini, ont ainsi recensé dans leur *Bibliografia generale del cinema*, Edizioni dell'Ateneo, Roma, 1953, près de 500 ouvrages dans un chapitre intitulé « les problèmes sociaux et moraux » (il s'agit des livres concernant « les rapports entre le cinéma et le public »). Dans le même ordre d'idées, Jean Mitry recense 156 documents, articles et livres sous le paragraphe « sociologie » dans sa *Bibliographie internationale du cinéma et de la télévision*, (première partie), France et pays de langue française, tome I, IDHEC, Paris, 1966. Ce sont ces préoccupations qui sont à l'origine de la « sociologie du cinéma » entendue comme une psychologie historique ou sociale du film et dont Siegfried Kracauer livrera la synthèse la plus aboutie (Siegfried Kracauer, *From Caligari to Hitler : A psychological History of the German Film*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 1947 paru la première fois en français, en Suisse, sous l'intitulé *De Caligari à Hitler, une histoire psychologique du cinéma allemand*, Lausanne, Editions L'Age d'Homme, 1973). L'ouvrage inspirera Marc Ferro et le courant de recherche « Cinéma et histoire ».

⁹ La démarche de Pierre Sorlin est visible dans l'intitulé de son ouvrage, *Sociologie du cinéma, ouverture pour l'histoire de demain*, Paris, Aubier, 1977. A l'origine du courant initié par Marc Ferro, nous trouvons une série d'articles publiés à partir de la fin des années soixante dans différentes revues d'histoire, dont *Les Annales ESC*, et repris dans un petit ouvrage, *Cinéma et histoire*, plusieurs fois réédités (la première édition de *Cinéma et Histoire* (Paris, Denoël/Gonthier) date de 1977). La formule aura suffisamment d'échos pour contribuer à la parution d'autres livres, de facture identique, et à un numéro spécial de la revue *CinémaAction*, entièrement consacré à Marc Ferro (*CinémaAction*, n°65, « Cinéma et histoire, autour de Marc Ferro », 1992). L'article de mai-juin 1968 et ses prolongements ultérieurs insistaient surtout sur le film (« agent » et « produit » de l'histoire) et invitaient les historiens à considérer ce « nouvel objet » d'étude comme un document d'archive susceptible de faire « comprendre non seulement l'œuvre mais aussi la réalité qu'elle figure » (Cf Marc Ferro, "Société du XX^e siècle et histoire cinématographique", *Annales E.S.C.*, n°3, 1968, pp. 581-585).

culturelle comme une autre, mais une pratique culturelle minorée du fait de son faible degré de légitimité. Elle justifie une attention précise portée à la description des propositions théoriques de Pierre Bourdieu et à celle de deux domaines souvent séparée dans la tradition sociologique française, la sociologie de la culture et la sociologie de l'art, la seconde étant pensée sur le modèle de la sociologie de la religion.

2) *Les profanes et les initiés, l'expérience et l'expertise*

Au centre du projet de *La distinction*, nous trouvons la volonté de rendre compte d'un espace des goûts qui est tout à la fois expression et genèse de l'espace social. L'esthétique désigne, en effet, pour Pierre Bourdieu aussi bien les jugements sur les oeuvres que les jugements sur autrui. Elle est la traduction en acte d'une subtile dialectique ("le goût classe et classe celui qui classe"¹⁰) qui fait des goûts le principe constitutif des "styles de vie" des agents, différents selon leur classe d'appartenance.

Dans ce modèle d'intelligibilité, les goûts sont antéprédicatifs, orientent le jugement esthétique et rendent du même coup la consommation prévisible.

Si la segmentation du marché de la culture réserve, de fait, certaines consommations à certaines classes et permet de vérifier que le goût est déterminé socialement, comment, cependant, traiter du goût cinématographique, dès lors qu'il est objectivement partagé ? Comme on peut aisément le vérifier, le cinéma fait partie du style de vie des dominants aussi bien que des dominés, Grace Kelly peut marier le Prince de Monaco, Didier Pineau-Valencienne investir dans la production cinématographique, et Hitchcock s'exposer à Beaubourg.

La reconnaissance d'une esthétique populaire, expression qui apparaît systématiquement entre guillemets, « pour signifier qu'il s'agit d'une esthétique en soi et non pour soi »¹¹ autorise le sociologue à distinguer des différences de consommation qui ne sont pas conscientes pour les individus concernés, mais qui confirment les effets, sur la consommation du cinéma comme sur celle des autres arts, du « goût de nécessité » des dominés par opposition au « goût de liberté » des dominants¹². Cette esthétique populaire en tant qu'elle reste cantonnée à la sphère de l'intimité familiale et du divertissement quotidien, à la différence d'une esthétique pour soi qui s'exprime dans le débat public et la reconnaissance officielle rend ainsi

¹⁰ Pierre Bourdieu, *La Distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Editions de minuit, 1979, p. VI.

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*, p. 199.

acceptable, *ex post*, une différenciation contredite par la réalité du marché cinématographique, où c'est parce que le produit satisfait effectivement le goût du consommateur "populaire" qu'il peut faire une carrière commerciale suffisante pour devenir un chef d'œuvre. Exclues de l'école ou en tous les cas des espaces sociaux qui garantissent la possession des manières légitimes de s'approprier une oeuvre d'art, les classes populaires échappent également à la formation qui leur permettent d'accéder aux classiques du cinéma et à la reconnaissance du langage cinématographique, et ne peuvent pas faire autrement pour appréhender les objets d'art que de se fier à leur expérience quotidienne (c'est-à-dire aux schèmes de perception qui règlent leur existence commune en société). Assommées de labeur, elles sont prédisposées à demander aux « œuvres » le plaisir compensateur d'une journée de travail bien remplie au lieu de contribuer, comme les initiés à la construction historique de la qualité cinématographique. Contraintes, bien malgré elles, d'adhérer à des produits « faciles » et « commerciaux », elles finissent par les aimer¹³ et deviennent les artisans de la médiocrité du cinéma dominant commercialement.

Claude Grignon a pointé la contradiction d'observations devant « toujours faire mine de réintroduire un peu de liberté dans la nécessité sous peine de se trouver elles-mêmes dans la triste nécessité de reconnaître que le goût de nécessité n'est pas du tout un goût, mais une *réponse mécanique* à un système de contraintes, ou plus exactement à un système de limitations réduisant à néant les possibilités de choix »¹⁴ (souligné dans le texte). Comme par hasard, les contraintes de l'habitus (« avoir devenu être », « histoire faite corps ») qui, théoriquement devraient intéresser l'ensemble des individus observés, ne semblent opérer que dans le cas des classes populaires. Rapporter, comme le fait Pierre Bourdieu, que l'esthétique populaire est une « esthétique annexée à l'éthique », « fondée sur l'affirmation de la continuité de l'art et de la vie qui implique la subordination de la forme à la fonction »¹⁵, c'est finir par attacher les individus à une forme de consommation culturelle prédéfinie, sans se préoccuper des démentis apportés par l'histoire de la qualité cinématographique dont, pourtant, l'on se

¹³ La classe ouvrière est ainsi deux fois aliénée, économiquement, et culturellement : "Ce que le rapport aux produits culturels de "masse" (et, a fortiori, d'"élite") reproduit, réactive et renforce, ce n'est pas la monotonie de la chaîne ou du bureau mais le *rappport social* qui est au fondement de l'expérience ouvrière du monde et qui fait que le travail et le produit du travail, *opus proprium*, se présentent devant le travailleur comme *opus alienum*", *ibid*, p. 450.

¹⁴ Claude Grignon et Jean-Claude Passeron, *Le Savant et le populaire*, Paris, Hautes Etudes, Gallimard, Le Seuil, 1989, p. 139. Bernard Lahire revient sur la question de l'esthétique populaire (sans les guillemets) avec des arguments identiques en conclusion de son étude, *La raison des plus faibles, rapport au travail, écritures domestiques et lectures en milieux populaires*, Lille, Presses Universitaires de Lille, 1993. Dans une perspective plus générale, on peut lire l'étude de Jean-Pierre Terrail, *Destins ouvriers, la fin d'une classe ?*, Paris, Presses Universitaires de France, 1990, comme une critique de "l'ajustement aux chances objectives" de Pierre Bourdieu, principe exclusif, selon ce dernier, des subjectivités populaires.

¹⁵ Pierre Bourdieu, *La distinction... op. cit.*, p. 57.

réclame. Les applaudissements dans les salles ouvrières des années cinquante ne se distinguent en rien de ceux que délivrent régulièrement, aujourd'hui encore, au sein de la cinémathèque française, les cinéphiles intellectuels, à ces films commerciaux ou scènes de films commerciaux qu'ils considèrent comme des classiques¹⁶. Dans les deux cas, le geste ne s'adresse pas, bien évidemment, aux « fantômes de l'écran », mais au public de la salle qui partage le même plaisir dans la reconnaissance des mêmes valeurs techniques, esthétiques et éthiques. *La distinction* légitime ainsi, en neutralisant l'existence du marché cinématographique, le catastrophisme d'Adorno¹⁷ (dénoncé en son temps par Richard Hoggart¹⁸) et son inclination à inférer des propriétés de l'objet les qualités du spectateur censé le consommer, pointant comme autant d'« indices de dépossession », « les produits culturels de grande diffusion, musiques dont les structures simples et répétitives appellent une participation passive et absente, divertissements préfabriqués que les nouveaux ingénieurs de la production culturelle de grande série conçoivent à l'intention des téléspectateurs, et surtout spectacles sportifs qui établissent une coupure reconnue entre les profanes et les professionnels »¹⁹.

La thèse de l'« attitude passive » compte pour rien l'efficacité de la décision du consommateur sur la carrière d'un produit, et de ce fait, la manière dont le spectateur de cinéma agit sur la qualité des produits²⁰. L'invention du star system, par exemple, (qui ne désigne pas tant le système qui produit industriellement des stars que le système dont la valeur repose sur celle de la star) est bien « une création » du public américain du milieu des années dix. Un public qui inondait de courrier les maisons de productions américaines, afin de demander des renseignements sur tels acteurs ou actrices préférés, jusqu'alors complètement anonymes. Inversement, les « structures répétitives » des films américains d'Hitchcock et Hawks n'ont pas empêché de jeunes intellectuels Français de voir dans ces productions standardisées, des « créations originales ».

¹⁶ L'étude de Jean-Michel Guy, *La culture cinématographique des français... op. cit.* confirme, de ce point de vue, le caractère partagé de la culture cinématographique, contre la différenciation proposée par *La distinction* de la culture populaire du film d'action et de la culture moyenne du film d'auteur.

¹⁷ Cf la violente dénonciation des "industries de biens culturels" in Max Horkheimer et Theodor Adorno, *La dialectique de la raison*, Gallimard, Paris 1974, pp. 129 à 176 (première édition, New York, 1944). Rappelons, ce qui est souvent oublié, que la dénonciation de l'industrie s'effectue au nom de la menace que représente pour le marché cinématographique la stratégie monopolistique des Majors qui se sont appropriés l'ensemble des circuits de distribution américains, situation que le Congrès va sanctionner en 1948, entraînant ainsi la mort du « système des studios ».

¹⁸ Richard Hoggart, *La Culture du pauvre*, Editions de Minuit, Paris, 1970 (traduction français de *The Uses of Literacy*, première édition, 1957).

¹⁹ *Ibid*, p. 450.

²⁰ On trouvera une critique équivalente (quant au point de vue « légitimiste » de Bourdieu, et quant à la particularité de la tradition intellectuelle française) dans le livre de Richard Shusterman, *L'art à l'état vif, la pensée pragmatiste et l'esthétique populaire*, Paris, Editions de minuit, 1992, pp. 171-179.

Il ne s'agit pas de nier la puissance des verdicts sociaux liés aux classements culturels et leur capacité à produire des différences de classes, mais de rappeler la disposition « naturelle » des individus à jouir des productions culturelles qu'ils jugent dignes de leurs propres « intérêts » ou plutôt de leurs propres goûts, fussent-ils discriminés et discriminants²¹. Il s'agit également de rappeler la nécessité qu'il y a pour le chercheur de ne pas séparer, Art et société, producteur et récepteur, oeuvre d'art et public, film et spectateur, quand bien même nous avons affaire à des productions de masse.

Car la coupure entre « profanes » et « initiés » est également le fait d'un modèle qui réserve la théorie des champs (et leur autonomie) aux professionnels du « monde de l'art » et celle de la distinction à la masse anonyme des consommateurs. Elle est la conséquence d'une approche qui réduit la qualité artistique des objets ou des personnes à leur qualité sociale. L'espace de la production artistique est ainsi séparé de celui de sa consommation. La distinction traditionnelle entre sociologie de l'art et sociologie de la culture est reproduite par Pierre Bourdieu à partir des objets mêmes de l'observation (*Les règles de l'art* d'un côté²², *La distinction* de l'autre, par exemple). La séparation théorique des deux univers interdit notamment d'envisager le passage des êtres humains d'un espace à l'autre, en dehors des logiques de professionnalisation. On peut ainsi envisager qu'un critique devienne réalisateur, qu'un réalisateur devienne producteur ou distributeur, mais les consommateurs sont condamnés à observer le jeu qui se joue sous leurs yeux et qui les exclue. Ils n'ont pas d'autres pouvoirs que de consommer ce qu'on leur propose. La capacité d'expertise étant réservée soit aux professionnels du jugement (les critiques par exemple, ce qui explique le passage d'une compétence de spectateur « professionnel » à celle de créateur) soit aux classes sociales qui ont les moyens matériels et culturels d'exercer librement leur « amour de l'art » et de reconnaître ainsi dans les œuvres l'intention de l'artiste (« le goût de liberté » des bourgeois, amateurs cultivés, par opposition au « goût de nécessité » des consommateurs populaires). La possibilité d'intervention de l'amateur sur l'objet de sa passion est réduite à la confirmation de la justesse de son point de vue. Elle traduit, au mieux, une rencontre « prédisposée » entre l'artiste et le spectateur, via l'oeuvre, fonctionnant sur le modèle du coup de foudre, c'est-à-dire de la reconnaissance intuitive des qualités de l'artiste déposées à l'intérieur de l'objet artistique.

²¹ C'est ce qui fait l'intérêt selon nous d'une observation anthropologique du spectacle, cf. Jean-Marc Leveratto, *Introduction... op. cit.*

²² Pierre Bourdieu, *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil, 1992.

Dépourvu de la moindre capacité d'action sur les personnes - en dehors du message « téléphoné » de l'artiste - incapable d'enregistrer autre chose que ce que le spectateur averti reconnaît en elle, l'œuvre est le pur objet d'un enjeu entre artistes (c'est-à-dire entre professionnels de l'art) ou la pure expression d'un indice de classement social (entre consommateurs).

À sa manière, la métaphore du terrain sportif, souvent mobilisée par Pierre Bourdieu pour illustrer la théorie des champs rappelle son souci de prendre en compte la compétence culturelle de ceux qu'il appelle les dominés. A la différence de l'*appareil* (un champ où il n'y a pas d'histoire et où la lutte s'efface derrière la domination) ou de la *profession* (un espace régi par les règles de la vocation et les instances de consécration), le modèle bourdieusien permet d'envisager à la fois l'autonomie des espaces sociaux décrits et la possibilité d'y entrer « de l'extérieur », sans autre qualité que celle de participant au jeu. Certes, l'*habitus*, « avoir devenu être », détermine en grande partie les possibilités de réalisations ou de désillusions à l'intérieur du champ, mais en même temps, le concept valorise la capacité d'action des individus. Il permet notamment de rappeler que les motivations des personnes relèvent moins de l'évaluation logique que du sens pratique (« la logique du sens pratique n'est pas logique, elle est pratique »²³). Les acteurs sociaux se déplacent à l'intérieur des champs comme des joueurs sur un terrain de sport, de manière intuitive et en fonction du sens du jeu. Ils accomplissent leurs actions les plus efficaces sans calcul rationnel mais en agissant par habitudes (c'est-à-dire en mettant en œuvre un sens pratique résultat de l'incorporation d'une expérience sociale donnée, l'*habitus*).

Cette métaphore représente cependant, à sa manière, un obstacle épistémologique. En effet, elle exclut du jeu, et donc de la considération du chercheur, celui que les amateurs de football par exemple appellent le « 12^{ème} homme », c'est-à-dire le regard du public ou plus exactement, le corps à corps du spectateur avec le spectacle, dont l'action – l'évaluation du jeu – influe pourtant directement sur le jeu lui-même. Plus complète, la métaphore du stade – plutôt que celle du terrain – permet de rompre avec la séparation opérée spontanément entre les professionnels et les amateurs. Elle envisage une adéquation des critères d'évaluation et un passage potentiel des êtres humains d'un espace à l'autre. Elle autorise la variabilité illimitée des combinaisons de jeu, car ce dernier n'est pas le produit d'une croyance collective, une *illusio*, mais celui d'un objet que Pierre Bourdieu fait disparaître de sa métaphore, le ballon. La manière de répondre à la trajectoire du ballon n'est pas forcément non plus le produit de

²³ Pierre Bourdieu, *Le sens pratique*, Paris, Editions de Minuit, 1980.

l'incorporation d'une compétence avant le match, dans les vestiaires, mais celle qui se forge sur le terrain de jeu lui-même ou sur celui d'entraînement. C'est la familiarité répétée avec l'objet - sa domestication - qui fait du geste sportif parfait le prolongement d'une compétence incorporée. Comme nous le rappelle la sociologie de l'expertise culturelle, l'expert (expertus en latin) désigne d'abord « celui qui connaît par expérience », celui qui apprend le cinéma en se faisant, pour le plaisir, spectateur de cinéma²⁴.

3) L'« histoire culturelle » en tant que sociologie historique du cinéma

Bien que le modèle d'intelligibilité de l'échange culturel élaboré par Pierre Bourdieu soit systématiquement mobilisé par tous les chercheurs, notamment en sciences de l'information et de la communication, qui s'intéressent au cinéma, les sociologues français, à l'exception d'Edgar Morin dont les travaux sont restés sans postérité²⁵, ne se sont jamais penchés sur le cinéma. La sociologie française partage avec l'histoire savante une attitude d'indifférence à l'égard de ce qui est visiblement considéré comme un vaste divertissement de masse. C'est ce que nous affirmions dans l'éditorial du numéro spécial de *Politix*, consacré aux « politiques du cinéma » : « *Hors la sémiologie et l'esthétique - toutes deux centrées, par ailleurs, sur les aspects les plus valorisants et valorisables de « l'art cinématographique » - force est de constater qu'en France, les deux disciplines reines de la légitimité républicaine, l'histoire et la sociologie, n'ont jamais proposé d'études globales du phénomène cinématographique. Inscrit depuis le début des années trente au centre d'un marché du divertissement de masse, le cinéma cadre mal avec l'idéal républicain d'une Nation soudée à l'Etat via la Culture. Sa dimension industrielle et commerciale, le caractère massif de la consommation de films, ne sont généralement évoqués que pour mieux souligner la noblesse d'une minorité d'œuvres ou d'auteurs, surnageant dans un océan de médiocrités, et la fidélité d'un public éclairé, résistant courageusement à une armada d'imbéciles. Ce qui explique la faible légitimité*

²⁴ *Le sens pratique* de Pierre Bourdieu, notamment dans son chapitre sur « la croyance et le don », corrige en ce sens la conception élitiste de l'expertise culturelle que cautionne, souvent, *La distinction*.

²⁵ Cf. Georges Friedmann et Edgar Morin, « Sociologie du cinéma », *Revue Internationale de filmologie*, Tome III, n° 10, 1952, p. 95-112. Evoluant entre la filmologie de Cohen-Séat et la sociologie des loisirs de Joffre-Dumazedier, la démarche anthropologique d'Edgar Morin ne sera jamais considérée à sa juste valeur (cf notamment, *Le cinéma ou l'homme imaginaire : essai d'anthropologie sociologique*, Paris, Minuit, 1956 ainsi que *Les Stars*, Paris, Seuil, 1972 (première édition 1957)). En finalisant les démarches de Cohen-Séat et de Joffre-Dumazedier, La sémiologie de Christian Metz et la sociologie des pratiques culturelles de Pierre Bourdieu contribueront largement à cette éclipse. La revalorisation des travaux d'Edgar Morin par les jeunes sociologues Eric Macé et Eric Maigret (*Penser les médiacultures... op. cit.*) doit s'entendre comme une lecture critique de la sociologie critique de Pierre Bourdieu et de son refus de voir dans la « culture de masse » les éléments d'une sensibilité partagée nonobstant les différences sociales.

accordée dans les histoires traditionnelles du cinéma à la figure d'acteurs pourtant incontournables du commerce cinématographique, comme « les producteurs », « les distributeurs », « les exploitants » et « les spectateurs ordinaires » ».

Le cinéma est toutefois présent dans des synthèses historiques récentes consacrées notamment aux loisirs ou à la culture de masse, qui explorent, à la suite de Pascal Ory, l'espace d'une sociologie historique de la culture française²⁶. Cette prise au sérieux d'un objet peu sérieux traduit un changement d'attitude notable, quand bien même le cinéma est réduit à l'état de phénomène social et quelque peu noyé, avec les autres objets, dans un vaste ensemble « culturel »²⁷. En revanche, le renouvellement est très visible au sein des jeunes historiens très influencés par l'histoire culturelle. Même si le projet de Roger Chartier (« une histoire culturelle du social plutôt qu'une histoire sociale de la culture »²⁸) est loin d'être appliqué, de nouveaux objets apparaissent (« salles », « publics », « cinéphilie », « revues », « critiques », « ciné-clubs », « mouvement ouvrier »,...) en réaction à des approches trop longtemps centrées sur le « texte » ou « l'archive filmique » et traduisent une très forte vitalité²⁹. Sociologue de formation, Yann Darré a même tenté d'innover en proposant une petite synthèse sous l'intitulé, *Histoire sociale du cinéma français*³⁰. Le titre révèle toutefois l'approche de l'auteur qui présente moins une observation du marché cinématographique qu'une histoire sociale de l'art cinématographique français, laissant de côté l'analyse des œuvres, notamment celles en provenance de l'étranger. C'est aussi la critique que nous

²⁶ Cf le numéro spécial coordonné avec Christophe Gauthier et Dimitri Vezyroglou, « Pour une histoire cinématographique de la France », *Revue d'Histoire moderne et contemporaine*, tome 51, n°4, octobre-décembre 2004. Cf également, les derniers ouvrages de deux spécialistes des études cinématographiques, Jean-Pierre Esquénaï, *Godard et la société française des années 1960*, Paris, Nathan, 2004 et Geneviève Sellier, *La Nouvelle Vague – Un cinéma au masculin singulier*, Paris, CNRS Editions, 2005, cette dernière intégrant plutôt à sa démarche les *gender studies* anglosaxonnes.

²⁷ Voir notamment Alain Corbin, *L'avènement des loisirs*, Paris, Aubier, 1995, Dominique Kalifa, *La culture de masse en France, 1860-1930*, Paris, La Découverte, 2001, Jean-Pierre Rioux et Jean-François Sirinelli (dir), *La culture de masse en France de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, Fayard, 2002.

²⁸ Roger Chartier, « Le monde comme représentation », *Annales ESC*, novembre-décembre 1989, n°6, p. 1511.

²⁹ Les travaux sont très nombreux, nous ne pouvons pas les citer tous, à titre d'exemples, on mentionnera ceux d'Antoine de Baecque, *Les Cahiers du cinéma, Histoire d'une revue*, deux tomes, Paris, Éditions Cahiers du cinéma, 1991, *La cinéphilie : Invention d'un regard, histoire d'une culture, 1944-1968*, Fayard, Paris, 2003. Christian-Marc Bosséno, *La prochaine séance, les Français et leurs cinés*, Paris, Gallimard, 1996, Jacques Portes, *De la scène à l'écran, naissance de la culture de masse aux États-Unis*, Paris, Belin, 1997, de Christophe Gauthier, *La Passion du cinéma. Cinéphiles, ciné-clubs et salles spécialisées à Paris de 1920 à 1929*, Paris, AFRHC/École des Chartes, 1999, Tanguy Perron « « Le contrepoison est entre vos mains, camarades », CGT et cinéma au début du siècle », *Le Mouvement Social*, n°172, juillet-septembre 1995, et « Monde ouvrier et cinéma : aperçu de la production filmique du Parti communiste et de la SFIO », *Programme de recherche du Premier siècle du cinéma*, Paris, Collège de Polytechnique/Centre National de la Cinématographie, 1993, Vincent Graumer, *Les mouvements de ciné-clubs en France, 1945-1968*, Mémoire de DEA, Université de Paris X, 1993 rapports entre mouvement ouvrier et cinéma. Quelques années auparavant, Pascal Ory avait tenté d'ouvrir la voie (« De « Ciné-Liberté » à *La Marseillaise* », *Le Mouvement Social*, n°91, avril-juin 1975, p. 153-175). On peut également citer l'imposant travail de Jean-Jacques Meusy, *Paris-Palaces ou le temps des cinémas (1894-1918)*, CNRS Editions, Paris, 1995-2002.

³⁰ Yann Darré, *Histoire sociale du cinéma français*, La découverte, Paris, 2000.

pouvons faire des travaux précédemment mentionnés. La restitution de l'action des personnes néglige souvent les films et notamment la manière dont ces derniers suscitent précisément cette action. Spontanément objectivistes, les historiens ne traitent les œuvres qu'après leur domestication par les humains. La nature interactive de la situation et son incertitude disparaissent laissant émerger des produits inertes, parfaitement stables et déjà objectivés. Comme dans le modèle bourdieusien, l'expertise n'est pas présente, car elle est déjà réglée, quand elle ne se confond pas avec des entreprises de justification. Objet à la mode, la cinéphilie devient un terme galvaudé pour mettre en scène son plaisir et son rapport personnel au cinéma, particulièrement évident dans la série des études d'Antoine De Baecque consacrées aux critiques à l'origine de la Nouvelle Vague. Paradoxalement, l'expression est vidée de toute référence à une pratique d'expertise alors qu'elle vise à pointer cette compétence particulièrement aiguë du spectateur passionné. En effet, le terme « cinéophile » qui désigne logiquement un amoureux du cinéma (quelles que soient la caractéristique des films aimés et la condition de l'amateur) est utilisé le plus souvent dans les rapports d'enquêtes sur les publics comme l'expression d'un statut social (le « cinéophile » est généralement un spectateur cultivé qui appartient à des catégories socioprofessionnelles supérieures et qui se montre exigeant quant à la qualité artistique des films appréciés). Cette expression est d'autant plus constituante que son ambivalence sémantique et les enjeux dont elle est l'objet dans la réalité ne sont jamais interrogés par les chercheurs qui l'utilisent comme une catégorie « objective ». Ce qui ferme la porte par exemple aux expertises, souvent négligées, des milieux populaires et qui oblige Antoine De Baecque à réduire l'étude de la cinéphilie en France à l'observation des pratiques de quelques spectateurs cultivés, par ailleurs critiques professionnels ou futurs cinéastes.

Dans cet espace, le triptyque réalisé par Jean-Pierre Bertin-Maghit se distingue par son systématisme et sa rigueur historique³¹. L'étude globale du cinéma sous Vichy, envisagée aussi bien sous l'angle des institutions que des films, trouve sa cohérence dans la prospection d'un espace national qui se confond à l'époque – pour des raisons politiques – avec la filmographie française. C'est aussi ce qui permet de comprendre la focalisation des analyses sur une des modalités de l'expertise des films (leur qualité morale ou politique). La capacité de certains films à faire l'unanimité des spectateurs dans le temps comme au sein de l'espace politique, nonobstant la violence des affrontements de l'époque, est toutefois indirectement

³¹ Jean-Pierre Bertin-Maghit, *Le cinéma français sous Vichy*, Paris, Albatros, 1980, et *Le cinéma français sous l'occupation*, Paris, Perrin, 2002 (1^{ère} édition 1989) suivi par *Les documenteurs des années noires*, Paris, Nouveau Monde Editions, 2004.

mentionnée comme point de départ de l'analyse, même si elle ne fait pas l'objet d'un traitement spécifique. Des démarches identiques inspirent les études, déjà anciennes de Jean-Pierre Jeancolas (et où les œuvres analysées sont réduites à celles de la filmographie nationale) et celles plus récentes et innovatrices de Jacques Portes (consacrées cependant à l'espace américain)³².

En dehors de ces rares exemples d'histoire globale du cinéma, les travaux des jeunes chercheurs réunis sous le label d'histoire culturelle sont marqués par l'ambivalence de la démarche³³. Très visible au sein des études menées par les historiens modernistes (comme Chartier, Darnton, Ginzburg, Julia, etc.), la dimension anthropologique du courant disparaît complètement des analyses menées par les historiens de l'époque contemporaine. Le terme « culturel » retrouve son sens restreint et l'entreprise finit par valoriser une analyse historique des institutions culturelles, parfois même une histoire traditionnelle des représentations au cinéma³⁴. De la même manière que les histoires traditionnelles du cinéma sont en fait des histoires panthéons des chef-d'œuvres du cinéma, l'histoire culturelle du cinéma reproduit les points de vue des connaisseurs cultivés capables de reconnaître et de valoriser les grandes réalisations du Septième Art. Et dans cette histoire qui désigne les grands avant même de connaître les critères qui sont au principe de la grandeur, les petits spectateurs sont condamnés à l'anonymat.

La sociologie du cinéma dont on entrevoit, aujourd'hui le développement, permettra, nous l'espérons, de pointer les limites respectives des approches qui à force d'oublier tantôt les hommes, tantôt les films, s'ingénient à construire la grandeur des premiers ou celle des seconds, en faisant abstraction de la situation qui rend pourtant possible la mesure des œuvres,

³² Jean-Pierre Jeancolas, *15 ans d'années trente, le cinéma des Français, 1929-1944*, Paris, Stock/Cinéma, 1983, Jacques Portes, *De la scène à l'écran*, *op. cit.*

³³ Cf Philippe Poirrier, *Les enjeux de l'histoire culturelle*, Paris, Le Seuil, 2004 et notamment le chapitre consacré au « cinéma : de la source à l'objet culturel », p. 159-169.

³⁴ On notera également que le projet de Roger Chartier d'une « histoire culturelle du social » invitant les historiens à partir des objets plutôt que d'un « découpage du social » a priori, privilégie toutefois « la communauté d'interprétation » (Stanley Fish) sur l'expérience de la situation, ce qui écarte spontanément la question de l'expertise de l'œuvre et valorise inversement les relations de médiation entre les membres de la communauté uniquement, Roger Chartier, *art. cit.*, p. 1512 et 1513. Cette remarque vaut aussi pour les sociologues Maigret et Macé et les partisans des théories de la réception. En effet, la focalisation sur la réception des objets fait disparaître la situation qui la rend possible et du même coup, les opérations d'expertise qui sanctionnent leur valeur. Dans *L'historien et le film*, Paris, Gallimard, 2004, Christian Delage et Vincent Guigueno, proposent quant à eux, une version « modernisée » du projet initial de Marc Ferro. Le glissement sémantique est intéressant (cinéma/film, histoire/historien). Il témoigne d'une évolution dont les auteurs n'interrogent guère les conséquences sur la pratique scientifique, notamment l'extrême accessibilité des films, y compris des films de documentation historique, et la diffusion de la compétence historienne auprès du grand public, deux caractéristiques essentielles de la fin du XXème siècle (cf Jean-Marc-Leveratto et Fabrice Montebello, « Faire l'histoire des hommes du fer », in Alban Bensa et Daniel Fabre (Dir), *Une histoire à soi*, Mission du Patrimoine Ethnologique, Cahier 18, Editions de la Maison des sciences de l'homme, Paris, 2001, pp. 45-69).

comme celle des hommes qui les mesurent. Cette sociologie du cinéma s'inscrit, en même temps qu'elle le critique, dans la continuité de l'apport méthodologique de Bourdieu rappelant que « l'histoire des instruments de perception de l'œuvre est le complément indispensable de l'histoire des instruments de production de l'œuvre, dans la mesure où toute œuvre est pour ainsi dire créée deux fois, par le créateur et par le spectateur... » et qu'« il faudrait examiner systématiquement la relation qui s'établit entre les transformations des instruments de perception et les transformations des instruments de production [...] Comme le remarque Lionello Venturi, c'est à partir de Michel-Ange que Vasari découvre Giotto, à partir de Carrache et de Poussin que Belloni repense Raphaël »³⁵. C'est cette remarque méthodologique simple, mais fondamentale — mon expérience personnelle des œuvres me sert à juger d'autres œuvres — qu'une sociologie de la qualité cinématographique se doit de mettre en œuvre, c'est-à-dire en partant de l'idée, que les films de qualité servent à juger de la qualité des films, et que le jugement du consommateur informe nécessairement celui du producteur. Ce programme ne permet pas seulement de réhabiliter le rôle des spectateurs dans le développement du cinéma. En réintroduisant le film comme un objet de médiation entre les producteurs, les consommateurs et leurs intermédiaires, il permet également d'envisager l'étude du cinéma considéré comme un « fait social total ».

Jean-Marc Leveratto et Fabrice Montebello

Université Paul Verlaine – Metz

ERASE

(Equipe de Recherche en Anthropologie et Sociologie de l'Expertise)

³⁵ Pierre Bourdieu et Alain Darbel, *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris, Editions de Minuit, 1966, p. 76.