

Histoire du cinéma et expertise culturelle

Bien qu'elle ait encore peu suscité l'intérêt des chercheurs, l'expertise est une question centrale dans l'histoire du cinéma.

En tant qu'activité de diagnostic (d'évaluation, de jugement) constituant une aide à la décision (un rapport qualité/prix, une caractérisation, un label (un film classé "art et essai"), une critique, une cote morale, un conseil d'ami), elle est pourtant un facteur fondamental tant du développement de l'industrie cinématographique que de la constitution d'une culture cinématographique. Elle a contribué conjointement à l'émergence d'un savoir-faire de producteur et de diffuseur de films, et à l'élaboration d'un savoir de consommateur éclairé, fondé sur l'entretien et la transmission de films de qualité, la diffusion d'un savoir historique, et la formalisation de critères de la qualité cinématographique.

L'expertise culturelle est difficile à étudier car elle est souvent appréhendée comme une compétence attachée à des personnes "extra-ordinaires" ("spécialistes", "professionnels", "artistes"), qualité dont les spectateurs "ordinaires", et parfois même les "amateurs", seraient dépourvus. Tel n'est pas le cas dès lors qu'on étudie la situation d'expertise. Celle-ci se définit moins, par un "objet" ("film" ou "personne") que par "une grandeur à mesurer", c'est-à-dire par l'évaluation d'une "interaction" entre des êtres et des choses. Considérée comme une opération de mesure d'une grandeur, l'expertise cinématographique caractérise aussi bien la décision d'investissement d'un producteur que le choix d'une sortie au cinéma, l'attribution d'une subvention par la commission d'avance sur recettes que la réflexion de l'achat d'une K7 vidéo, l'interprétation historique du sens d'une œuvre cinématographique que l'expression d'un avis "bon-mauvais" sur un film, la quantification du nombre de spectateurs d'un film que la caractérisation des personnes qu'il touche, toutes opérations qui reviennent à estimer l'efficacité d'un objet ou d'une série d'objets cinématographiques¹. Le chercheur doit donc éviter de faire de l'expertise cinématographique une compétence réservée aux experts patentés du cinéma (le spectateur ordinaire procède de la même manière que l'expert patenté), et s'attacher plutôt à étudier la manière dont cette compétence est mesurée et, par là même, accordée ou refusée à certaines personnes.

Parce qu'elles se réduisent la plupart du temps à une histoire des films, les histoires traditionnelles du cinéma passent sous silence à la fois l'action du spectateur ordinaire et la manière dont elle participe à la construction de la qualité artistique des films. Inversement, en se focalisant sur "le public", les sociologues des pratiques culturelles "oublient" les films et négligent la façon dont ces derniers agissent sur les personnes indépendamment de leur qualité artistique. Dans les deux cas, l'histoire et la sociologie du cinéma restituent sans surprise et après coup, l'action prévisible des objets sur les personnes et celle des personnes sur les objets, en définissant *a priori* leurs qualités respectives ("film d'auteur"/"spectateurs cultivés", "film commercial"/"grand public", "film culte"/"cinéphiles", "film pour enfants"/"public scolaire"...). En ce sens, l'expertise culturelle ne désigne pas seulement un objet d'étude négligé par les recherches cinématographiques mais un programme d'investigation qui, en rappelant la manière dont les films sont des objets de médiation entre les personnes participant à leur production, leur distribution, leur exhibition, leur évaluation et leur consommation, propose une histoire et une sociologie du cinéma considéré comme un fait total.

Cet exposé vise à préciser l'efficacité culturelle de l'expertise en analysant l'histoire du cinéma français du point de vue de l'interaction professionnels/usagers plutôt que du point de vue de l'œuvre cinématographique². On est amené du même coup à valoriser le rôle historique et la compétence artistique d'acteurs — producteurs, distributeurs et consommateurs — considérés très souvent comme des obstacles au développement de l'art cinématographique, du fait de leur incapacité (ou de leur mauvaise volonté) à juger (ou à produire) de la qualité cinématographique³. Cette étude des figures de la compétence cinématographique est également une histoire des instruments de mesure de la qualité cinématographique à partir desquels cette compétence des acteurs s'exerce (deuxième partie). Elle présuppose au préalable d'interroger le rôle du chercheur à la fois dans la construction de cette compétence⁴ et dans la manière dont il participe à l'équipement

¹ Sur la sociologie de la mesure, cf. Trepos (J.-Y.) "Sur une sociologie de la mesure", *Utinam*, n°23, 1997 et "Catégories et mesures", in Bouvier (A.) et P. Pharo (P.) *Sociologie et connaissance. Nouvelles approches cognitives*, Paris, Ed. du CNRS, 1998.

² Dans la continuité des travaux d'Everett C. Hughes (Hughes (E.C.) *On work, race and the sociological imagination*, Chicago/London, The University of Chicago Press, 1994), on interroge les circonstances dans lesquelles l'occupation cinématographique s'est professionnalisée. Ce type d'enquête semble avoir été sacrifiée par les historiens et les sociologues français à l'étude exclusive du processus de consécration culturelle des "grands réalisateurs", ce qui explique l'absence criante de travaux systématiques sur l'histoire des métiers du cinéma.

³ On appréhende donc, à la suite d'Howard Becker (*Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988) l'art cinématographique comme une activité collective, et on ne sépare pas a priori l'artistique et le social.

⁴ En tant qu'observateur décidant qui est compétent pour juger de la compétence artistique, le chercheur fait en effet partie de l'observation. Ce qui limite la revendication d'objectivité ou de neutralité "scientifique" de certains sociologues, qui

des acteurs en leur fournissant, par le biais de ses observations, des arguments au service de leur action (première partie).

1. Savoir historique et qualification culturelle

La fonction culturelle de l'histoire du cinéma est difficile à penser dans une tradition durkheimienne, qui introduit une nette séparation entre connaissance savante et jugement ordinaire. Si les historiens sont généralement attentifs, du fait de leur formation professionnelle, au rôle que joue l'histoire du cinéma dans la reconnaissance de la qualité cinématographique, et l'intègrent systématiquement dans leur interprétation⁵, beaucoup de sociologues continuent à mésestimer le biais qu'introduit l'histoire du cinéma dans leur observation du jugement cinématographique et, au delà, la manière dont elle oriente leur jugement sur le jugement cinématographique.

1.1. Histoire de l'art et sociologie critique

Certes, l'idée que l'histoire constitue — pour le cinéma comme pour d'autres arts — un instrument de mesure privilégié de la qualité artistique est, dans la sociologie de Pierre Bourdieu, le point de départ de la “ science des œuvres ”⁶ Mais le savoir historique est, dans ce modèle, réservé à une minorité qui seule a pu prendre connaissance des “ références, des repères intellectuels (souvent composé des personnages phares), des concepts en isme ”⁷ qui assurent la justesse du jugement porté sur les œuvres. Cette culture historique parce qu'elle se confond avec la culture institutionnelle, fondée sur un savoir professionnel, des artistes ou avec la connaissance scolaire, informée par le travail des archéologues et des historiens, de l'art garantit l'adéquation du jugement porté sur l'œuvre. En effet “ la délectation a pour condition la conscience et la connaissance [...] de “ l'apport ” comme on dit qu'elle représente, et qui ne peut qu'être saisi par la comparaison historique ”⁸.

Le sociologue, en même temps qu'il s'inclut dans la minorité des individus capables d'évaluer la qualité d'une certaine œuvre — puisqu'il s'approprie la culture historique des artistes qu'il étudie — s'accorde la compétence supérieure de celui qui est capable d'identifier les limites de cette évaluation “ historienne ” et de l'illusion qu'elle produit de “ l'indépendance de l'œuvre à l'égard de ses conditions historiques ”. En effet, “ les historiens de la littérature ou de l'art, reprenant sans le savoir à leur compte la vision des producteurs pour producteurs qui revendiquent (avec succès) le monopole du nom d'artiste ou d'écrivain, ne connaissent pas et ne reconnaissent que le sous-champ de la production restreinte, et toute la représentation du champ et de son histoire s'en trouve faussée ”. Aux historiens et aux artistes qui réduisent l'histoire d'un art à “ un processus de purification ” de son contenu et d’“ autonomisation ” de son producteur, le sociologue oppose “ la vision résolument historiciste qui conduit à se donner une connaissance rigoureuse des conditions de l'émergence de logiques transhistoriques telles que celles de l'art [...] ”.

Cette conscience historique du sociologue qui s'impose, pour ne pas “ trancher dans la recherche ce qui est en question dans la réalité ”, de faire la “ généalogie critique ” des “ systèmes de classements, noms d'époques, de “ générations ”, d'écoles, de mouvements, de genres ” ou l'histoire du processus de constitution des *listes* d'auteurs ” (p. 66) contraste avec la tranquille certitude avec laquelle il identifie, sans autre forme de procès, la “ qualité des œuvres ” dont il parle. Pour mesurer et faire mesurer la qualité littéraire et théâtrale, il s'appuie sur la litanie scolaire des grands noms de la littérature du XIXe (“ Balzac ”, “ Flaubert ”, “ les Goncourt ”) et du XXe (“ Joyce ”, “ Faulkner ”, “ Claude Simon ”), sur l'imaginaire professionnel des pionniers de la mise en scène (“ Antoine ”, “ Lugné-Poe ”), sur la hiérarchie des genres (“ boulevard ”, “ Fantomas ”). Bien loin de constituer une connaissance réservée à une élite, la culture historique que le sociologue mobilise est une collection de *lieux communs*, constituant des instruments de mesure de la qualité littéraire ou théâtrale partagés par le sociologue avec ses lecteurs.

Ce constat interroge l'extériorité scientifique vis-à-vis du champ de la consommation culturelle revendiquée par le sociologue critique. L'identification des instruments de mesure qu'il utilise montre bien le rôle d'étalon de la valeur culturelle d'une consommation qu'il confère aux chef-d'œuvre⁹, son utilisation du

privilégient les critères de mesure de la qualité artistique défendus par les professionnels qu'ils interrogent, et participent ainsi directement à la construction de la dispute artistique.

⁵ C'est surtout le cas cependant des historiens américains. Cf Allen (R. C.), Gomery (D.), *Faire l'histoire du cinéma, les modèles américains*, Paris, Nathan, 1993.

⁶ “ Ainsi, par exemple, pour comprendre les choix que font les metteurs en scène de théâtre contemporains [...], il faut se référer à toute l'histoire de la mise en scène depuis 1800 ”, in Bourdieu (P.), *Raisons pratiques*, Paris, Seuil, 1994, p. 61.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid, p. 78.

⁹ qu'ils s'agissent, selon les termes de *La distinction*, “ des chefs d'œuvre majeurs des arts majeurs ” (Le Clavecin bien tempéré, l'Art de la fugue, Bruegel ou Goya), des “ chefs d'œuvre mineurs des arts majeurs ” (La Rhapsody in blue, la Rhapsodie hongroise, Utrillo ou Buffet) et des chefs d'œuvre majeurs des arts mineurs (Jacques Brel, Gilbert Bécaud), ou des chefs d'œuvre “ populaires ” car popularisés (La Traviata, l'Arlésienne) ou fabriqués pour le public le plus large possible

système des Beaux-Arts pour hiérarchiser les pratiques qu'il observe, et sa mobilisation de la " définition historique " de l'artiste pour identifier la qualité professionnelle de l'artiste¹⁰. Par ailleurs, il contribue, par son discours, à la confirmation de la qualité artistique des objets, personnes ou choses, qu'il mobilise comme instruments de mesure¹¹. Ses publications s'intègrent elle-même dans un certain genre de littérature, et du fait même de leur prétention scientifique, participent à la constitution de la vulgate historique qui permet aux professionnels et aux usagers de s'ajuster.

Il importe moins, de ce point de vue, de dénoncer la contribution du sociologue à l'imposition d'une certaine forme de légitimité culturelle¹², que de relever sa participation en tant qu'auteur d'ouvrages vendus sur le marché de l'édition, et qui alimentent d'autres ouvrages, à la vulgarisation d'une certaine culture historique de l'art. La sociologie critique mésestime systématiquement, en effet, la fonction culturelle de l'industrie culturelle, et la façon dont elle informe positivement le jugement du consommateur en mettant à sa disposition un savoir historique sur l'art. Si l'on tient compte de ce rôle positif des médias, et de la démocratisation des équipements culturels, il devient difficile de réserver la culture historique de l'art, au sens de la connaissance des œuvres de référence, aux seuls historiens de l'art, ou de mesurer son acquisition par le seul niveau d'instruction scolaire de la personne. L'observation du sociologue en action montre qu'il opère pour mesurer la grandeur culturelle d'un objet, tout comme le critique, des rapprochements avec des choses bien connues de son public, des choses que ce public conserve en mémoire et qui constituent un " équipement métrologique " partagé entre l'expert et les personnes auxquelles ils s'adressent. C'est cette mémoire actuelle du consommateur, dont la " raison graphique " — le privilège accordé à l'écriture comme moyen de connaissance — dissimule l'importance, que l'observation du jugement cinématographique doit prendre en compte.

1.2. Sociologie du cinéma et mémoire du consommateur

Reconnaître l'histoire écrite du cinéma comme un équipement culturel du jugement cinématographique ne doit pas faire oublier ses limites. Moyen d'identifier la qualité d'un film ancien, et de justifier publiquement l'opinion émise sur un film nouveau grâce aux lieux communs de la qualité artistique — " Citizen Kane " ou " La règle du Jeu ", " Griffith " ou " Godard ", — qu'elle met à notre disposition, elle n'est d'aucune utilité pour juger d'un film nouveau, sauf si elle a été incorporée par le spectateur et qu'elle informe, en tant mémoire visuelle, le jugement sur le film nouveau.

L'expérience propre du consommateur — qui désigne à la fois un savoir personnel du cinéma, le souvenir de certains objets, et les traces émotionnelles liées à certaines situations vécues¹³ — est ce moyen de juger de la qualité du film nouveau, de réduire l'incertitude inhérente à la situation. Malgré l'importance accordée par les exploitants eux-mêmes au " bouche à oreille ", ou la célébration systématique aujourd'hui de l'" histoire personnelle du cinéma " de tel ou tel réalisateur, beaucoup de chercheurs comptent pour rien cette *réflexivité* du spectateur, qui lui permet de tirer profit et de faire profiter de sa propre expérience de spectateur. Certains paradigmes critiques conduisent ainsi à réduire le spectacle cinématographique à la réalisation d'un programme prédéterminé, qu'il s'agisse du projet cinématographique de l'auteur ou d'un habitus visuel, et rendent curieusement très difficile la reconnaissance de l'épreuve personnelle de la valeur artistique de l'interaction dont chaque spectacle est, pour chaque spectateur, l'occasion.

(Mariano, Guétary, Petula Clark), in Bourdieu (P.), *La distinction*, Paris, Minuit 1979, p. 14-16. Il est notable que l'identification de ces objets, et leur utilisation comme des critères de qualité (qualité supérieure ou moyenne ou inférieure) se fonde, non sur une " hiérarchie scolaire ", mais sur une expérience personnelle de l'industrie du disque, ou du livre de poche. La question de la légitimité technique de la hiérarchie entre les objets fait disparaître le triple problème que pose l'utilisation par le sociologue critique de l'évidence que constitue l'opinion, la réalité pratique du problème du choix de la nouveauté, et enfin le caractère ordinal de la mesure de qualité qui situe l'objet sur un continuum (de plus ou moins grande qualité).

¹⁰ Moulin (R.), Passeron (J.C.), Pasquier (D.), et Porto-Vasquez (F.), *Les artistes. Essai de morphologie sociale*, Paris, La documentation française, 1985.

¹¹ " Quant au souci légitime sans doute qu'on ne puisse tirer du travail du sociologue à son insu un jugement de valeur, il me paraît quelque peu illusoire de penser qu'on peut l'empêcher : N. Heinich ne contribue –t-elle pas elle-même à la valorisation sociale de Pinoncelli (que je ne connaissais pas avant de lire son article dans *Giallu*), de Buren ou de Duchamp en étudiant les effets de rejets ou autre de la réception de leurs œuvres ", Bruno Péquignot, *Le cinéma au cœur de la sociologie de l'art*, *Utinam*, 1995, n° 16, p. 118

¹² Comme le font Grignon (C.) et Passeron (J.-C.) dans *Le Savant et le populaire*, Paris, Hautes Etudes, Gallimard, Le Seuil, 1989.

¹³ La " mémoire cinématographique " étudiée par Jean-Michel Guy (*La culture cinématographique des français*, Paris, La documentation française, 2001, p. 29-31) constitue, de ce point de vue, une approche restrictive de la mémoire du consommateur en tant que " mémoire des personnes " (p. 30). Si comme l'auteur le souligne très justement " parler d'un film, c'est parler de soi " (p. 30), cette mémoire ne peut se réduire à une liste d'objets techniques — " des noms d'acteurs, des titres de films et des réalisateurs " mais inclut nécessairement les traces émotionnelles, les inscriptions corporelles liées au vécu singulier de l'individu. Le travail, à son époque novateur, de Jean-Pierre Esquenazi (*Film, perception, mémoire*, Paris, L'harmattan, 1991) trouve lui aussi sa limite dans l'alignement du jugement du spectateur qu'entraîne la neutralisation de la singularité individuelle de la mémoire corporelle.

Le propre de cette épreuve est de conférer au corps, en tant qu'il concrétise ma sensibilité et qu'il exprime mon individualité, le rôle d'instrument de mesure de la qualité de l'événement auquel il participe¹⁴.

C'est ce qui explique l'incertitude inhérente à la réussite d'une production cinématographique, en même temps que la possibilité de la réduire en s'appuyant sur la mémoire corporelle du spectateur, réutilisant les mêmes objets pour capter les mêmes corps. Il faut donc prendre au sérieux tant la **réalité pratique** de l'expertise effectuée par le consommateur (il porte au cas par cas un jugement sur le film qu'il vient de voir), que son **efficacité sociale** (ce jugement agit sur la carrière du film)¹⁵, que le **fondement réel**, enfin, de la qualité cinématographique. Certains films sont meilleurs que d'autres, et la construction de leur sens et de leur valeur ne peut se réduire au produit, pas plus qu'à la production, d'une croyance (au sens d'une illusion sans fondement réel) : elle s'enracine dans l'expérience physique de cette efficacité spectaculaire, dans le corps à corps avec l'objet, qui marque différemment chaque sensibilité.

Le spectacle — la "séance de cinéma" ou la "séance télé" — est donc une unité d'observation plus adéquate que le film parce qu'il est, de fait, le dispositif d'épreuve de la qualité cinématographique¹⁶. Il interdit de séparer le film du corps du spectateur et oblige à prendre en compte tous les objets spectaculaires, qui font le spectacle en agissant sur le corps du spectateur en situation. Identifier tout ce qui touche ce spectateur en chair et en os, même s'il s'agit de choses qui n'ont pas de dignité artistique, est le seul moyen de garantir la réussite de la transaction, comme en a bien conscience l'exploitant cinématographique. Cette chose peut être le fauteuil, ou les gestes caractéristiques d'une personne que l'on retrouve sur l'écran, comme cette ouvrière interrogée par Fabrice Montebello émue par la ressemblance physique entre sa mère et l'héroïne de *Qu'elle était verte ma vallée*¹⁷.

Considérer le corps comme un instrument de mesure de la qualité cinématographique consiste à valoriser la transmission des émotions qui caractérise la médiation cinématographique et que le fonctionnement du marché cinématographique oblige à prendre en compte. Le cinéma, de ce point de vue, est une technique du corps et une occasion d'éprouver des émotions, qui rendent désirable la situation. À une modélisation du jugement cinématographique qui considère le cadrage technique de ce jugement — "le film en tant que film" — comme la norme, et le débordement esthétique — "penser à ma mère" — comme une exception, on substituera donc un modèle d'analyse qui considère, au contraire, que le cadrage technique du jugement est l'exception, et les débordements, la règle¹⁸.

Ce second modèle est beaucoup mieux adapté pour décrire l'interaction cinématographique. Il permet d'intégrer dans la sociologie du cinéma la prise en compte par le spectateur de sa propre sensibilité, qu'il découvre dans l'action, à certains objets. L'expertise sociologique de la consommation cinématographique oblitère souvent cette efficacité singulière des objets, cette valeur émotionnelle qu'ils acquièrent en parlant directement au corps, valeur sur laquelle les "gens comme vous et moi" s'appuient pour voir du cinéma. Elle utilise en effet le corps du spectateur comme un principe d'alignement des conduites — la sympathie du corps populaire pour le film d'action explique le public populaire, et le cinéma populaire —, plutôt que comme un principe de singularisation de la situation. La réflexivité du spectateur, le contrôle de la valeur personnelle de son jugement qu'il opère, au cas par cas, en s'appuyant sur son affectivité et la compétence technique acquise par sa fréquentation du cinéma, est sacrifiée à l'affirmation de la prévisibilité de la conduite du consommateur, du fait de son attachement à un goût déterminé, indépendant de la situation.

Si cette vision sociologique de la consommation cinématographique reste acceptable culturellement pour certains individus et collectifs, c'est qu'elle reconnaît la construction par le spectateur de sa propre compétence cinématographique, et son enracinement local. Elle se contente de disqualifier techniquement cette compétence, en la définissant comme une compétence sociale bien distincte de la compétence technique nécessaire à la production d'un jugement fondé sur l'art cinématographique. Cette purification de l'émotion

¹⁴ Leveratto (J.-M.), *La mesure de l'art. Sociologie de la qualité artistique*, Paris, La dispute, 2000.

¹⁵ "L'imprévisibilité des lois de la réussite" est souvent sacrifiée, dans la sociologie française, à l'idée que "le succès est soumis au monde des critiques et des "initiés" ". Le fait que "c'est le public qui tranche" devient ainsi "un sentiment le plus souvent trompeur" et la "concentration de la consommation sur un petit nombre de titres" attribuable à la seule efficacité des "critiques" et non à la moindre qualité des autres titres, Benhamou (F.), *L'économie de la culture*, Paris, La découverte, 1996, p. 64-66.

¹⁶ Cf. Jean-Michel Guy qui montre bien les paradoxes qu'entraîne la survalorisation de la séance de cinéma comme seul dispositif d'épreuve légitime, d'un point de vue historique, de la qualité du film, in Guy (J.-M.), *La culture cinématographique des français*, op. cit., p. 90-91.

¹⁷ Montebello (F.), *Spectacle cinématographique et classe ouvrière, Longwy 1944-1960*, Thèse pour le doctorat d'histoire, Université de Lyon 2, Lyon, 1997, p. 20-21.

¹⁸ Dans ce modèle d'analyse du marché, des investissements appropriés vont permettre de réduire les débordements qui gênent l'exploitation économique. Cf Callon (M.), "An essay on framing and overflowing : economic externalities revisited by sociology" in Callon (M.) ed., *The Laws of the Market*, Oxford/Calden, Blackwell, 1999, p. 245 à 269. L'exemple paradigmatique en est donné par le code Hays, une initiative des studios américains pour garantir la diffusion commerciale de leur films sur tout le territoire américain, en neutralisant les obstacles constitués par la censure exercée par chaque État fédéral, censure variant en fonction d'une sensibilité locale plus ou moins grande à l'exhibition de la nudité, à l'usage de gros mots, etc. Cf à ce sujet, Jacques Portes, op. cit.

cinématographique, la séparation de sa nature technique et de sa nature sociale, conduit à réduire l'échange cinématographique à l'épreuve de la seule qualité technique de l'objet, au corps à corps esthétique avec l'objet filmique. Or le cinéma est, tout autant que la matière d'une entreprise ou l'instrument d'une carrière, l'occasion d'un loisir

1.3. Sociologie et loisir cinématographique

Appréhender la culture cinématographique sans l'angle de l'équipement culturel qu'elle constitue ne doit pas faire oublier l'espace des échanges culturels qu'elle permet de nouer, et qui excède largement le "champ" ou le "monde de l'art" cinématographique. Cet "espace public" de la culture cinématographique est porté, comme le montre Habermas, par les usagers désireux de participer à la diffusion d'un loisir dont ils tirent plaisir et dont ils éprouvent personnellement la valeur culturelle. Aimer le cinéma consiste aussi à lire sur le cinéma, à disputer du cinéma, à se battre pour le cinéma, à publier sur le cinéma, publications qui peuvent prendre la forme explicite d'un discours d'expertise¹⁹. De la conversation passionnée à la dispute collective, qui peut parfois déboucher sur la violence²⁰, les consommateurs participent ainsi à la constitution de cet espace public, qui fonde la reconnaissance d'un loisir comme un bien culturel, et comme un bien collectif à préserver²¹. Dans cet espace public du loisir cinématographique, faire du cinéma ou parler du cinéma est une conduite soumise à des contraintes de justification. L'investissement personnel dans le cinéma des personnes auxquelles on s'adresse oblige à montrer, si l'on veut participer à l'échange, qu'on est digne de cet échange, à la fois qu'on s'y connaît réellement, et qu'on respecte la valeur morale de choses qui touchent affectivement l'individu, et qui le lient à d'autres individus. Cela suppose un savoir de la qualité cinématographique, grâce auquel je fais reconnaître à autrui ma culture artistique, mais aussi ma compétence éthique, mon souci de préserver la valeur humaine du plaisir cinématographique, mon sens de la responsabilité qu'il y a à transmettre la culture authentique du cinéma. C'est ce *dilettantisme* — qu'on pourrait définir comme une culture du loisir cinématographique²² — qui consiste à prendre soin du cinéma, à le préserver de toute forme de rationalisation excessive, que valorise par exemple le professionnel déjà cité lorsqu'il affirme les limites de l'expertise historique : "Que nous soyons historiens ou archivistes, ce que nous voulons tous, c'est pénétrer le mystère du film. Ce à quoi — il faut l'espérer — nous ne parviendrons jamais ! Nos réflexions les plus rigoureuses, nos analyses les plus pointues ne doivent en aucune façon menacer en nous le spectateur"²³. Le souci éthique de la préservation du sens du loisir cinématographique (l'initiation esthétique, la confrontation du spectateur au "mystère de la création") est un élément fondamental de la "rhétorique artistique"²⁴ dominante, en France, dans l'espace public de la culture.

L'action d'amateurs cultivés est ainsi responsable de la stabilisation, en France, à partir des années 20, d'un dilettantisme cinématographique, qui a justifié le refus du film parlant, en tant que vecteur de rationalisation abusive du loisir cinématographique, qui réduit le cinéma au statut d'instrument de travail ou de simple marchandise. Ce dilettantisme a par là même favorisé la prolifération de la figure rhétorique de la contre-expertise culturelle — dont *la Lettre sur les spectacles* constitue, en France, le modèle historique²⁵ — de la dénonciation de l'entreprise de spectacle menée par le spectateur critique, au nom du bien des personnes que l'expert patenté, prisonnier d'un point de vue technique, a tendance à oublier.

Les années 30 constituent le moment de la cristallisation de cette figure de la contre-expertise de l'entreprise cinématographique, incarnée par l'honnête homme découvrant les méfaits de "la production

¹⁹ Un bon exemple en est donné par l'ouvrage de Léo Bovy, *Théâtre et Cinéma, Le cinéma aura-t-il raison du théâtre ?*, Paris/Liège, Éditions Gillet, 1933. "Étude documentaire" d'un amoureux du théâtre conquis par le cinéma parlant, elle propose "un parallèle soigneusement établi" (p. 17) entre les qualités et les défauts des représentations d'Opéra (de la performance des chanteurs au pourboire) et ceux des séances de cinéma, pour aider "les Directeurs de théâtre à comprendre la psychologie du public" qui se tourne vers le cinéma (p. 123).

²⁰ Cf. les "batailles", telle la fameuse bataille d'Hernani, dont l'histoire française du spectacle conserve la mémoire. Ces batailles, qui peuvent être considérées comme des formes rituelles de construction d'un événement artistique, ont parfois débouché sur de véritables émeutes, comme au théâtre d'Astor Place à New York, le 10 mai 1849, où une querelle entre "fans" de l'acteur américain Edwin Forrest et admirateurs de l'acteur anglais William MacReady, entraîne une émeute qui se solde par 23 morts et 100 blessés.

²¹ Jean-Michel Guy valorise ce "capital immatériel" (p. 31, op. cit.) que constitue la culture cinématographique, "à la fois stock et flux", et le "patrimoine collectif" qu'elle représente.

²² du loisir au sens grec, *scholé*, c'est-à-dire du loisir considéré comme un moyen de développement personnel de l'individu.

²³ Daudelin (R.), "En guise d'ouverture" in Cosandey (R.), Gaudreault (A.), Gunning (T.) eds, *Une invention du diable ? Cinéma des premiers temps et religion*, Presses de l'Université de Laval et Éditions Payot, Sainte-Foy-Lausanne, 1992, p. XXIII.

²⁴ Trépos (J.-Y.), *La sociologie de l'expertise*, Paris, P.U.F., 1996.

²⁵ On se souvient que Jean-Jacques Rousseau y évalue, sur la base de son expérience personnelle de spectateur, toutes les conséquences prévisibles de l'installation d'un théâtre à Genève, et conclut à l'intérêt pour les citoyens de la refuser du fait du risque moral qu'elle renferme.

industrielle d'un bien culturel ». Son souci de l'humanité le conduit alors à dénoncer l'expertise, inefficace à force d'être rationnelle, du “ spécialiste qui connaît bien sa partie ” mais “ se désintéresse de l'ensemble et ne songe pas une minute au résultat final, qui est tout de même une œuvre d'art ”²⁶ ; ou à dénoncer, à l'inverse, l'expertise trop efficace, qui déshumanise la situation, telle celle de “ l'expert en "sex-appeal" ” qui a conçu le visage que la star porte à l'écran “ qui lui vaut une foule d'adorateurs, c'est entendu, mais est surtout une *marque de fabrique* qui lui donne sa valeur commerciale”²⁷. Le caractère révoltant de cette image — la marque de fabrique apposée sur le corps humain de la vedette²⁸ — exprime bien les réactions négatives suscitées en France par le développement de l'industrie cinématographique. Les ramener directement à des tensions professionnelles, à des conflits économiques, à des affrontements sociaux (c'est-à-dire à des tensions entre collectifs constitués) serait cependant méconnaître le double processus de développement historique de l'expertise cinématographique dont ces réactions affectives individuelles, dès lors qu'elles sont publiées, rendent compte. En tant prises de position personnelles, qui ont l'amour du cinéma pour fondement affectif, elles répondent à la fois à une fonction esthétique (le plaisir de parler du cinéma), et à une préoccupation éthique, celle d'interroger les effets de la technique sur l'échange cinématographique, pour en préserver l'humanité. Elles sont la cristallisation d'un jugement sur la technique. En tant qu'elles constituent des événements dans l'espace public, elles représentent par ailleurs des motifs de politisation de l'expertise, et justifient la protestation de certains collectifs, la constitution de causes et la création d'équipements politiques de l'expertise cinématographique²⁹.

C'est ce double mouvement qu'il s'agit maintenant d'examiner, pour préciser ses effets sur la production cinématographique, sur l'organisation du marché du cinéma, et enfin sur la codification du loisir cinématographique.

2. Les figures de la compétence cinématographique : histoire du cinéma et objectivation du savoir-faire cinématographique

Le lien consubstantiel entre le développement de l'histoire écrite du cinéma et du dilettantisme a affecté très fortement et durablement, en France, la perception par le public, comme par les chercheurs, du travail cinématographique. La dénonciation, au nom du sens personnel du loisir cinématographique, de la construction industrielle et de l'exploitation marchande de l'activité cinématographique dont le parlant donnait l'occasion s'est cristallisée dans l'attribution exclusive du mérite de la qualité du film au regard de l'auteur. Elle contribue donc toujours à rendre difficile la reconnaissance de l'expertise requise par la production cinématographique.

Ainsi les figures professionnelles du “ producteur ” et du “ distributeur ” apparaissent-elles extrêmement troubles en France, aussi bien du fait de la faiblesse des recherches qui leur ont été consacrées, que de l'efficacité politique de leur disqualification culturelle. À l'inverse de cette figure domestique que représente “ l'auteur ”, et dont les traits idéal-typiques se sont durcis à force d'être utilisés comme un modèle de spectateur et un représentant idéal du public³⁰.

“ Producteur ”, “ distributeur ”, “ auteur ” constituent, en même temps que des fonctions techniques dans la division du travail cinématographique, des figures publiques, illustrant chacune un type d'investissement dans l'activité cinématographique. Chacune de ces trois figures de l'intérêt cinématographique³¹ — rendues publiques par le développement, à partir des années vingt, de controverses politiques sur l'industrie cinématographique — ouvre à une manière de construire l'histoire du cinéma. Cette dernière peut être, en effet,

²⁶ Cendrars (B.), *Hollywood, la Mecque du cinéma (1936)*, Paris, Grasset, 2001, p. 113-114. L'auteur revendique son expérience personnelle du travail cinématographique, en se différenciant du “ visiteur bienveillant et non initié ” fasciné, lors de sa première découverte d'un studio hollywoodien “ par le pittoresque, l'inattendu, les à-côtés d'une séance de prise de vues ”. Cette expérience garantit la valeur de son jugement sur la technique cinématographique : “ Ayant fait moi-même durant des années du cinéma et de la mise en scène, du temps du “ muet ” [...] j'ai, par contre, immédiatement remarqué la différence apportée par le sonore dans le travail qui s'effectuait sur le plateau ”.

²⁷ *Ibid.* p. 185-186.

²⁸ Qu'on associe spontanément aujourd'hui à la transformation du corps en matière première dans les “ usines de la mort ”. Une récente publicité de Benetton qui présente des individus portant sur leur corps un tampon analogue au tampon sanitaire apposé sur les quartiers de viande joue avec cette réaction spontanée du spectateur.

²⁹ La distinction entre “ politisation ” et “ cristallisation ” est empruntée à Jean-Yves Trepas, “ L'expertise comme équipement politique de la société civile ”, in *Questions de communication*, n° 2, 2002, p. 7-18. Dans l'entre-deux guerres, un de ces équipements politiques est l'enquête du *Groupe interparlementaire français pour la défense du cinéaste*, qui a auditionné, sous la présidence de Jean-Michel Renaitour, de décembre à mai 1937, les représentants de tous les métiers (distributeurs, producteurs, réalisateurs, comédiens, enseignants) concernés par la “ crise ” du cinéma. Cf. *Où va le cinéma français ? Enquête menée par Jean-Michel Renaitour*, Paris, Éditions Baudinière, 1937.

³⁰ “ En réalité, pour aimer un film, il faut être un cinéaste en puissance, il faut se dire : mais moi, j'aurais fait comme ça, j'aurais fait comme ça ; il faut soi-même faire des films, peut-être seulement dans son imagination, mais il faut les faire, sinon, on n'est pas digne d'aller au cinéma ” Renoir (J.), *Entretiens et propos*, Paris, Ramsay, 1979, p. 26.

³¹ Au sens de l'*homo oeconomicus*.

facilement interprétée comme la réalisation historique de l'intérêt d'une de ces figures, du fait de sa capacité à imposer aux autres figures la soumission à son propre intérêt. Cette manière de faire l'histoire du cinéma entraîne cependant l'invisibilité scientifique de la question de l'expertise, la domination économique ou la violence symbolique suffisant à expliquer la stabilisation et le développement du marché cinématographique. Il importe donc de redonner à l'expertise son rôle dans l'histoire du cinéma, comme moyen de coordination technique, et d'instrument de médiation entre les intérêts des différents protagonistes de l'interaction cinématographique.

2.1. Histoire du cinéma et industrie cinématographique

La difficulté du public français à reconnaître l'expertise du producteur tient à de multiples causes³².

Tradition académique et souci éditorial conduisent les chercheurs à privilégier l'écriture individuelle de l'histoire du cinéma au détriment de l'étude collective du fonctionnement de l'industrie cinématographique³³. Le dilettantisme, hérité de la culture classique, qui justifie l'utilité culturelle de l'écrit historique par l'enrichissement personnel du lecteur incline à privilégier l'histoire esthétique du cinéma inaugurée, en France, avec le succès que l'on sait, par Bardèche et Brasillach.

Dans cette forme d'écriture, la présentation de tous les acteurs techniques qui ont fait l'histoire du cinéma est sacrifiée à la célébration du seul réalisateur. L'appropriation de son savoir constitue le but du loisir cinématographique, qui grandit celui qui s'y adonne grâce à l'action bénéfique du réalisateur. Le savoir du réalisateur garantit en effet le sens artistique du loisir cinématographique³⁴. Décrire le cinéma d'une manière utile au lecteur est décrire la série des œuvres des plus remarquables des réalisateurs. Professions, organisations syndicales, circuits de distribution, audiences, salles, catalogues, annonces publicitaires, livrets techniques constituent des sources d'informations, mais non des acteurs cinématographiques au sens propre, c'est-à-dire des choses dignes de considération historique, en tant que facteurs de développement historique du cinéma et moyens d'enrichissement culturel du lecteur.

A cela s'ajoute une histoire politique spécifique qui renforce, en France, la difficulté à accepter le rôle du producteur. Dans les années 30, différents événements — le scandale Pathé-Nathan, les tensions engendrées par la reconversion industrielle de la production et de l'exploitation cinématographiques, les actions publiques des réalisateurs français pour faire reconnaître leurs droits d'auteur et leur autorité technique — ont légitimé la stigmatisation raciale du producteur de cinéma, et fait surgir le stéréotype raciste et xénophobe du producteur juif étranger avide de profit. Le portrait dressé, en 1975, par Marcel Carné, de Lucachevitch, son premier producteur — un "israélite" qui trouve "immoral" de donner un salaire très élevé au "jeune" Marcel Carné — constitue un avatar contemporain de ce stéréotype. Réfugié en France pour échapper au nazisme, Lucachevitch "avait cru devoir remercier celle-ci de son hospitalité en produisant deux ou trois films cocardiers sur la Marine Nationale". Il accepte de financer *Hotel du Nord*, même si le film précédent de Carné — *Quai des Brumes* — mettait en scène un déserteur. C'est que "les producteurs, c'est bien connu, n'ont pas d'idées... Où s'ils en ont — fait rarissime — ils les gardent pour eux, se contentant de suivre le goût du public, l'encourageant, et même le flattant au besoin, si cela peut rapporter. C'est pourquoi, en commerçant avisé, Lucachevitch avait décidé de changer d'épaulé"³⁵. Le lieu commun, dont l'usage s'est généralisé dans les milieux cultivés français, de l'absence de personnalité artistique du producteur, s'enracine dans cette période où Paul Morand stigmatise, dans *France La Douce*, une industrie nationale dévoyée par la "racaille" étrangère, qu'illustre le producteur Isidore Jacobi³⁶.

L'incompréhension "française" du rôle technique du producteur, si elle a pu servir le développement d'une propagande raciste, ne s'explique pas, cependant, par cette propagande.

Elle résulte d'abord du comportement des producteurs eux-mêmes, l'exercice du métier, au début de l'industrie du parlant, imposant conjointement la valorisation de l'importance des sommes manipulées — qui

³² La situation, cependant, évolue. Depuis les années 80, les rétrospectives et hommages aux grands producteurs de cinéma sont devenues monnaie courante.

³³ Il n'existe pas, en France, d'histoire de l'entreprise cinématographique comparable à celle, sous la direction de David Bordwell, consacrée aux studios hollywoodiens des origines aux années 60 (Bordwell (D.), Steiger (J.) et Thompson (K.), *The Classical Hollywood Style*, London, Routledge, 1985). L'ouvrage sociologique de référence en France est celui de Benghozi (P.-J.), *Le cinéma. Entre l'art et l'argent*, Paris, L'harmattan, 1989.

³⁴ *L'Histoire générale du cinéma* de Georges Sadoul illustre bien cette orientation. Le sens du loisir cinématographique légitime la présentation des machines du passé, leur ingéniosité et leur simplicité poétique donnant un caractère plaisant et instructif à cette leçon de choses spectaculaires. Le récit de la genèse de chaque industrie nationale du film se justifie, de même, car il enrichit notre compréhension personnelle du geste des grands noms de la réalisation cinématographique qui, tels les artistes-ingénieurs de la Renaissance, réunissent en leur personne créativité technique et imagination artistique. La description du fonctionnement ordinaire de la production et de la distribution cinématographique y est ainsi normalement sacrifiée à la procession des grands auteurs.

³⁵ Carné (M.), *La vie à belles dents*, Paris, Éditions Jean-Pierre Olivier, 1975, p. 5-6.

³⁶ Morand (P.), *France La Douce*, Paris, Gallimard, 1934, p. 11.

constitue une preuve de la réussite professionnelle et un moyen d'attirer des financements — et la rétention d'informations sur des méthodes de production pouvant être utiles à leurs concurrents.

Pour la majorité d'entre eux issus de l'immigration juive d'Europe centrale et de l'est, les producteurs hollywoodiens des années 30 étaient très conscients, comme le rappelle Jacques Portes, de la manière dont leur profession pouvait alimenter la propagande antisémite par la valorisation publicitaire des énormes sommes d'argent qu'ils manipulaient, et s'étaient, par prudence, résolus à ne pas la renforcer en évitant de revendiquer leur identité juive³⁷. Bruce Austin rappelle, par ailleurs, “ l'habitude du secret professionnel entretenue à Hollywood ”, qu'il rend responsable du fait que “ les historiens du cinéma n'ont jamais cherché à identifier précisément les méthodologies utilisées par les producteurs pour analyser l'audience de leurs films ”³⁸.

Par ailleurs, la compétence du producteur, est difficile à objectiver et à justifier d'un point de vue rationnel, dans un contexte qui privilégie une logique industrielle. La légitimation de la compétence du producteur nécessite, en effet, la reconnaissance de la réalité d'un ordre marchand, la mise en lumière de la qualité des objets de nature marchande et de leur rôle dans la coordination de l'action³⁹. La nécessité d'identifier les objets spectaculaires dont l'action conviendra au jugement du spectateur justifie alors l'utilité, pour l'entreprise cinématographique, du producteur. La réussite commerciale de l'entreprise exige, en effet, la capacité à maîtriser ces instruments de mesure de la qualité cinématographique que sont, pour le consommateur informé :

“ (1) les “ noms ”, c'est-à-dire les stars ; (2) le “ prix de la production ” — décors élaborés, grandes foules, et autres preuves d'une dépense financière importante ; (3) le “ prix du récit ” — le prix très élevé payé pour un récit original, et sa grande renommée littéraire ou théâtrale ; — (4) le “ sens de l'image ”, qui permet l'articulation de ces différents éléments ; (5) L'“ attraction du Box-Office ”, constitué par tous les succès éprouvés des années précédentes ”⁴⁰.

Enfin, la difficulté à détacher la compétence des personnes constitue un obstacle majeur à la reconnaissance de sa valeur culturelle. La capacité à domestiquer le public en utilisant tous les moyens d'évaluation disponibles, — depuis l'observation par Carl Laemmle des files d'attente de ses cinémas⁴¹ jusqu'aux méthodes scientifiques du marketing contemporain⁴² — ne suffit pas, en effet, à définir le savoir-faire du producteur. L'impossibilité de rationaliser complètement la fabrication d'un objet producteur d'émotions impose la mobilisation, dans l'exercice du métier de la sensibilité personnelle comme guide pour l'action. Pour agir, les producteurs de cinéma doivent “ considérer leur jugement personnel comme représentatif de celui de leur audience ” tout comme les producteurs de variétés, observés par Antoine Hennion⁴³, utilisent leur propre corps comme instrument de mesure de l'efficacité esthétique d'une chanson afin de réduire ou, au contraire, rétablir, l'incertitude inhérente à la création musicale.

Lazarsfeld avait déjà, en son temps, opposé aux théoriciens de la "Kulturindustrie", qu'à Hollywood “ le présumé a toujours été que chaque film représentait un nouveau problème, et ne pouvait être ramené à un type de produit ”⁴⁴. Mais cette reconnaissance de l'action du producteur comme un bricolage fondé sur l'intuition

³⁷ Confrontés à “ un antisémitisme latent ” — qui leur fermait la porte des secteurs commerciaux ou industriels classiques aussi bien que des clubs d'hommes d'affaires de Los Angeles — et “ soucieux de réussir, ils ont été attentifs à ne pas mettre en avant leur origine juive, même si en privé ils n'y renoncent pas ”, in Portes (J.), *De la scène à l'écran. Naissance de la culture de masse aux États-Unis*, Paris, Belin, 1997, p. 207.

³⁸ Austin (B.), *The Film Audience. An International Bibliography of Research, with annotations and an Essay*, Metuchen and London, The Scarecrow Press Inc., 1963, p. xxi.

³⁹ Boltanski (C.), Thévenot (L.), *De la justification*, Paris, Gallimard, p. 243.

⁴⁰ Austin (B.), *The Film Audience, op. cit.*, p. xxii. Bardèche et Brassilach dénoncent cette formule de production, qui illustre la transformation par “ Wall Street ” du cinéma en une pure “ affaire commerciale ” in Bardèche (M.) et Brasillach (R.), *Histoire du cinéma*, Paris, Le Livre de poche, 1964, Tome 1, p. 372.

⁴¹ Observation qui consiste non seulement à compter les spectateurs mais comme le confirment les exploitants britanniques devant la *Cinéma Commission of Inquiry*, à juger la popularité d'un film “ par la manière dont les clients en parlent ” et par les opinions recueillies grâce à la mise en place d'une “ boîte à suggestions ”.

⁴² Entrelacs, *Le marketing du cinéma*, Toulouse, Université de Toulouse-Le Mirail/Laboratoire de recherche en audiovisuel, 2000.

⁴³ Le directeur artistique d'une maison de disque “ utilise la sensibilité intuitive d'une écoute sans repères techniques ou grammaticaux pour entendre ce que dit la musique, ce qui touche [...] C'est cette connaissance non verbalisée qui lui permet d'affirmer que plus il se laisse aller à ses impressions subjectives, plus il exprime objectivement les réactions du public ” in Hennion (A.), *Les professionnels du disque*, Paris, Métailié, 1981, p. 91.

⁴⁴ Austin (B.), *The Film Audience, op. cit.*, p. xxi. Le producteur Philippe Carcassonne, dans son entretien avec Michel Chion attribue l'usure du métier “ au caractère prototypique et unique de chaque film. C'est très fatiguant pour la tête et les nerfs d'être obligé à chaque fois de repartir à zéro ”, Chion (M.), *Le cinéma et ses métiers*, Paris, Bordas, 1990, p. 27.

personnelle⁴⁵ n'a pas été vraiment prise en compte par les chercheurs français, dont beaucoup continuent à interpréter l'effort du producteur pour réduire les risques d'échec commercial⁴⁶ — ce qu'on appelle aujourd'hui le “contrôle de gestion”⁴⁷ — comme une opération de standardisation, autorisant la reproduction du film à succès⁴⁸.

Une représentation négative de l'industrie cinématographique “américaine”, assimilée à une entreprise de mesure et de formatage de l'inspiration⁴⁹ — laquelle est, par définition, ce qui échappe à la mesure, surtout dans ses formes industrielles⁵⁰ — explique, d'un point de vue historique, cette réduction de l'expertise culturelle du producteur. Produite dans les années 30, cette représentation possède une grande efficacité esthétique sur le public, car elle utilise la “star” comme un argument du danger éthique inhérent à l'industrialisation du cinéma, qui transforme le corps humain en un simple produit commercial. Le corps de la star est, en effet, acheté et modelé, comme n'importe quelle marchandise, par l'entreprise.

Star et marché ont été ainsi convertis, dans les années 30, par des porte-parole de la petite exploitation cinématographique, en des objets spectaculaires caractéristiques d'une dénaturation “capitaliste”, “étrangère” et “inhumaine” de la technique cinématographique “française”⁵¹. Le producteur est, dans ce dispositif argumentatif, identifié à un promoteur de l’“emploi”, en tant que catégorie traditionnelle d'expertise de la compétence théâtrale, qui valorise l'efficacité du “physique” du comédien. Il est par là même une menace pour la “méthode” cinématographique, en tant que moyen de respecter l'efficacité artistique propre à l'image cinématographique⁵².

Cette mise en tension entre la nature spectaculaire (c'est-à-dire sauvage) de la marchandise cinématographique et la culture technique du sujet (qui, seule, permet de la domestiquer) est au principe de la protection et la mise en culture par l'État français de la technique cinématographique, par la définition et la transmission d'une “méthode” cinématographique française, dans laquelle la personnalité du réalisateur prend la place de l'expertise du producteur, comme moyen de garantir la qualité du film. Outre la réalité indigène d'un faible développement de la profession — “depuis toujours, la production conserve en France une structure artisanale, caractérisée par un émiettement considérable des sociétés de production face aux grosses sociétés de distribution”⁵³ — la faiblesse des travaux historiques sur l'industrie cinématographique française trouve dans cette “politique des auteurs” une de ses justifications.

Symétriquement, ce qu'on pourrait appeler, en jouant sur le double sens — formation professionnelle et exhibition au public — la “production des auteurs” du cinéma français trouve sa justification “naturelle” dans les équipements d'expertise cinématographique mis à disposition des chercheurs par les conflits liés à la reconversion industrielle imposée par le film parlant. L'effort d'établissement, par les pouvoirs publics, d'un statut public et officiel de l'industrie cinématographique et la défense corporatiste de certains métiers (qui permettra de donner un statut à des professions jusque-là peu réglementées) ont constitué, de fait, un cadre technique qui conduit à privilégier le film comme instrument de mesure de la qualité cinématographique et ne

⁴⁵ L'observation du fonctionnement d'*Alphimages* par Eve Chiapello confirme cette “capacité d'intuition éminemment difficile à détacher des personnes” attribuée aux deux dirigeants de cette agence de production audiovisuelle, in Chiapello (E.) *Artistes versus managers*, Paris, Métailié, 1998, p. 89.

⁴⁶ “C'est que les grands studios ont des frais énormes, que les films y coûtent très cher, et qu'ils ne peuvent pas risquer tout cet argent sans avoir ce qu'ils appellent la sécurité” Renoir (J.), *Entretiens et propos*, Paris, Ramsay, 1979, p. 21.

⁴⁷ Chiapello (E.) *Artistes versus managers*, op. cit., p. 68

⁴⁸ “[...] La technologie de l'industrie culturelle n'a abouti qu'à la standardisation et à la production en série, sacrifiant tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social”, Adorno (T.W.) et Horkheimer (M.), *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974, p. 130. Les études récentes montrent au contraire l'attention permanente portée par les responsables d'Hollywood à la demande du public et leur capacité à l'anticiper notamment grâce au système économique d'intégration verticale qui permettait de s'appuyer sur le travail des distributeurs et des exploitants pour évaluer la réaction des spectateurs, cf Stokes (M.), Maltby (R.), *Identifying Hollywood's Audiences, Cultural Identity and the Movies*, London, British Film Institute, 1999 et notamment p. 23-41.

⁴⁹ “Tout est organisé, hiérarchisé, standardisé. Jusqu'à la pensée, jusqu'à l'inspiration. Tous les écrivains, tous les compositeurs, même s'ils sont illustres [...] doivent produire dans leurs bureaux numérotés. Leur présence est exigée depuis neuf heures du matin aussi strictement que par un pointage. Leurs outils les attendent là : machine à écrire, bibliothèque, piano, orgue ou violon.” Kessel (J.), *Hollywood, ville mirage* (1937), Paris, Ramsay, 1989, p. 23.

⁵⁰ Boltanski (C.), Thévenot (L.), *De la justification*, op. cit., p. 201.

⁵¹ La réflexion sociologique sur la “star” justifie alors son “ethnification”, sa conversion en un trait culturel propre à la société américaine. Edgar Morin, dans un contexte de mobilisation contre l'impérialisme culturel américain, fait ainsi de la “star” une création totalement inédite de l'industrie hollywoodienne. Selon ce point de vue, “c'est le cinéma qui a inventé et révélé la star” (in Morin (E.) *Les stars*, Paris, Seuil, 1972, p. 13). Alors que la star peut tout aussi bien, comme le prouve Sarah Bernhardt, être considérée comme une invention de la culture française, et le marché cinématographique analysé comme le produit d'une adaptation de l'industrie du spectacle du XIXe siècle au succès massif d'une nouvelle technique.

⁵² La dénonciation des menaces constituées par l'entreprise américaine lie ainsi, depuis l'entre-deux guerres, le risque de perte de sens du loisir cinématographique porté par la diffusion du film américain et la preuve visible de déshumanisation que constitue la star.

⁵³ Chion (M.), *Le cinéma et ses métiers*, op. cit., p. 22.

permet pas de reconnaître la compétence spécifique de cet intermédiaire économique indispensable qu'est le producteur.

En 1930, Gaël Fain prônait, dans un rapport d'expertise publié par la Chambre Syndicale de la Cinématographie, l'importation dans le cinéma français de l'*executive* américain. Soulignant qu'« on peut être un excellent administrateur et n'être aucunement en état de juger du mérite d'une œuvre de l'écran, ce qui suppose un sens inné du cinéma et une longue éducation visuelle et technique », il liait « l'avenir du cinéma français » au « choix judicieux, par les grandes maisons d'édition, de directeurs artistiques véritablement compétents, chargés de recruter les metteurs en scène, d'examiner leur projets, d'établir une liaison entre eux et la direction commerciale ». Ces « directeurs artistiques » devraient, à l'image de leur modèle américain, combiner un « don artistique » avec « des qualités d'autorité, d'organisation et de tact » qui ne peuvent s'acquérir qu'en mettant l'individu « aux prises avec une grande production », et non dans un « conservatoire »⁵⁴. Cette valorisation de l'utilité culturelle du producteur, et de la grande production, se distingue significativement des dénonciations contemporaines des « producers » responsables, par leur souci du profit, de la transformation du « travail libre de la création artistique » en « un travail en série, un travail à la chaîne »⁵⁵.

Mais aussi, et surtout, elle se différencie de la reconnaissance condescendante de la nécessité pratique d'une compétence marchande, à condition qu'elle soit nettement séparée techniquement et soumise à l'autorité du réalisateur, selon le principe que « à chacun son métier, même au cinéma ». Cette vision du producteur comme « mal nécessaire » — car son métier « n'exige pas des qualités intellectuelles raffinées [...] Tout ce qu'on lui demande, c'est de savoir gagner de l'argent »⁵⁶ — n'est pas qu'une représentation « culturelle » propre à la France, comme « nation littéraire ». Elle est aussi une réalité politique, instaurée par la loi de 1957 sur le droit d'auteur, et les formes étatiques de soutien à l'industrie cinématographique. Cette situation est dénoncée par certains producteurs prestigieux comme Pierre Braunberger lorsqu'il affirme que « les pouvoirs publics ont tout fait pour châtrer le producteur, pour donner au réalisateur tous les pouvoirs »⁵⁷.

Ce « leadership juridique » du réalisateur considéré par d'autres producteurs comme la solution la « moins pire » traduit le compromis caractéristique, depuis les années 50, du système de production cinématographique français, entre un principe d'organisation industrielle, et un principe d'inspiration. Dans la mesure où l'école de cinéma est, en tant qu'académie artistique, l'instrument de stabilisation de ce compromis, le contexte national rend malaisé de penser non seulement la compétence professionnelle du producteur, mais aussi celle du distributeur ; la dénonciation du « faire n'importe quoi » inhérente au monde marchand, constituant, on l'a vu, un argument privilégié du rejet de l'autorité du producteur. Dans ce contexte politique et cognitif, il est difficile pour le chercheur français de reconnaître l'utilité du marché cinématographique pour coordonner des transactions locales, et sa capacité à leur donner une certaine forme de généralité, sinon comme une forme d'utopie inacceptable, car démentie aussi bien par le savoir sociologique (le cinéma est une entreprise) que par l'information historique (il existe un art cinématographique). Il est ainsi amené à utiliser le cinéma non commercial (ou « cinéma d'auteurs ») comme instrument de mesure de la qualité cinématographique, oubliant que « l'art non commercial est une exception plutôt que la règle, exception récente, et de plus par toujours heureuse »⁵⁸ et que la nécessité de se faire comprendre par le public « rend l'art commercial plus vital que l'art non commercial, et donc potentiellement plus efficace pour le meilleur et pour le pire »⁵⁹. L'attention portée à la créativité cinématographique a pour prix la négation des problèmes posés par l'action, la méconnaissance du fait que « le producteur peut autant éduquer le public que le pervertir, et peut autoriser le grand public (ou plutôt son idée du grand public) à l'éduquer et à le pervertir lui-même. Comme cela a été démontré par un certain nombre d'excellents films qui ont été aussi de grands succès de fréquentation, le public ne dédaigne pas les bons produits si on lui en propose »⁶⁰. Dans le contexte sociocognitif français, cette relativisation de l'action du producteur par la reconnaissance de l'efficacité du marché ouvre à une seconde forme de disqualification culturelle, celle du métier d'exploitant, qui constitue, comme celle du producteur, un obstacle à la recherche.

2.2. Histoire du cinéma et commerce cinématographique.

⁵⁴ Fain (G.), *Pour une politique française du cinéma, Une industrie-clé intellectuelle*, Paris, Chambre Syndicale Française de la Cinématographie, 1930, p. 64-65.

⁵⁵ Cendrars (B.), *Hollywood, la Mecque du cinéma* op. cit., p. 116

⁵⁶ Arlaud (R.-M.), *Cinéma Bouffe*, Paris, Éditions Jacques Melot, 1945, p. 124

⁵⁷ Chion (M.), *Le cinéma et ses métiers*, op. cit., p. 25.

⁵⁸ Panofsky (E.), *Trois études sur le style*, Paris, Gallimard, 1996, p. 138

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Ibid.*, p. 138-139.

L'exploitation cinématographique est rarement étudiée par les historiens du cinéma, sauf dans les monographies locales⁶¹. Comme dans le cas de la production cinématographique, il faut voir dans cette indifférence le résultat d'une histoire culturelle spécifiquement française. Mais la disqualification scientifique de l'objet tient à des raisons différentes. Elle mêle l'inconsistance technique de l'objet — la valeur artistique du film est indifférente au lieu où on le projette —, à l'incompétence culturelle supposée des sujets concernés, les “ exploitants ”, qui se contenteraient de satisfaire la demande de leur clientèle.

En France, la naissance, dans les années 20 de la cinéphilie a conduit rapidement à minimiser la contribution de l'exploitant au développement du cinéma, la puissance de l'image suffisant à expliquer la qualité de la transaction cinématographique, et à militer pour réduire l'intervention de l'exploitant sur le film — les coupures notamment —, afin de garantir la qualité du spectacle cinématographique. L'investissement cinéphile des étudiants et des professions intellectuelles supérieures justifiait la nécessité d'élever le niveau et de contrôler l'activité d'un exploitant sans instruction au regard des cinéphiles cultivés — “ C'est lui qui dit *Mon public*, alors qu'il est au dessus du dernier cancre de la salle. On ne peut s'imaginer à quel point il est primaire ”⁶² — et insensibles à la qualité cinématographique : “ le métier n'est pas ce que l'on pense, l'on ne songe pas à montrer des choses belles ou intéressantes ou amusantes. Il n'est question que de vendre des fauteuils et si l'on se résigne à passer quelque chose sur l'écran, c'est qu'on y est bien obligé ”⁶³.

La reconversion industrielle imposée par le parlant a favorisé la réduction de l'exploitation à l'exercice d'une fonction marchande, en rendant le public sensible au pouvoir du frère ennemi de l'exploitant, “ son complice provisoire, né de lui comme Eve de la cuisse [sic] d'Adam⁶⁴ : le distributeur ”. L'importance prise, sur le marché cinématographique français, par un distributeur auquel la nature particulière de ce marché permet de dicter ses règles au producteur⁶⁵, justifie qu'on range exploitants et distributeurs dans la même catégorie, le distributeur n'étant après tout qu'un “ épicier ” de détail, poussé par “ son tiroir-caisse ” à “ se mêler de fabrication ”⁶⁶. En effet, le distributeur “ fait la majorité de ses coups "de mèche" avec l'exploitant qu'il considère néanmoins comme son ennemi héréditaire. L'autre le lui rend bien. Cette situation explique la tendance du loueur à flirter avec le producteur, qui représente une caste supérieure. Ce qui ne l'empêchera pas de mettre tout en œuvre, même une alliance avec l'ennemi héréditaire pour supplanter le producteur ”⁶⁷.

L'action publique qui se développe en France, comme dans d'autres pays européens, à la fin de la première guerre mondiale pour moraliser l'exploitation cinématographique et pour protéger l'industrie nationale du cinéma est, paradoxalement, un autre facteur de cristallisation de cette vision négative de l'activité de l'exploitant cinématographique. La “ Commission chargée d'étudier les meilleures conditions de réglementation et de perfectionnement du cinématographe ” instituée en 1917, en France, par le Ministre de l'intérieur⁶⁸ ou la *Cinema Commission of Inquiry* instituée par le *National Council of Public Morals, en Grande-Bretagne* la même année qui visent toutes deux l'élaboration d'une réglementation permettant “ à toute personne entrant dans un cinéma d'être assurée de la qualité du spectacle qui va lui être offert ”⁶⁹ aboutissent toutes deux à décharger l'exploitant de sa responsabilité morale et, donc, d'une partie de sa compétence culturelle. Pour mettre fin, en effet, aux abus des municipalités qui exerce un contrôle moral exagéré par l'édition “ de règlements (regulations) irritants et inutiles d'une légalité douteuse ” visant à “ éloigner les enfants des théâtres en imposant des conditions aux représentations pour enfants qu'aucun exploitant ne peut satisfaire ”, les deux commissions adoptent le principe d'une censure centralisée, et d'un visa d'exploitation, pour mettre fin aux multiples censures municipales qui gênent cette exploitation⁷⁰. De la même manière, l'intervention des pouvoirs publics français

⁶¹ Une exception cependant, la synthèse récente de Claude Forest, centrée il est vrai sur la période contemporaine malgré une démarche historique, cf Forest (C.), *Les dernières séances, cent ans d'exploitation des salles de cinéma*, Paris, CNRS Economie, 1995.

⁶² Arlaud (R.-M.), *Cinéma Bouffe*, op. cit., p. 179

⁶³ *Ibid.* p. 183

⁶⁴ Le lapsus est d'autant plus savoureux que l'ouvrage est un florilège d'anecdotes témoignant, à la manière de “ l'accord verbal qui ne vaut pas le papier sur lequel il est écrit ” attribué à Zanuck, le manque de culture littéraire classique des producteurs, telle l'anecdote du producteur se plaignant de travailler “ sous les pieds de Damoclès ”.

⁶⁵ “ Quant à la distribution, le rapport Petsche nous la montrait comme la plus florissante des branches de l'industrie cinématographique. Il voyait en elle une articulation essentielle du mécanisme cinématographique, et de ce fait, l'une des causes profondes de la crise. Car le distributeur devenait le banquier de la production, prélevant un large bénéfice et imposant ses quatre volontés aussi bien à la production qu'à l'exploitation ”, Léglièze (P.), *Histoire de la politique du cinéma français. Le cinéma et la IIIe république*, Paris, Librairie R. Pichon et R. Durand-Auzias, 1970, p. 107.

⁶⁶ Arlaud (R.-M.), *Cinéma Bouffe*, op. cit., p. 176

⁶⁷ *Ibid.* p.177.

⁶⁸ Léglièze (P.), *Histoire de la politique du cinéma français*, op. cit., p. 61

⁶⁹ *THE CINEMA. Its present position and future possibilities being the report of an chief evidence taken by the Cinema Commission of Inquiry instituted by the National Council of Public Morals*, London, William and Norgate, p. XXIV

⁷⁰ La *Cinema Commission of Inquiry* de 1917 confirme que “ les exploitants [de Grande-Bretagne] accueilleraient favorablement une censure gouvernementale sage et efficace ”, qui les déchargerait d'une partie de leur responsabilité morale et sécuriserait l'exploitation commerciale des films, *THE CINEMA. Its present position....*, op. cit., p. 195.

pour aider à la reconversion de l'industrie cinématographique française a été une occasion de confirmer l'incompétence culturelle des exploitants. Le rejet, par exemple, par le syndicat des directeurs de salle du pourcentage des droits d'auteurs officiellement perçus aux caisses des cinémas proposé par le rapport Petsche⁷¹ et plus généralement la solidarité corporatiste des exploitants avec des distributeurs leur imposant, par ailleurs, une location à l'aveugle ou en bloc qui leur interdisait de composer des programmes au goût de leur clientèle justifiaient cette vision négative de l'exploitation.

L'élaboration sociologique française du concept de public, enfin, est un obstacle puissant à la reconnaissance de l'expertise de l'exploitant, en tant que distributeur de films. Parce qu'elle valorise la conception rousseauiste du public comme communauté naturelle et indivisible des citoyens, elle tend à disqualifier scientifiquement et politiquement, en effet, toutes les catégories de perception "indigènes" du public, qui introduisent des différences personnelles entre ses membres, et distinguent des publics d'enfants, de femmes, de familles, de célibataires, immigrés, homosexuels, etc. Cette élaboration sociologique, par ailleurs, déduit directement le jugement de l'individu des représentations collectives du collectif auquel il appartient, et méconnaît la réflexivité qui caractérise le jugement du spectateur en situation.

La distribution cinématographique, et plus encore la gestion d'une salle, oblige au contraire à tenir compte de cette réflexivité, dans la mesure où le spectateur évalue, en situation, l'acceptabilité du spectacle auquel il prête son corps⁷² et qu'il interroge, dans cette évaluation, la justesse de sa participation à ce spectacle. Le lieu participe à la qualification du spectacle cinématographique car le spectateur conjugue l'évaluation de ce qui se passe sur l'écran avec l'autocontrôle de ce qui se passe dans la salle. Cette qualification, dans laquelle il engage son corps en tant qu'instrument de mesure, en s'appuyant sur sa sensibilité personnelle pour apprécier ce qui se passe, est la manière dont s'effectue pratiquement "la mise en relation des formes esthétiques et des structures psychologiques"⁷³ qui définit, d'un point de vue sociologique, une certaine culture artistique. Localisation et incorporation du jugement du spectateur interdisent donc de séparer l'évaluation de la qualité technique du film, l'appréciation éthique par le spectateur de sa participation personnelle au spectacle et l'interprétation politique du plaisir collectif que ce spectacle procure. La réalité sociologique de la situation dans laquelle s'éprouve le spectacle cinématographique oblige à reconnaître la complexité du travail de distribution et la difficulté de la programmation cinématographique, dont tout exploitant doit rendre compte devant son public, même le plus naïf⁷⁴.

Le sociologue se trouve du même coup confronté au problème épineux que pose la compétence sociologique inhérente à l'exercice du métier d'exploitant, qui repose sur la capacité à reconnaître la contrainte que constitue le goût propre au public, car "il n'est pas dans le pouvoir de la profession ni dans celui de l'exploitant individuel d'imposer aux audiences des sujets qu'ils ne trouvent pas attractifs". C'est cette capacité à identifier les genres recherchés par le public, et qui donc conditionnent la réussite de l'exploitation qui constitue le fondement du métier. Le genre est, en effet, un moyen privilégié d'orientation du consommateur. Comme le souligne Hans Robert Jauss, la sélection d'une œuvre suppose "des informations préalables" et une "orientation de l'attente", apportées par "une série d'œuvres connues"⁷⁵. Le genre, appréhendé comme une généralité "intermédiaire entre l'universel et le singulier", "un groupe ou une famille historique" est certes une réalité floue. Mais il est un outil efficace pour objectiver le jugement du spectateur, en identifiant les objets susceptibles de l'attirer, par rapprochement avec des objets spectaculaires authentifiés par l'expérience⁷⁶. Cette identification permet de réduire autant que faire se peut l'incertitude de l'action, dès lorsqu'on l'articule à une construction du public, en opérant une définition de la situation⁷⁷. Le savoir de la programmation consiste dans cette articulation, qui permet de gérer les enjeux techniques, éthiques et esthétiques de la réception en choisissant de viser ou non (car il existe des films "de famille") un certain type de spectateur — individuel ou collectif, jeune ou vieux, blanc ou racisé, féminin ou masculin, etc — que l'expérience du commerce cinématographique a permis d'identifier.

Le sociologue partage ainsi une partie de son savoir avec l'exploitant, que son métier conduit à identifier des groupes différenciés socialement, et qui réagissent différemment aux mêmes films. Le savoir de l'exploitant se distingue cependant pragmatiquement de celui du sociologue, par l'obligation d'expertiser les films qu'il va

⁷¹ L'église (P.), *Histoire de la politique du cinéma français*, op. cit., p. 112

⁷² C'est-à-dire le caractère justifiable ou non du plaisir que ce spectacle procure et le droit d'en généraliser l'accès à l'ensemble du public.

⁷³ Chartier (R.), préface à Elias (N.), *La société de cour*, Paris, Flammarion, 1985, p. XXIII.

⁷⁴ "Le public se demande parfois, naïvement : "Pourquoi cette salle qui choisit bien ses films d'ordinaire se met-elle à passer des ordures; pourquoi *Goupi Mains Rouges* sorti il y a plus d'un an à Paris, n'est-il pas encore arrivé dans ma ville, pourquoi les grandes exclusivités viennent-elles à Pézenas avant Lyon ? Pourquoi ? Pourquoi ?" in Arlaud (R.-M.), *Cinéma Bouffe*, op. cit., p. 184.

⁷⁵ Jauss (H.-R.), "Littérature médiévale et théorie des genres", in Genette (G.) et alii, *Théorie des genres*, Paris, Seuil, 1986, p. 41.

⁷⁶ "De semaine en semaine, mon théâtre périlait. Seule, la reprise du *Maître des forges* n'avait pas été catastrophique" in Rivers (P.), *Au milieu des étoiles*, Paris, Les Films Fernand Rivers, Paris, p. 61. Rivers était, en 1930, directeur de l'Ambigu.

⁷⁷ "Alors ? Puisque cette pièce attire encore au théâtre, si je l'installais dans les cinémas en en faisant un film parlant, avec ma talentueuse vedette à recettes, Gaby Morlay ?" *Ibid.* p. 61.

soumettre à l'épreuve du public, lequel va juger en même temps la qualité de sa programmation. Les auditions de la *Cinema Commission of Inquiry* de 1917 sont révélatrices des difficultés que rencontre, dès les années 10, l'exploitant qui veut éviter que “ dans un programme dans l'ensemble irréprochable, un film d'un caractère très critiquable soit montré ”⁷⁸. F. R. Goodwyn — en tant que représentant de l'Association des exploitants de Grande Bretagne et d'Irlande, et directeur de 6 salles de cinéma — y souligne la capacité de plus en plus grande qu'a l'audience de “ rappeler à la profession ses responsabilités ” techniques, et que “ la question de la sélection du programme hebdomadaire est d'un intérêt considérable car le type et les caractères du film montré engage la responsabilité de l'exploitant ”⁷⁹. Selon son témoignage, l'importance du marché — composé en fait d'un marché ouvert, et d'un marché des exclusivités — rend impossible pour l'exploitant la composition d'un programme de films qu'il a personnellement vus, et dont il peut répondre. Il est contraint, pour faire sa sélection, de recourir à des moyens de recueil d'information, à un dispositif d'enregistrement des avis des critiques (“ machinery for recording reviewer's criticisms ”). F. R. Goodwin en distingue trois :

— “ Le visionneur spécialement recruté ”. Dans ce cas, les exploitants “ engagent les services d'individus ou d'équipes dont l'unique travail est de visionner et de porter un jugement sur le film ” ; L'exemple est donné d' “ une entreprise qui emploie quatre personnes (3 hommes et 1 femme) pour réaliser une fiche minutieuse et fiable sur chaque film proposé à l'exploitant ”⁸⁰.

— “ Le visionneur free-lance ”. Il s'agit d'hommes ou de femmes installés à leur propre compte et “ dont les fiches peuvent être achetées par tout exploitant qui désire bénéficier de ce service. Ces fiches contiennent un indication sur le type d'histoire, tandis que la valeur du film est indiquée par des notes (“ marks ”)⁸¹

(3) les journaux corporatifs (ou professionnels)

Chacun des journaux corporatifs propose des compte rendus des films importants, et la plupart des autres, mais même sur les films qui, pour des raisons de place, ne sont pas critiqués, il y a un synopsis⁸².

Ce témoignage éclaire la réalité de la compétence requise par la distribution, la curiosité, la sensibilité personnelle étant nécessaire pour trouver le film qui peut satisfaire le public, et pour déterminer au cas par cas le type de public auquel le film peut convenir. Il permet de mieux comprendre la valorisation rétrospective qui est faite du rôle historique de l'exploitant local contre l'action des grandes sociétés de distribution, qui se chargent de “ programmer un ensemble de salles sur le territoire ou sur une région, moyennant redevance versée par l'exploitant ”⁸³. La réussite d'une société indépendante comme MK2, la logique entrepreneuriale adoptée par de nombreux exploitants de salles d'art et d'essai, la défense de la dignité politique du public local concourent à cette reconnaissance culturelle de l'expertise de l'exploitant, réservée depuis les années 30 à ces poètes de la distribution qu'étaient les “ pionniers ” (inventeurs, ambulants et forains) dont la ruine ou le retrait des affaires confirmaient, aux premiers historiens du cinéma, la grandeur culturelle.

Il est donc aujourd'hui possible de louer — comme Douglas Gomery rappelant que tous les dirigeants des grands studios américains avaient “ entamé leur carrière dans le secteur de l'exploitation ”⁸⁴ —, le sens du commerce cinématographique, et l'utilité culturelle de l'exploitation cinématographique indépendante, rendant un service de proximité à une population locale devenue prisonnière de la programmation des multiplexes.

Cette célébration est facilitée par l'attribution au spectateur "ordinaire" d'une attitude de consommation aveugle, indifférente à la qualité du produit proposé⁸⁵, pour justifier le soutien du commerce cinématographique traditionnel, face au “ développement des lieux inhumains multiplexifiés qui empestent le pop-corn et les

⁷⁸ *THE CINEMA. Its present position...*, *op. cit.*, p. XXIV.

⁷⁹ “ Le client moyen (“ average patron ”) n'est ni timide, ni incapable d'émettre des critiques. Le film ennuyeux, l'opérateur trop lent sont impitoyablement signalés au directeur, avec l'injonction d'y remédier. Le franc-parler démocratique (“ democratic outspokenness ”) du public de cinéma est un fait qui doit être fermement gardé à l'esprit quand on porte des accusations violentes contre le commerce cinématographique ”.

⁸⁰ *THE CINEMA. Its present position...*, *op. cit.*, p. 197. F. R. Goodwyn précise que sa fonction est “ de voir le film et de faire un rapport sur la désirabilité du sujet ” et que son opinion est parfois complétée par le recours à un visionneur free-lance.

⁸¹ *Ibid.* “ Prend-il en compte tous les aspects, la valeur morale, le prix, le mode d'expression ? Oui, il vous dira si c'est sensationnel, si cela risque d'être jugé immoral, etc. Ils sont un peu considérés, dans le commerce, comme des censeurs ”. Le “ free-lance viewer ” est un “ spectateur expert ” ou un “ critique ” qui “ voit tous les films qui sortent et écrit un rapport, que n'importe quel exploitant peut obtenir par abonnement. Il vend ces rapports à un prix relativement insignifiant, et ces rapports nous sont fournis chaque semaine [...] Il vit de ses abonnements, et dépend complètement du nombre de gens qui désire obtenir ses notes [...] ”

⁸² *Ibid.*

⁸³ Chion (M.), *Le cinéma et ses métiers*, *op. cit.*, p. 227

⁸⁴ Gomery (D.), *Hollywood, l'âge d'or des studios*, Paris, Cahiers du cinéma, 1987. Portes (J.), *De la scène à l'écran*, *op. cit.*, p. 207 explique la surreprésentation des juifs parmi les producteurs par le fait qu'ils ont commencé dans la distribution ou la gestion de salles, activités nouvelles et dépourvues de traditions, qui n'étaient pas toujours bien considérées dans la “ bonne société ”.

⁸⁵ Le refus de la “ marchandisation ” explique peut-être le fait que le terme de consumérisme — que le Larousse des anglicismes définit comme “ action concertée des consommateurs pour défendre leurs intérêts ” — est souvent utilisé en France à contresens, pour désigner un désir effréné de consommation, y compris par des chercheurs.

pellicules américaines de série »⁸⁶. Cette image d'un spectateur "populaire" est certainement une des raisons de l'étonnante mésestimation, par de nombreux sociologues, de la capacité de jugement des "gens comme vous et moi", et de l'absence d'étude historique de la genèse des formes ordinaires d'expertise de la qualité cinématographique du film.

2.3. Le spectateur comme expert : analyse de classe, jugement professionnel, et prudence cinématographique.

La connotation systématiquement négative donnée, dans les écrits français sur le cinéma, du terme de "consommateur" confirme l'impossibilité d'autonomiser la "pensée du cinéma" des débats constitutifs, en France, du développement du marché cinématographique. L'effet conjugué de l'interventionnisme étatique, des pressions corporatistes, et du militantisme politique explique l'émergence dans les années 30 de modélisations politiques du jugement du spectateur compétent qui le distingue significativement du "consommateur" français ou étranger⁸⁷.

Luc Boltanski a synthétisé les instruments d'analyse historique — crise des années 30, mobilisation de la classe moyenne, construction d'une troisième voie — du contexte politique qui éclaire la genèse ces modélisations⁸⁸. Leur mise en relation avec les réactions affectives soulevées, dans les milieux intellectuels, par l'évolution de l'économie française des loisirs (la dénonciation systématique de la "culture de masse" sous l'emprise de "la technique")⁸⁹ permet de comprendre le processus de politisation de la question de l'expertise cinématographique, et éclaire le travail de mise en forme politique du "public" cinématographique portés par les différents acteurs culturels de l'entre-deux guerres.

2.3.1. Cinéphilie et image du spectateur idéal

Les anecdotes illustrant l'effet des premières projections cinématographiques, et la représentation plaisante du spectateur "des premiers temps" qu'elles proposent constituent un bon analyseur, comme on l'a montré par ailleurs⁹⁰, du sens pratique de l'apparition et du développement historique de la littérature cinéophile. Il est manifeste, en effet, que ces anecdotes, resituées dans le contexte historique et culturel de leur production ont tout autant pour fonction de construire une image du spectateur idéal que de produire une image idéalisée de l'artiste cinématographique. L'utilisation par Bela Balazs, dans un de ses ouvrages, de l'anecdote de *La jeune sibérienne*, effrayée et indignée d'avoir vu à Moscou un spectacle où "ils coupent les gens en morceaux" car "la tête, les mains, les pieds, rien n'était à sa place" — afin de démontrer la nécessité "d'apprendre à comprendre le langage des images" est à cet égard exemplaire. Mise en relation avec l'anecdote de "la panique" déclenchée par David W. Griffith dans le cinéma "où il présentait pour la première fois son premier plan de détail montrant une tête coupée", elle sert à dégager, par opposition à la foule ignorante des conventions cinématographiques, le modèle positif du spectateur possédant une "culture visuelle" et contribuant, par l'application de son regard critique au développement de "l'art cinématographique". Les anecdotes qui assimilent les spectateurs des premiers temps aux oiseaux de Zeuxis, l'auteur de "raisins peints avec tant de bonheur que les oiseaux vinrent les becqueter sur la scène" sont, certes, une façon plaisante de célébrer, entre cinéphiles avertis, la puissance de la technique cinématographique. Mais, dans le contexte de l'industrie cinématographique naissante, elles visent inséparablement à défendre, par la stigmatisation du "mauvais exemple", une éthique du spectateur refusant le plaisir procuré par la "magie" cinématographique, s'efforçant de juger le spectacle du point de vue de la "science" cinématographique qu'il manifeste. L'allusion évidente, dans le récit de la jeune Sibérienne, aux spectacles du Grand Guignol permet de confirmer le sens général de ces anecdotes. Elles mettent en scène une forme première de la compétence cinématographique, le trucage illusionniste, qu'elles dévalorisent en attribuant son efficacité au manque d'expérience artistique et à l'émotivité facile d'un spectateur "primitif" assimilable à un habitué du spectacle forain. Un imaginaire historique du

⁸⁶ Il s'agit d'un extrait du texte de la pétition des "cinéphiles nancéiens et de la Lorraine qui disent "non" à l'implantation d'un multiplexe entre Meurthe-et-Canal", pétition proposée à la signature par l'exploitant de deux complexes (6 salles et 4 salles) cinématographiques d'art et essai, à Nancy et à Metz. L'observation sur le terrain outre qu'elle confirme, dans le cas concerné, la stabilité parfaite de la fréquentation des salles d'art et d'essai depuis l'ouverture du multiplexe, permet d'apprendre que cet exploitant a demandé une autorisation de construction d'un multiplexe art et essai, ce qui démontre la possibilité de concilier le sens de l'authenticité culturelle et le sens du commerce.

⁸⁷ Cf dans ce présent numéro, l'article de Montebello (F.), "Des films muets aux films parlants : Naissance de la qualité cinématographique".

⁸⁸ Boltanski (L.), *Les cadres, la formation d'un groupe social*, Paris, Les Editions de minuit, 1982, p. 63-153, cf également Montebello (F.), "Les intellectuels, le peuple et le cinéma" in Benghozi (P.-J.), Delage (C.), *Une histoire économique du cinéma français (1895-1995), regards croisés franco-américains*, Paris, L'Harmattan, 1997, p. 153-180.

⁸⁹ Cf Leveratto (J.-M.), "Images du spectacle et rhétorique artistique", *Le portique*, n°1, 1998, p. 79-116, et plus précisément p. 93-95.

⁹⁰ Jean-Marc Leveratto, "Les enjeux sociaux du trucage cinématographique", *Champs Visuels*, n° 2, p. 82-85.

progrès est ainsi mobilisé pour fonder la supériorité technique et esthétique de la compétence cinématographique des spectateurs cinéphiles sur celle des spectateurs ordinaires, et leur permettre de se grandir à leurs propres yeux.

Cette volonté de légitimer une définition de la compétence cinématographique l'assimilant à une "science de l'image" par opposition à une "technique du corps" semble de fait inséparable de l'apparition de l'histoire du cinéma en tant que genre littéraire. En relation directe avec la création de clubs de cinéphiles, recrutant leurs membres principalement dans les classes urbaines et cultivées, les premiers historiens du cinéma étaient soucieux de soutenir la valeur culturelle du spectacle cinématographique en le distinguant des divertissements "populaires" traditionnels⁹¹.

Dans les débats cinéphiles, l'objectivation du savoir cinématographique est inséparable de la valorisation d'une forme de plaisir cinématographique et, à travers lui, de la définition de normes du regard cinématographique. La recomposition des savoir-faire cinématographique et la restructuration du marché cinématographique qu'entraîne le film parlant stimulent, à partir des années 30, cet effort de codification de l'interaction cinématographique. Le cinéma devient, en effet, un loisir digne des personnes de qualité, sans que l'exploitation cinématographique ne soit totalement, pour autant, réglementée et normalisée sur tout le territoire. Une critique consumériste, portée par la fraction scolarisée des spectateurs, se développe alors qui va alimenter le travail de protestation politique d'organisations politiques et syndicales qui y trouvent à la fois des motifs de dénonciation et des moyens de concrétiser les valeurs sociales et culturelles qu'ils promeuvent. Ce qu'on pourrait appeler des investissements de représentation est, pour ces collectifs, à la fois justifiable par la dimension collective de l'expérience cinématographique — le cinéma est un loisir partagé par tous les citoyens — et justifié par la reconnaissance étatique de l'importance du contrôle civique de ce loisir. Ils contribuent alors à un effort de codification intellectuelle, par les cinéphiles, du plaisir cinématographique, et à la définition d'un modèle de spectateur satisfaisant d'un point de vue à la fois éthique et technique.

2.3.2. Le modèle du spectateur critique : le jugement d'excellence technique

La défense de la modernité du jugement cinématographique, qui distingue le spectateur de cinéma du spectateur de théâtre, et l'attache à des valeurs démocratiques et industrielles légitime la première modélisation politique du spectateur, portée par les intellectuels proches dans l'entre deux guerres du communisme. La philosophie esthétique, en tant que philosophie morale du spectacle — c'est-à-dire en tant qu'effort de contrôle rationnel du pouvoir affectif de l'image — permet d'argumenter intellectuellement cette représentation du spectateur de cinéma. Consommateur critique, il se définit par sa capacité à neutraliser l'expertise du producteur, qui utilise la star comme un moyen de produire de l'admiration chez le spectateur, de l'impressionner physiquement, de le toucher humainement, et lui interdit de prendre la mesure réelle de la qualité cinématographique. La personnalité humaine de l'acteur est, en effet, un moyen d'impliquer affectivement le spectateur dans la situation, de lui faire perdre son sens critique en exploitant sa sympathie personnelle. Or, alors que "sur la scène, l'aura de Macbeth est inséparable, aux yeux du public vivant, de l'aura de l'acteur vivant", c'est le propre du cinéma que de faire disparaître cette "magie de la personnalité"⁹² utilisée par le producteur. Au cinéma, du fait de "la médiation de la performance de l'acteur par les appareils [...] le public se trouve dans la situation d'un expert dont le jugement n'est troublé par aucun contact personnel avec l'interprète. Il n'a de relation empathique avec lui qu'en ayant une relation de ce type avec l'appareil, il lui fait passer un test"⁹³. Défendre les droits de l'"acteur" non-humain qu'est la caméra, c'est contribuer en même temps à la formation culturelle du spectateur et à la restauration de l'authenticité de l'expérience cinématographique contre son exploitation par le "mercantilisme". Une rhétorique professionnelle de "l'art de l'image", du "travail cinématographique", incarnée par "l'homme à la caméra", permet de défendre l'expertise "indigène" des acteurs cinématographiques, qu'il s'agisse du public, des travailleurs ou des entreprises françaises. Cette défense exige, au nom de l'amour du cinéma, le sacrifice de la particularité personnelle du spectateur. L'accès à la Cité du cinéma que constitue l'univers des chefs-d'œuvre de l'image cinématographique, est la récompense de ce sacrifice.

Cette construction objectiviste de la compétence du spectateur est réalisée à partir de *la distinction sociologique du film commercial et du film non commercial*, elle-même fondée sur la mise en équivalence de la division technique du travail (auteur/producteur) et de la division de classes⁹⁴. Elle se stabilise dans les

⁹¹ Ibid, p. 84-85.

⁹² Benjamin (W.), "L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique" in Benjamin (W.), *Œuvres*, Paris, Gallimard, 2000, Tome III, p. 295

⁹³ Ibid, p. 289-290.

⁹⁴ Cette logique de classe est présente dans la "loi de Jdanov" invoquée par Pierre Bourdieu pour disqualifier techniquement tous les professionnels du "marché de grande production" : "plus un producteur est autonome, riche en capital spécifique et exclusivement tourné vers le marché restreint sur lequel on n'a pour clients que ses propres concurrents, et plus il sera enclin

organisations culturelles proches du Parti communiste, mais s'enracine également dans les associations d'amateurs de la technique cinématographique issus de l'élite urbaine, au sein de l'école laïque via les offices du cinéma éducateur, ainsi que dans les groupes catholiques soucieux de l'éducation des fidèles. Elle est au principe de l'organisation de réseaux de spectateurs indépendants — les fédérations nationales de ciné-clubs — fondés sur le souci commun de revendiquer la liberté de choisir sacrifiée par la logique commerciale à la dictature du goût du plus grand nombre⁹⁵. Le rapprochement du cinéma français d'une institution publique permet d'articuler la défense de la profession et la lutte contre la domination économique des producteurs sur les distributeurs et les usagers. La sympathie naturelle entre les dominés, réalisateurs et spectateurs, justifie l'assimilation des spectateurs à une classe luttant pour la liberté du cinéma. Le respect du "public", comme communauté naturelle des spectateurs critiques constituant une "quasi-classe" devient ainsi un moyen typiquement français, depuis les années 30, de soutenir la "qualité française" du cinéma.

2.3.3. L'auteur comme modèle du spectateur passionné : le jugement de proximité esthétique

La seconde modélisation du spectateur le définit comme membre d'une communauté historique et sentimentale, celle des amateurs de cinéma, et l'attache, par sa sensibilité à un imaginaire culturel déterminé, à une inspiration traditionnelle et à des valeurs identitaires. L'anthropologie culturelle, en tant que critique des stéréotypes culturels, fonde la conduite du spectateur de cinéma idéal. Contrôlant sa sensibilité à la technique cinématographique, et son intérêt instinctif pour certaines représentations, il est capable, en resituant le film dans son contexte historique, de le faire parler de la collectivité dont il est le produit. Spectateur actif, il sait déjouer l'expertise du distributeur, qui utilise des stéréotypes, des représentations à l'efficacité éprouvée, pour susciter et détourner à son profit "le mouvement spontané de la projection-identification"⁹⁶ du spectateur. Cette action du distributeur entraîne un danger de perte de personnalité culturelle, pour le spectateur comme pour le réalisateur, du fait de la médiocrité d'une programmation faite sans souci du cinéma. Avec cette inclination à présenter des choses qui plaisent à tous, sans effort, le cinéma perd sa fonction socioculturelle, "son rôle sociologique", pour n'être plus qu'"un phénomène esthétique"⁹⁷, c'est-à-dire une occasion de plaisir immédiat au lieu d'être pour l'individu une occasion de découvrir son propre imaginaire. Cette modélisation valorise la fonction culturelle de l'image et l'utilité du cinéma comme "fabrique de la personnalité". Elle confère au grand professionnel, à l'"artiste" de cinéma, le statut d'une personne modèle d'un point de vue esthétique car il est, par sa passion, le protecteur d'un art menacé de disparition⁹⁸. L'"auteur" de cinéma est, dans ce modèle, l'incarnation idéale du spectateur. L'entretien d'une relation de familiarité esthétique avec ces auteurs est, du même coup, une formation du jugement du spectateur et une garantie de sa valeur par l'imitation qu'elle suscite. La valorisation de la personne de l'artiste, et le besoin de participation culturelle justifie le soutien des pouvoirs publics à la création cinématographique, représentées par des personnalités exemplaires⁹⁹. Cette figure de l'auteur comme modèle du spectateur passionné est bien évidemment perceptible dans la démarche des jeunes turcs des *Cahiers du cinéma* et futurs représentants de la Nouvelle Vague. A bien des égards, leur action peut être considérée comme constitutive de cette figure. Dans l'article fondateur de l'expression "politique des auteurs", François Truffaut n'hésite pas à écrire à propos du film de Jacques Becker, *Ali Baba et les quarante voleurs* : "A la première vision, *Ali Baba* m'a déçu, à la seconde ennuyé, à la troisième passionné et ravi. Sans doute le reverrai-je encore mais je sais bien que, passé victorieusement le cap périlleux du chiffre 3, tout film prend sa place dans mon musée privé, très fermé"¹⁰⁰. Plus tard, son acolyte Jean-Luc Godard précisera : "Nous étions en dehors de la nation, du pays, on nous l'a assez reproché. Mais on a apporté l'amour du cinéma qui n'existait pas avant (...).

à la résistance. Plus au contraire il destine ses produits au marché de grande production (comme les essayistes, les écrivains-journalistes et les romanciers conformes), plus il est enclin à collaborer avec les pouvoirs externes, Etat, Eglise, Parti et aujourd'hui, journalisme et télévision, à se soumettre à leurs demandes et à leurs commandes" in *Sur la télévision*, Paris, 1996, Liber éditions, p. 72.

⁹⁵ La Fédération Française des Ciné-Clubs ou FFCC (que l'on dit proche du PCF) naît en mars 1945 et compte alors 80 ciné-clubs et 75.000 adhérents (cf Leglise (P.), *Histoire de la politique du cinéma français*, tome II, Paris, Filméditations Pierre Lherminier Editeur, 1977, p. 186). La Fédération Loisir et Culture cinématographique ou FLEC d'inspiration catholique est fondée en juillet 1946. Plus tard la branche "Jeunes" de la FFCC deviendra la Fédération Jean Vigo. Sur l'identité de vues et de pratiques de ces fédérations de ciné-clubs, ainsi que leur ancrage dans le mouvement d'éducation populaire, cf Montebello (F.), "Les intellectuels, le peuple et le cinéma", *op. cit.*, p. 155-158.

⁹⁶ Morin (E.), *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, Editions Gonthier, 1958, p. 180.

⁹⁷ Morin (E.), *Les stars*, *op. cit.*, p. 163.

⁹⁸ Cette construction esthétique de la compétence cinématographique explique l'émotion particulière que procure souvent la lecture de certaines pages de *L'histoire du cinéma* de Bardèche et Brasillach, même pour le lecteur bien informé de leur haine antisémite.

⁹⁹ Cette notion de personnalité exemplaire légitime, comme le relève Gimello, la commission d'avances sur recettes, dont l'observation confirme cependant son souci d'équilibrer jugement technique et la "prime de risque" que constitue le soutien à la "jeune création".

¹⁰⁰ Truffaut (F.), "Ali Baba et la "politique des auteurs" ", *Cahiers du cinéma*, n°44, février 1955, p. 45.

C'est le seul mouvement de la Nouvelle Vague, l'amour du cinéma qui a mis la main à la pâte. Plutôt que regarder le monde, elle a regardé les films, elle a inversé le problème. Mais elle en a fait un problème. Entre nous, aller à la cinémathèque, c'était faire des films, il n'y avait pas de différence¹⁰¹. Les réalisateurs de la Nouvelle Vague ont ainsi transformé leur compétence personnelle d'amoureux du cinéma et de ses "auteurs" en aptitude professionnelle¹⁰².

Le modèle du spectateur passionné représente une construction subjectiviste qui pose le problème, dans l'espace républicain, de la valorisation de l'identité personnelle du spectateur — identité ethnique, âge, sexe — qu'elle justifie potentiellement. C'est ce qui explique le rôle conféré à la "profession artistique", comme instrument de mesure "républicain" de la compétence cinématographique, face au danger représenté par les représentants du multiculturalisme et de ses "quotas".

L'efficacité de ces deux modélisations politiques du jugement du spectateur est, aujourd'hui encore, observable dans tous les débats publics sur la crise du cinéma. L'institution, depuis leur apparition dans les années 30, d'une politique étatique de défense et de promotion du cinéma français — action étatique qu'elles visaient, l'une et l'autre, à justifier — explique leur pérennité¹⁰³. Elles sont, l'une et l'autre, devenues des arguments puissants de la reconnaissance par les pouvoirs publics des formes d'organisation de l'activité cinématographique — profession et syndicats — qui permettent de protéger la culture nationale du danger inhérent au désir du consommateur, auquel ces deux modélisations s'opposent. Elles constituent un obstacle, de ce fait, à la reconnaissance sociologique de la compétence personnelle du spectateur, expertise qu'elles neutralisent au profit de celle du professionnel (producteurs, réalisateurs ou distributeurs), ou de celle du porte-parole (sociologue, critique ou artiste) de la "culture" d'appartenance du spectateur.

Constitutives de l'élitisme culturel républicain qui s'élabore dans les années 30 et fonde, notamment, l'idée de décentralisation dramatique, elles proposent une anthropologie asymétrique de l'expertise cinématographique, qu'elle réserve aux individus qualifiés techniquement ou socialement à porter un jugement sur l'art. Elles se différencient de ce fait d'une attitude consumériste, qui reconnaît la compétence personnelle du spectateur à juger du cinéma, à l'origine des dispositifs d'expertise et de la codification du spectacle cinématographique qui sert encore, aujourd'hui, à la mesure de la qualité du loisir cinématographique.

2.3.4. La prudence cinématographique ou la compétence éthique du consommateur

Cette modélisation politique trouve son enracinement dans l'action des organisations de propagande catholique, ce qui a contribué à la disqualifier d'un point de vue républicain. Son audience s'explique par le fait qu'elle a mis au centre de sa réflexion le problème de la responsabilité personnelle du spectateur, celle du père et de la mère vis-à-vis de leurs enfants, celle du militant catholique vis-à-vis des jeunes qu'il doit encadrer pendant leurs loisirs. Elle a pris au sérieux, du même coup l'enjeu pragmatique que constitue, dans un contexte démocratique et dans une économie de la qualité, le choix des films au cas par cas. L'économie de la culture — l'identification rationnelle de signaux de la qualité — permet de soutenir cette construction de l'expertise du spectateur. Elle a un sens collectif, car "il est important que les catholiques constituent un véritable public que les producteurs auront intérêt à satisfaire [...] Une fois au spectacle, nous n'avons plus grand moyen de manifester notre réprobation; celle-ci en tout cas n'empêchera plus notre contribution financière d'augmenter d'autant la recette de la salle et d'encourager ainsi le directeur à présenter à l'avenir des spectacles similaires. Il s'ensuit qu'il nous faut connaître à l'avance le genre de spectacle qui nous est offert"¹⁰⁴. Le journal "Choisir", organe de l'Action catholique du cinéma répond à cette nécessité, en portant à la connaissance du public, les jugements d'une critique compétente, alternative à une "publicité toujours élogieuse" et à une critique indifférente "aux exigences de la morale chrétienne"¹⁰⁵. Ce travail d'identification de chaque film est particulièrement utile, car "en renseignant d'une façon aussi concise et aussi claire que possible sur la valeur infiniment variable de tous les films projetés" apportent des informations qui sont "non pas impératives, mais indicatives et objectives. A chacun à faire usage de sa conscience, à voir dans quelle catégorie de spectateurs il veut se ranger ! Aucune des appréciations données ne nous dispensent d'exercer un jugement prudentiel adaptant chaque appréciation objective à notre cas personnel [...]"¹⁰⁶.

¹⁰¹ Godard (J.-L.), *Jean-Luc Godard par Jean-Luc Godard*, Paris, Cahiers du cinéma, 1985, p. 511-512.

¹⁰² Sur l'histoire de cette transformation cf De Baecque (A.), *Les Cahiers du cinéma, Histoire d'une revue*, deux tomes, Paris, Editions Cahiers du cinéma, 1991.

¹⁰³ Cette deuxième modélisation, tout comme la première, légitime la construction d'une économie mixte, l'intervention de l'État pour soutenir le marché national en supportant la création cinématographique.

¹⁰⁴ Secrétariat national Jeunesse Catholique de la Société (J.C.S.), *Enquête sur une question du jour : le cinéma*, Éditions Alsatia, Paris, 1939. Il s'agit d'une enquête réalisée en octobre 1938 par questionnaire "dont les conclusions ont été données par le R.P. de Parvillez des *Études* dans le bulletin de liaison du JCS" (p. 7).

¹⁰⁵ *Ibid*, p. 66.

¹⁰⁶ *Ibid*, p. 69.

Cette contribution de l'Église catholique française à la codification éthique et technique de l'interaction cinématographique se rapproche de l'action entreprise, dès le début du siècle, par l'Église anglicane en Grande Bretagne, (à laquelle on doit les travaux de la *Cinema Commission of Inquiry*¹⁰⁷ déjà citée) pour obtenir la moralisation de l'exploitation cinématographique. Elle se distingue significativement d'une action en faveur de l'instauration d'un contrôle systématique de la production, telle celle entreprise par l'Église orthodoxe russe (inspiratrice d'une législation sur le cinéma inscrite au programme de la Douma renversée par les bolcheviks) et que l'État soviétique va reprendre à son compte. Si la modélisation de l'expertise défendue par l'Église s'inscrit dans un souci de promotion d'un "esprit de véritable pureté chrétienne, virile et conquérante", elle n'en constitue pas moins comme le montre la reconnaissance culturelle et la réussite commerciale des outils d'information dont elle a entraîné la création (*Télérama*, notamment !) l'instrument de développement d'un consumérisme français, curieusement méconnu par les recherches sociologiques françaises sur le cinéma. La plupart de ces recherches, en effet, par ce qui semble être une habitude professionnelle héritée de la sociologie de l'art contemporain, dont les chercheurs n'ont pas toujours conscience, oublie de tenir compte de la compétence du spectateur, et contribue, sous prétexte de dévoilement critique, à la glorification de l'auteur ou à la célébration de l'art cinématographique contre la culture de masse, dont ils sont pourtant inséparables. Une étude sociologique des instruments de mesure de la qualité mobilisés par le spectateur, instruments de mesure dont la sociologie fait elle-même partie, est une visée mieux adaptée à la réalité industrielle du cinéma, et à l'évolution du marché du spectacle. Le développement contemporain de ce marché, qui favorise la revendication par les individus de leur singularité incorporée — la race, le sexe, l'âge, la région, etc — et constitue un vecteur d'expansion de la "démocratie culturelle" — démontre l'urgence de cet *aggiornamento* théorique de la sociologie du spectacle.

Conclusion : " Science des œuvres " ou étude des œuvres de la science ?

Les sciences humaines et sociales participent, en tant qu'équipement des politiques culturelles, à l'évolution du champ culturel. Elles ne se contentent pas, cependant, de mettre à disposition des décideurs des méthodes et des techniques d'évaluation "scientifique". Elles constituent elles-mêmes, en tant qu'écrits, des productions culturelles, et contribuent aux débats publics. Elles aident à argumenter les représentations — dénonciations ou célébrations — du jugement du spectateur, et par là même l'évaluation de la justesse de l'intervention et du contrôle du public.

La prise en compte de cette culture sociologique du spectateur interdit de réserver la compétence à juger du sens du cinéma, aux professionnels du cinéma ou aux experts de la recherche sur le cinéma. Cette compétence peut être, aujourd'hui, revendiquée par tout individu scolarisé qui a acquis une culture particulière en développant une passion personnelle pour un certain genre de loisir cinématographique¹⁰⁸.

Une conception non élitiste de l'expertise doit donc guider l'étude, qui reste encore à faire, des dispositifs mis en place, dans l'histoire du cinéma français, pour améliorer la qualité du jugement du consommateur sur la qualité. Il importe, dans cette perspective, de ne pas opposer systématiquement les dispositifs " publics " — qu'il s'agisse des équipements politiques de l'expertise (telle les Commissions d'enquête), des équipements professionnels (le Festival de Cannes), des équipements étatiques (que sont la Commission d'avance sur recettes ou le visa de contrôle), des équipements scientifiques (tel le Département des études et prospectives du Ministère de la Culture ou le Centre National de la Cinématographie) — aux dispositifs " privés " — les équipements commerciaux (box-office, entrées, hit-parades, taux d'audience, classements, etc), les équipements domestiques (guides, émissions de télévision, bouche à oreille, conversation) — considérés dans les deux cas comme moyen de formatage du jugement.

Il est nécessaire, par là même, comme certains chercheurs l'ont souligné, de rompre le lien qui unit, en France, le cinéma à la Nation¹⁰⁹. La sociologie de l'expertise peut aider à critiquer ce lien, qui s'effectue par l'intermédiaire de l'"auteur" cinématographique, considéré comme un rempart à la médiocrité du jugement du consommateur. En relativisant le jugement artistique, c'est-à-dire technique, de la profession, au lieu de l'utiliser comme un instrument de mesure de la consommation cinématographique, elle permet d'ouvrir à l'étude historique et sociologique de l'interaction professionnels/usagers. Une étude globale du cinéma qui s'inscrirait

¹⁰⁷ Cf. *THE CINEMA. Its present position...*, op. cit.

¹⁰⁸ Trépos (J.-Y.), *La sociologie de l'expertise*, op. cit., p 4 : " l'épreuve qu'il traverse constitue l'expert autant qu'il la constitue ". C'est dire que la situation qualifie tout autant l'expert que l'expert qualifie la situation, comme le montre le " devenir expert " de l'utilisateur qui, tel Martin Winckler (*Les miroirs de la vie. Histoire des séries américaines*, Paris, Le Passage, 2002), a cultivé une passion pour un objet méprisé par les chercheurs, en l'occurrence ici, la passion des séries télévisées.

¹⁰⁹ Cf notamment Beau (F.) " La solitude des technoboles : puissance politique des effets spéciaux ", *CinémaAction*, n° 102, 2001.

dans le cadre de deux objets négligés par la tradition académique française : l'histoire des industries culturelles et la sociologie de la culture de masse¹¹⁰.

Jean-Marc Leveratto, PR de sociologie, laboratoire ERASE - Université de Metz

BIBLIOGRAPHIE

- Adorno (T.W.) et Horkheimer (M.), *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974.
- Arlaud (R.-M.), *Cinéma Bouffe*, Paris, Éditions Jacques Melot, 1945.
- Austin (B.), *The Film Audience. An International Bibliography of Research*, with annotations and an Essay, Metuchen and London, The Scarecrow Press Inc., 1963.
- Benghozi (P.-J.), *Le cinéma. Entre l'art et l'argent*, Paris, L'harmattan, 1989.
- Benhamou (F.), *L'économie de la culture*, Paris, La découverte, 1996.
- Benjamin (W.), " L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique " in Benjamin (W.), *Œuvres*, Paris, Gallimard, 2000, Tome III.
- Boltanski (C.), Thévenot (L.), *De la justification*, Paris, Gallimard.
- Bovy (L.), *Théâtre et Cinéma, Le cinéma aura-t-il raison du théâtre ?*, Paris/Liège, Éditions Gillet, 1933.
- Callon (M.), " An essay on framing and overflowing : economic externalities revisited by sociology " in Callon (M.) ed., *The Laws of the Market*, Oxford/Calden, Blackwell, 1999.
- Carné (M.), *La vie à belles dents*, Paris, Éditions Jean-Pierre Olivier, 1975.
- Cendrars (B.), *Hollywood, la Mecque du cinéma (1936)*, Paris, Grasset, 2001.
- Chartier (R.), préface à Elias (N.), *La société de cour*, Paris, Flammarion, 1985.
- Chiapello (E.) *Artistes versus managers*, Paris, Métailié, 1998.
- Chion (M.), *Le cinéma et ses métiers*, Paris, Bordas, 1990.
- Daudelin (R.), " En guise d'ouverture " in Cosandey (R.), Gaudreault (A.), Gunning (T.) eds, *Une invention du diable ? Cinéma des premiers temps et religion*, Presses de l'Université de Laval et Éditions Payot, Sainte-Foy-Lausanne, 1992.
- Entrelacs, *Le marketing du cinéma*, Toulouse, Université de Toulouse-Le Mirail/Laboratoire de recherche en audiovisuel, 2000.
- Fain (G.), *Pour une politique française du cinéma, Une industrie-clé intellectuelle*, Paris, Chambre Syndicale Française de la Cinématographie, sans date.
- Goffman (E.), " L'ordre de l'interaction ", *Sociétés*, (9), 1984 et (14), 1987.
- Hennion (A.), *Les professionnels du disque*, Paris, Métailié, 1981.
- Jauss (H.-R.), " Littérature médiévale et théorie des genres ", in Genette (G.) et alii, *Théorie des genres*, Paris, Seuil, 1986.
- Kessel (J.), *Hollywood, ville mirage (1937)*, Paris, Ramsay, 1989.
- Latour (B.), *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*, Paris, La découverte, 1991.
- Léglise (P.), *Histoire de la politique du cinéma français. Le cinéma et la IIIe république*, Paris, Librairie R. Pichon et R. Durand-Auzias, 1970.
- Leveratto (J.-M.), *La mesure de l'art. Sociologie de la qualité artistique*, Paris, La dispute, 2000.
- Morand (P.), *France La Douce*, Paris, Gallimard, 1934.
- Morin (E.) *Les stars*, Paris, Seuil, 1972.
- Morin (E.), *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, Éditions Gonthier, 1958.
- Où va le cinéma français ? Enquête menée par Jean-Michel Renaitour*, Paris, Éditions Baudinière, 1937.
- Panofsky (E.), *Trois études sur le style*, Paris, Gallimard, 1996.
- Portes (J.), *De la scène à l'écran. Naissance de la culture de masse aux États-Unis*, Paris, Belin, 1997.
- Renoir (J.), *Entretiens et propos*, Paris, Ramsay, 1979.
- Rivers (P.), *Au milieu des étoiles*, Paris, Les Films Fernand Rivers, Paris, 1957.
- Secrétariat national Jeunesse Catholique de la Société (J.C.S.), *Enquête sur une question du jour : le cinéma*, Éditions Alsatia, Paris, 1939.

¹¹⁰ De la même manière, Franck Beau appelle de ses vœux " une histoire des industries techniques, une sociologie de l'innovation, mais encore une histoire sociale des métiers du cinéma, qui n'a pas encore réellement été faite parce que d'un côté la sociologie du cinéma –parent pauvre de théorie du cinéma — s'est cantonnée à l'étude de la réception, et que de l'autre la sociologie du travail et des organisations n'en sont pas encore véritablement arrivées à se pencher sur le secteur tertiaire et ses industries culturelles. C'est aussi tout le problème et peut-être l'atout du cinéma, en tant que champ de recherches universitaires, d'être à la croisée de disciplines déjà forgées, à la croisée des sciences sociales, humaines, et de l'histoire des sciences et des techniques ", *Ibid*, p. 200.

THE CINEMA. Its present position and future possibilities being the report of and chief evidence taken by the Cinema Commission of Inquiry instituted by the National Council of Public Morals, London, Williams and Norgate, 1917
Trépos (J.-Y.), *La sociologie de l'expertise*, Paris, P.U.F., 1966.