

Les Études De La Réception Du Cinéma Une Troisième Voie Est-Elle Possible ?

Dr.Faisal Sahbi
Université Oran 1 – Ahmed Benbella

Quand on aborde les études de la réception du cinéma, une certaine ambiguïté règne malgré tout. Chez les historiens du cinéma comme chez les spécialistes de la réception, deux visions s'opposent presque radicalement : pour les uns, les études portant sur le public du cinéma sont « *à la fois nombreuses et très anciennes* »^[i]. Ce constat est dressé notamment par le sociologue du cinéma Fabrice Montebello. Pour d'autres, les études sur le public ne sont venues que tardivement. Cette opposition peut être expliquée à notre avis par la position dans laquelle se place chacun et surtout par ce qu'on entend par étude du public. Pour notre part, pour des arguments que l'on va avancer ci-dessous, nous adhérons davantage à la deuxième thèse.

1. La réception du cinéma : un objet sociologique

Pour Montebello, comme pour chaque chercheur s'intéressant au cinéma comme fait social, les études du public du cinéma remontent aux premières années du 20^{ème} siècle. « *Elles sont nées en général de la croyance dans la force de persuasion du réalisme photographique* »^[ii]. Elles ont tournées aussi autour de la question des effets du cinéma sur les spectateurs. Souvent financées par des fondations proches de l'Eglise ou des ligues de vertus, comme le montre Bosséno, ces études agencent leur argumentaire en termes de « manipulation » ou d' « aliénation ». Elles s'attachent à démontrer l'influence du

cinéma sur l'homme : « *influence néfaste le plus souvent [...] le cinéma, pour ses spectateurs plus ou moins jeunes, constitue une formidable école du crime et du vice.* »^[iii]

Au-delà de l'aspect alarmiste de ces études, manifestement orientées de surcroit, peut-on parler d'une quelconque retombée théorique sur les études de réception ? Nous sommes presque tenté de répondre définitivement par non. Outre les motifs déjà avancés, il nous semble que ces études se sont intéressées au public au sens large et non pas aux spectateurs dans leur singularité. Cela rendrait obsolète à notre sens toute réflexion sur la réception à partir de cette première vague d'études sur le public du cinéma.

A l'opposé de cette première thèse, d'autres chercheurs, s'intéressant au cinéma comme objet sociologique ou au centre d'une approche computationnelle, notent que, contrairement aux autres médias, les premiers pas du cinéma n'ont pas été accompagnés par des études sur son public. Elles ne sont venues que tardivement. Historien du cinéma à la Sorbonne, Christian-Marc Bosseno tente d'élucider les causes de cette exception : « *On pourrait croire que la profession, très tôt, a voulu connaître et analyser son public : il n'en est rien. A cela, une raison simple l'ampleur même de la population des cinémagoeurs aux temps de la splendeur d'Hollywood rendait inutile toute étude pointue. Quand, chaque semaine, comme*

c'est le cas au plus fort des années 1940, près de deux tiers des américains vont au cinéma, pourquoi vouloir mieux les connaître ? »^[iv]. Ce n'est qu'avec la hausse de l'offre cinématographique, conjuguée à la baisse de la demande due notamment à l'arrivée d'un nouveau concurrent, en l'occurrence la télévision, qu'on a voulu connaître les raisons de la « rupture » annoncée entre le cinéma et son public. Les premières études sérieuses autour du sujet virent le jour à l'aube des années cinquante. Soulignons, particulièrement, le chapitre consacré aux leaders dans le cinéma, dans l'ouvrage de Elihu KATZ & Paul LAZARSFELDS, *l'influence personnelle*^[v], un classique des études en communication.

L'avènement de la télévision, au début des années cinquante du siècle passée, a eu un impact doublement considérable sur les études de la réception du cinéma. Un impact qui semble, à première vue, paradoxalement. Dans sa bibliographie internationale^[vi] sur les études de l'*audience*^[vii], Bruce A. Austin remarque que le rôle de « *corrupteur majeur des sociétés* »^[viii], initialement réservé au cinéma, s'est petit à petit dévolu à la télévision. Par conséquent, les études sur l'impact néfaste des médias sur le public se sont orientées vers ce nouveau média. En parallèle, la crise de fréquentation des salles de cinéma, à la fin des années cinquante et début des années soixante, à cause du nouvel engouement pour la télévision, a poussé les chercheurs, financés par des fonds privés aux Etats-Unis ou les pouvoirs publics, à s'interroger sur la nature du public et la meilleure façon pour le réconcilier de nouveau avec le cinéma. Ce double contact avec la

télévision a lancé les premières études sérieuses sur le cinéma.

• Les approches textuelles

Quand les chercheurs américains s'intéressaient au public de cinéma en termes quantitatifs, cherchant avant tout à comprendre ses motivations, ses besoins et ses gratifications, dans la pure tradition empirique, les chercheurs de tradition européenne, en plein engouement pour le Structuralisme et la sémiologie, ont orienté leurs recherches vers des préoccupations plus « *spectatorielles* » dans le champ de la sémiologie et plus « *culturelles* » dans celui de la sociologie. Dans le premier champ, le film n'est plus appelé « œuvre » mais « *texte* », comme le fait remarquer Esquenazi.^[ix] Mais contrairement à ce que laisse entendre cette nouvelle appellation, le film est loin d'être appréhendé dans un paradigme de *texte-lecteur* ; il demeure « *une unité pleine et autonome* ».

Cela va se vérifier une première fois avec les écrits de Christian METZ, pionnier des études sémiologiques sur le cinéma. Il ne s'intéressa, en premier lieu, au film qu'en tant que système de signification fermé. Linguiste de formation, METZ prolongeait ainsi la tradition structuraliste de SAUSSURE et de Beneveniste. Dans ses premières publications sur le sujet, son approche est essentiellement textualiste. Il s'interrogea sur la nature du langage cinématographique dans un de ses premiers articles^[x]. Une année plus tard, il écrit sur l'impression de réalité au cinéma^[xi]. Hormis de rares tentatives d'analyse, illustrant son outil méthodologique La grande syntagmatique^[xii], les efforts de Metz demeurent pour le reste assez théoriques. Une théorie Metzienne, où l'on trouve « *les concepts essentiels d'une*

*analyse du film compris comme un texte, c'est-à-dire comme un discours uniquement déterminé par ses propriétés internes.»^[xiii] Pour entrevoir un réel intérêt de la théorie metzienne pour la question du public, il faudra attendre les retombées théoriques de ses remarques sur la façon dont «*le film naît par le regard du spectateur*». Ces retombées sont une partie inhérente de la théorie sémiopragmatique de Roger Odin.*

Quand Raymond Bellour utilisa l'héritage théorique de Christian METZ dans l'analyse sémiotique des films -notamment ceux d'Alfred Hitchcock- sa préoccupation par la politique des auteurs et leurs points de vue dans la création paraissait nettement plus présente que les questions ayant rapport avec la réception. Ainsi, continuant dans la même perspective proposée par Christian Metz dans *le signifiant imaginaire*^[xiv], il ajouta la psychanalyse lacanienne à sa boîte à outils conceptuels. Toutefois, cette approche analytique sera exploitée pour interroger les problématiques liées à la création et à la politique des auteurs et presque jamais aux questions de la réception.

• Les études de réception en quatre familles

Sur les questions de réception et du cinéma, ils sont très rares, du moins dans le champ francophones, les chercheurs qui s'y sont consacrés. On peut en citer trois : Emmanuel Ethis, sociologue et spécialiste de la réception des œuvres cinématographiques, dans un champ plus large celui de l'étude des publics de la culture ; Guillaume Soulez, avec une approche plus sémiotique ; Jean-Pierre Esquenazi, chercheurs en communication et médias, spécialisé dans la relation entre

la production culturelle et sa réception. Ce dernier a coordonné, avec Roger Odin, un numéro de la revue Réseaux consacré au cinéma et sa réception.^[xv] Une des rares productions scientifiques consacrées au sujet.* Dans l'article introductif de ce numéro, Esquenazi tente de répertorier les premières études sérieuses sur la réception du cinéma en quatre ensembles d'études. Il s'agit là d'études qui «*examinent pas seulement un film ou le cinéma, mais un film en relation avec des communautés d'interprétation particulières, le sens émerge de rapports motivés entre des signes et des acteurs sociaux...*»^[xvi]

• La critique féministe

Le premier des quatre ensembles est ce qu'il appelle la critique féministe du cinéma. Née avec l'éclosion des critiques militantes des films, à la fin des années soixante, la critique féministe s'est fondée sur les bases d'un constat : les sociétés-occidentales en l'occurrence- sont caractérisées par une différentiation entre ses individus dont le critère est leur sexe. Cette différence donne lieu à une répartition de pouvoir inégale entre hommes et femmes. Outre le fait que la femme est très peu représentée dans le monde de la production culturelle- ce qui entraîne souvent des films marqués par un regard masculin sur les sociétés- la réception des films est différente selon le sexe du spectateur. Il y aurait donc une réception masculine et une réception féminine du cinéma.

Il est difficile de brosser ici un tableau exhaustif et complet de ses critiques féministes et leurs implications dans les études de réception. Cependant, ce ne serait pas dénué de bon sens que de rappeler l'originalité d'une telle approche à

cette époque. Ces critiques féministes ont eu le mérite d'avoir affirmé assez tôt, avec clarté que « *des parties différentes de la population ne voient pas la même chose en allant au cinéma. Le sens d'un film consiste en une négociation entre le film et sa réception.* »^[xvii] Ce fut déjà une bataille de gagnées dans le champ de la réception du cinéma.

• Le courant pragmatique

Roger ODIN en France et Francesco Cassetti en Italie, sont les deux plus importants représentants de la pragmatique du film, deuxième ensemble d'étude sur la réception du cinéma. Tout les deux influencés directement ou indirectement par la lecture d'Austin, ils ont brillamment réussi le défi de se positionner dans le courant pragmatique. Pour Odin, la création de la signification d'un film est le résultat de deux niveaux différents. D'abord, il y a un processus interne (et intrinsèque) du film qui dicte un positionnement spécifique du spectateur dans le film de fiction. Le genre du film (ou institution dans le vocabulaire odinien) étant premier « repère » pour la lecture du film. La relation entre le film et son spectateur, dans le cadre de ce processus, est appelée « mise en phase »^[xviii] Le deuxième processus, régissant la production de la signification dans le rapport entre le film et son spectateur, est externe et essentiellement culturel. Comme l'écrit Odin dans un article publié en 1983 : « *La lecture d'une image n'est pas le résultat d'une contrainte interne mais le résultat d'une contrainte culturelle* »^[xix]

Pour sa part, CASSETTI ouvre la perspective pragmatique pour intégrer une approche nouvelle de l'énonciation. Il envisage le rapport entre film et spectateur

comme un rapport entre un Je filmique et un Tu spectoriel^[xx]. Le terme clé de l'approche de Cassetti, comme le souligne Esquenazi, est celui du point de vue dont il présente deux conceptions : « Le point de vue emprunte les signes de la perception au sens propre du terme mais aussi ceux d'une certaine façon d'apprendre ou d'adhérer aux choses : c'est à la fois un point géométrique d'où l'on voit le monde, le point depuis lequel on apprend les choses, et le point depuis lequel on accepte ou non de croire à ce qu'on a en face de soi »^[xxi]. L'originalité de l'approche de Cassetti, nous semble-t-il, est d'avoir réussi à introduire le concept du *point de vue*, jusque là chasse gardée des études de narratologie, dans l'analyse de la réception du cinéma. Selon cette conception, la réception du film consiste à ce que le spectateur « prête » son regard ou non pour épouser le point de vue de l'énonciation. En acceptant de le faire, il va adopter une *lecture préférentielle* du film comme aurait dit David Morley.

• Socio-économie des publics

Il est également possible de penser la réception en termes de sociologie et économie du cinéma. C'est la tâche que s'est donnée par exemple Pierre Sorlin. Sans s'aventurer dans le champ sémiotique ou recourir à la théorie du point de vue de Cassetti, Sorlin, à travers une sociologie du champ* cinématographique, s'interroge sur la manière dont les cinéastes (énonciateurs dans la théorie de Cassetti) imposent leur vision du monde (point de vue dans la narratologie) au spectateur. Pour ce faire, il étudie les schémas narratifs utilisés par les cinéastes pour raconter leurs histoires, qu'il nomma « le visible » : « *Le visible est ce qui paraît photographiable et*

présentable sur les écrans à une époque donnée »^[xxii] L'intérêt de cette approche pour l'étude de la réception réside dans la manière avec laquelle les cinéastes construisent et imposent ce « visible » (ou expressions idéologiques selon Sorlin) à leur spectateur. Mais également dans la (les) composition(s) du public en fonction « *des expressions idéologiques que chaque communauté spectorielle est capable d'extraire parmi celles qui lui sont proposées.* »^[xxiii]

La sociologie du cinéma peut être également employée dans l'étude d'un autre aspect de la relation entre le film et ses spectateurs, celui de la sa représentation. Souvent de la tradition des Cultural Studie. Des études sociologiques se sont intéressées aux films comme expressions idéologiques et ce qu'ils peuvent véhiculer comme représentations. Jean-Pierre Esquenazi en cite comme exemple le livre de Genève Sellier et Noël Bursh, *La drôle de guerre des sexes du cinéma français.*^[xxiv] Cependant, il reproche à ce genre d'étude des représentations son penchant à trop se focaliser sur l'idée d'identification qu'il juge très simplificatrice.

- **Les interprétativistes de la réception**

Enfin, Jean-Paul Esquenazi repère un quatrième ensemble sur la réception du cinéma celui qu'il appelle l'interprétation des films. Une œuvre se distingue de ce flot. C'est celle de Janet Staiger, *Interpreting Films*, dont l'essence de la pensée peut être illustrée par les premières lignes de la préface de ce livre : « *Les produits culturels n'ont pas de signification immanentes, leurs variations d'interprétations sont des fondements*

historiques et ces différences et changements ne sont pas idiosyncrasiques mais dus à des conditions sociales politiques, économiques, se reflétant dans les divers éléments de construction d'identité, de genre, de préférence sexuelle, de race, d'ethnicité, de classe, etc. »^[xxv]

Dans cette perspective, la visée de l'étude de la réception du cinéma n'est plus de comprendre comment un film est compris, tel que cela a été suggéré par Metz et repris par Odin par exemple, mais de penser la réception du film comme un évènement. Cela n'est pas sans nous rappeler, les efforts de quelqu'un comme Bernard Lamizet, qui œuvre depuis quelques années à orienter les études sémiotiques vers l'exploration du champ de la sémiotique de l'évènement^[xxvi]. Comme énoncé par Esquenazi, pour les « *interprétativistes de la réception* », il ne s'agit donc pas d'interpréter les textes ni de se pencher pour voir comment ils impliquent les spectateurs. Il ne s'agit pas également de se tourner vers le spectateur et son champ social de réception. Leur but est de comprendre les interprétations en s'intéressant aux contextes politiques, culturelles et sociales du moment de la réception.

- **Les défis des études de la réception**

A la fin de ce survol des ensembles théoriques ayant traité la réception du cinéma, il nous est difficile d'omettre un constat celui d'une certaine étanchéité entre les quartes ensemble. Nous continuons à penser et à croire que les pragmatiques du film auraient beaucoup à gagner s'ils intègrent les perspectives du contexte de la réception et de l'évènement

avancées par les *interprétativistes* comme Staiger. Exactement comme leur héritage théorique a été utilisé par les chercheurs des autres champs. D'ailleurs, il est à noter que les modèles théoriques d'Odin et de Cassetti par exemple ont plus profité aux chercheurs sur la télévision qu'à celles sur le cinéma. Dans l'autre sens, les interprétativistes gagneraient davantage s'ils cessent de se focaliser uniquement sur l'étude de la réception comme évènement. Enfin, nous pensons que toute étude de la réception du cinéma doit prendre en considération le moment de la création du film, comme partie prenante du processus de la réception. L'une et l'autre sont indissociables à notre sens. Hall, dans son modèle Encodage/Décodage, a déjà montré à quel point serait bénéfique une telle démarche. Jean Pierre Esquenazi l'a précisé dans un article sur les médias et leurs publics^[xxvii], quand il lie interprétation et espace de présentation. Il nous semble donc nécessaire d'aller jusqu'au bout de la pensée d'Odin et de Cassetti pour mieux l'optimiser.

Il existe par ailleurs un autre cloisonnement artificiel qu'il faudra casser. C'est celui que l'on a édifié entre esthéticiens et sémioticiens de la réception du cinéma (nous intégrons les pragmatiques et les *interprétativistes* du cinéma dans ce « camp ») d'une part, et les sociologues de la réception du cinéma d'autre part. Pour ce faire, il faudra peut-être oser ce qu'il appelle Emmanuel Ethis « sociologiser la réception des œuvres »^[xxviii] D'autant plus que, dans ce cas précis, comme le souligne Jean Claude Passeron, la rencontre des deux « camps » se fait sur un terrain de la réception « propice aux méthodes d'investigations et

de traitement particulières à la sociologie »^[xxix]

Cette quête de terrain d'entente entre sociologue et sémioticiens de la réception ne doit pas toutefois se faire au détriment d'une certaine spécificité de la réception filmique dont il est ici question. Dans cette visée, Ethis, dans un ouvrage consacré à la réception du temps au cinéma, emprunte à Jean-Claude Passeron et Emmanuel Pedler trois principes présentés dans leur essai *le temps donné aux tableaux*^[xxx], sur lesquelles doit reposer toute étude de la réception du cinéma : les principes de *spécificité*, de *singularité*, de *perceptibilité*^[xxxi]. Tout d'abord, il faut tenir en compte de la spécificité sémiologique du message filmique et la combinaison de ses matières d'expression. Aucun effort purement sociologique, aussi brillant soit-il ne pourra prendre en considération cette spécificité. Les lois de l'enquête sociologique pourraient aussi négliger un autre principe de la réception filmique, celui de la singularité de l'œuvre. En observant la réception, chaque interprétation est unique. Elle ne peut pas se soumettre au déterminisme de la répétition. « *La réception artistique est, en effet, par définition perception et interprétation d'un message identifié dans l'individualité insubstituable de ses signifiants* »^[xxxi] Les œuvres filmiques ne sont donc ni *insubstituables* ni interchangeables de même que les moments de la réception. Chaque réception est un *événement* unique, si l'on utiliser le lexique interprétativiste de Staiger. Enfin, Jean-Claude Passeron propose de n'attribuer à une œuvre (filmique dans notre cas) que les aspects perçus par des publics réels. C'est en effet le troisième principe de Passeron : la perceptibilité.

[¹¹] Fabrice Montebello, « de la réception des films au cinéma des ouvriers », dans Cinéma : revue d'études cinématographiques, vol.2, n°2-3, 1992, p.p. : 123-147.

[¹²] Ibid, p. 124.

[¹³] Christian-Marc BOSSENO, « *La place du spectateur* » in Vingtième Siècle. Revue d'histoire, N°46, numéro spécial : Cinéma, le temps de l'histoire, Avril-Juin 1995, P. 144

[¹⁴] Christian-Marc Bosseno, « *La place du spectateur* » in Vingtième Siècle. Revue d'histoire, N°46, numéro spécial : Cinéma, le temps de l'histoire, Avril-Juin 1995, P. 145.

[¹⁵] Elihu KATZ & Paul LAZARSFELD, Influence personnelle, Paris, Armand Colin, 2008.

[¹⁶] Bruce A. Austin, The film audience, an internationnal bibliography or research, Londres, Scarecrow Press, 1983.

[¹⁷] Terme habituellement traduit dans ce contexte par public mais il nous semble plus judicieux de le garder dans version originale.

[¹⁸] L'expression est de Christian-Marc Bosseno.

[¹⁹] Jean-Pierre Esquenazi, « Le film, un fait social » dans Réseaux, volume 18, n°99/2000, p.p. : 13-48.

[²⁰] Christian Metz, « Le cinéma : langue ou langage ? » in communications, N°4, « Recherches sémiologiques », Paris, Editions du Seuil, 1964

[²¹] Christian Metz, « A propos de l'impression de réalité au cinéma », dans Essai sur la signification au cinéma, Tome 1, Editions Klincksieck, Paris, 1965 (1968).

[²²] Christian Metz, « Etude syntagmatique du film ADIEU PHILLIPINE de Jacques Rozier », in Image et Son, Paris, Edition de l'unior français des œuvres laïques d'éducation par l'image et le son, N° 201, Janvier 1967, P. 81-98

[²³] Jean Pierre Esquenazi, Op.cit, p. 22.

[²⁴] Christian Metz, Le signifiant imaginaire, Paris, UGE, 1977.

[²⁵] Jean Pierre Esquenazi& Roger Odin (coordination), « Cinéma et réception » dans Réseaux, volume 18-n°99/2000.

* A propos de ce numéro, Esquenazi et Odin écrivent : « *Que des théoriciens du cinéma aient décidé aujourd'hui de proposer un ensemble de textes portant sur le rapport entre les films et leurs publics à la revue Réseaux est doublement symbolique. Publier dans une revue de communication plutôt que dans une revue de cinéma manifeste le désir de ces chercheurs de sortir d'une forme d'approche dont se sont trop souvent satisfaites les études cinématographiques [...] Publier dans une revue de communication marque aussi que ces chercheurs trouvent, comme naturellement, leurs références dans d'autres espaces théorique que celui de la réflexion traditionnelle du cinéma.* » ibid, p. 9.

[²⁶] Jean-Pierre Esquenazi, « Le film, un fait social », op.cit, p. 26.

[²⁷] Op.cit., p. 27.

[²⁸] Roger Odin, « Mise en phase, déphasage et performativité dans le Tempestaire de Jean Epstein » dans *Communications*, n° 38, 1983 p. 213-238.

[²⁹] Roger Odin, « pour une sémio-pragmatique du cinéma » dans Iris, vol 1, n°1, p. 67-82, p. 68.

[³⁰] Jean-Pierre Esquenazi, op.cit, p. 29.

[³¹] Francesco Cassetti, D'un regard l'autre, PUL, Lyon, 1986 (1990), p. 112.

* Utilisé dans le sens général du terme et non pas dans son sens bourdussian.

[³²] Pierre Sorlin, Sociologie du cinéma, Aubier, Paris, 1977, p. 69.

[³³] Jean Pierre Esquenazi, op.cit, p. 31.

[³⁴] Noël Bursh&GenèveSellie, La drôle de guerre des sexes du cinéma français 1930-1956, Nathan, Paris, 1996.

[³⁵] Janet Staiger, Interpreting Films, Princeton UP, Princeton, 1992. Extrait traduit par Jean-Pierre Esquenazi, Op.cit, p. 33.

[³⁶] Voir Bernard Lamizet, La sémiotique de l'événement, Hermès publications, Paris, 2006.

[³⁷] Jean Jacques Esquanazi, « les médias et leurs publics » dans (s.s.la direction de) S. Olivesi , Sciences de l'information et de la communication, PUG, Grenoble, 2006.

[³⁸] Emmanuel Ethis, « Ce que le spectateur fait au cinéma. Pour une sociologie de la réception des temps filmiques », dans communication et langages, n° 119, 1^{er} trimestre 1999, pp. 38-54, p 43-46.

[³⁹] Jean Claude Passeron, Le raisonnement sociologique. L'espace non-proppérien du raisonnement. Nathan, Paris, 1992, p. 262, cité dans Emmanuel Ethis, op.cit, P. 47.

[⁴⁰] -Claude Passeron et Emmanuel Pedler, Le temps donné aux tableaux, Cercom/Imerec, 1991.

[⁴¹] Emmanuel Ethis. Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma. L'Harmattan, Paris, 2006. P. 69-71.

[⁴²] Jean-Claude Passeron, « L'usage faible des aimages », dans le raisonnement sociologique, Op.cit.