



**HAL**  
open science

## Le sociologue comme cinéphile.

Jean-Marc Leveratto

► **To cite this version:**

Jean-Marc Leveratto. Le sociologue comme cinéphile. : Comment composer avec le plaisir d'écrire sur le plaisir cinématographique?. Le Portique: Revue de Philosophie et de sciences Humaines, 2013, Écrire sur l'art, 30. hal-01625048

**HAL Id: hal-01625048**

**<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01625048>**

Submitted on 30 Oct 2017

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

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

## Le sociologue comme cinéophile.

Comment composer avec le plaisir d'écrire sur le plaisir  
cinématographique ?

*The sociologist as cinephile, or how to negotiate with the self-indulgence of  
writing on one's own cinematographic pleasure*

*Der Soziologe als Kinofan. Wie die Lust des Schreibens über die filmartige Lust  
erwerben?*

Jean-Marc Leveratto

---



**Édition électronique**

URL : <http://leportique.revues.org/2708>

ISSN : 1777-5280

**Éditeur**

Association "Les Amis du Portique"

**Édition imprimée**

Date de publication : 18 juillet 2013

ISSN : 1283-8594

**Référence électronique**

Jean-Marc Leveratto, « Le sociologue comme cinéophile. », *Le Portique* [En ligne], 30 | 2013, document  
3, mis en ligne le 01 juillet 2015, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://leportique.revues.org/2708>

---

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2016.

Tous droits réservés

---

## *Le sociologue comme cinéophile.*

Comment composer avec le plaisir d'écrire sur le plaisir cinématographique ?

*The sociologist as cinephile, or how to negotiate with the self-indulgence of writing on one's own cinematographic pleasure*

*Der Soziologe als Kinofan. Wie die Lust des Schreibens über die filmartige Lust erwerben?*

**Jean-Marc Leveratto**

---

- 1 En France, l'exploration des déterminants sociaux du goût artistique est devenue, depuis le succès commercial de *La Distinction* et l'institutionnalisation du dispositif d'observation des « pratiques culturelles des Français »<sup>1</sup>, un domaine de recherche à part entière. Attentifs à étudier le goût artistique des autres, les sociologues français ont cependant rarement fait l'effort de s'inclure dans l'observation, au nom de la garantie de neutralité scientifique inhérente à l'exercice du métier de sociologue. Parce qu'il se voue, depuis Durkheim, à l'ingrate tâche de décrire la société telle qu'elle est plutôt qu'à prescrire ce qu'elle devrait être, le sociologue apporterait un regard objectif sur l'art, un jugement débarrassé tant des préjugés utilitaristes à l'encontre de la création artistique que de l'enchantement généré par l'efficacité magique des productions artistiques.
- 2 L'usage systématique qui est fait aujourd'hui en France de la sociologie de l'art pour soutenir les « créateurs » et défendre le statut de « l'artiste en travailleur »<sup>2</sup> suffit à démontrer l'inanité de cette prétention à la neutralité axiologique. Le sociologue qui parle de l'art n'échappe évidemment pas aux contraintes de justification – inhérentes à toute forme de prise de parole dans l'espace public –, de sa capacité à parler de l'art et à le juger. Et le pouvoir de conviction de son discours contribue à l'évolution de l'attitude d'une société vis-à-vis de l'art dont il parle. Le cas particulier que constitue la sociologie du cinéma peut nous aider à mieux visualiser les différentes formes de justification par le chercheur de son engagement personnel dans l'exploration d'un loisir artistique, et leurs conséquences sur la définition du plaisir cinématographique.

## 1. L'écriture sociologique comme genre de littérature artistique

- 3 Kenneth Burke est l'un des rares sociologues à avoir étudié la sociologie en tant « forme de littérature ». Pour lui, « les deux domaines sont identiques en ce qu'ils dramatisent [la conduite humaine], utilisent une grammaire et une rhétorique des motivations, et composent avec des représentations à la fois symboliques et utilitaires »<sup>3</sup>.
- 4 Son constat nous invite à être attentif aux effets du cadre éditorial sur le sens du discours sociologique et particulièrement, du discours sociologique sur l'art. Le sens pratique du discours sociologique se modifie lorsque le sociologue passe de l'écriture d'un rapport d'expertise répondant à une commande publique à la rédaction d'un essai destiné à une publication commerciale. Ce changement de cadre<sup>4</sup> suffit à conférer, en effet, une normativité au discours du chercheur, qu'il transforme en une prise de parole dans l'espace public, en une expression publique justifiée par un effort d'intéressement du public à certains problèmes et le souci de contribuer à l'adoption d'une juste conduite à leur égard<sup>5</sup>. Ceci contredit la revendication par le sociologue de son extériorité vis-à-vis du phénomène observé.
- 5 Dans le cas de l'écrit sur l'art, l'attention portée personnellement par le chercheur aux objets artistiques qu'il a choisi d'étudier devient un but constituant de l'action, comme le rappelait dès le XIX<sup>e</sup> siècle Albert Aurier, l'un des fondateurs du *Mercur de France*. À la profession de foi déterministe d'Hyppolite Taine et à son effort pour proposer un regard scientifique sur les œuvres d'art, débarrassé de tout jugement de valeur, Albert Aurier rétorquait que si Taine « choisit comme exemples des hommes tels que Rubens et Michel-Ange, n'est-ce pas parce qu'il les juge supérieurs à d'autres artistes ? Il fallait alors nous dire par quelles qualités ils l'emportaient sur leurs contemporains »<sup>6</sup>. Se désintéresser, comme le prétendait Taine, de la valeur artistique propre d'une œuvre d'art pour ne l'appréhender que comme un « document » enferme le chercheur dans une contradiction *in adjecto*. Sa revendication est contredite à la fois par son choix de privilégier, dans son étude, certaines œuvres d'art et par la promotion culturelle qu'il leur assure en publiant un ouvrage qui leur est consacré. Il devient partie prenante, ce faisant, du « marché de l'histoire »<sup>7</sup> de l'art auquel ces objets appartiennent, et contribue au développement de la « littérature artistique » les concernant. On sait que, sous ce terme de « *Kunstliteratur* », l'historien de l'art Julius Von Schlosser regroupait tous les écrits « qui discutent de l'art d'une façon consciemment théorique sous son aspect historique, esthétique ou technique » et contribuent ainsi à la transmission du plaisir qu'il procure<sup>8</sup>.
- 6 On voit comment l'écriture sur l'art à des fins de publication remet en cause la « rupture » vis-à-vis de la conduite étudiée, constitutive selon Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron, du « métier de sociologue »<sup>9</sup>. En s'engageant dans la communication de son observation sur une discipline artistique, le sociologue se transforme en médiateur de cette discipline artistique pour tous les lecteurs qui vont être touchés par sa publication. Le caractère personnel de cet engagement est, aujourd'hui, accentué par les contraintes de justification de plus en plus importantes qui pèsent sur le discours sociologique sur l'art. Du fait de l'élévation des attentes intellectuelles du public résultant du prolongement des études, le sociologue est de plus en plus obligé de manifester sa familiarité personnelle avec la discipline artistique qu'il a choisi d'étudier, de démontrer

sa connaissance intime du monde de l'art dont il parle<sup>10</sup>. Ceci favorise la mise à distance du discours profane sur l'art et l'adoption par le chercheur des outils de l'expertise professionnelle propre à l'industrie artistique qu'il a choisi d'étudier<sup>11</sup>. La référence à cette expertise professionnelle apporte une certification de la profondeur scientifique de sa démarche, son effort pour s'appropriier les secrets de fabrication artistique de ce qui n'est, pour la plupart, qu'un moyen de satisfaction esthétique<sup>12</sup>.

- 7 L'idée que l'activité artistique offre un terrain d'observation particulièrement bien adapté pour tester la robustesse de certains modèles d'analyse sociologique de métiers plus ordinaires est une forme de justification épistémologique fréquente qui illustre bien cette posture<sup>13</sup>. Elle rend acceptable l'investissement personnel du sociologue dans l'observation de cette activité par la conscience qu'il manifeste de sa vocation scientifique et sa contribution à une meilleure intelligence d'une profession artistique. Elle lui permet, en même temps, de bénéficier de la séduction exercée par l'activité artistique qu'il étudie sur tous ceux qui sont curieux d'en découvrir, ou d'un approfondir, le secret, c'est-à-dire le plaisir qu'elle procure.
- 8 Le déploiement rituel des « techniques de rupture »<sup>14</sup> par lequel les sociologues introduisent souvent leurs publications sur des arts qu'ils ont choisi d'étudier – des arts plastiques aux arts du spectacle – ne doit donc pas faire oublier la promotion d'une activité artistique que constitue sa description sociologique, c'est-à-dire son observation « comme une chose »<sup>15</sup>. Les choses de l'art dont le sociologue parle sont des moyens d'intéressement du lecteur auquel il s'adresse. Et sa manière d'en parler constitue un mode de gestion du plaisir personnel que procure le contact avec une technique artistique, une façon de rendre acceptable son investissement professionnel dans une activité de loisir<sup>16</sup>. C'est ce que permet de vérifier l'écriture sociologique sur le cinéma.

## 2. Exercice du métier de sociologue et engagement dans le loisir cinématographique

- 9 Si l'on garde à l'esprit le fait que la publication par le sociologue professionnel d'un essai sur l'art fait communiquer deux cadres d'échange intellectuel, celui de l'échange scientifique et celui de l'échange culturel, on saisira immédiatement les contraintes de justification qui pèsent sur l'étude sociologique du loisir cinématographique. Elle demande de concilier deux « cadres de l'expérience » très différents<sup>17</sup>.
- 10 Avant même le choix de traiter de certains artistes plutôt que d'autres, le simple projet d'étudier une certaine industrie artistique pose la question de l'acceptabilité sociale de l'investissement du sociologue dans une activité de loisir. Les déboires du jeune Edgar Morin désireux, lors de son entrée en 1951 au CNRS, d'observer le spectacle cinématographique, en témoignent. « S'est alors posée la question de rembourser les prix de mes séances de cinéma. Le CNRS a décidé qu'on ne me rembourserait pas pour une activité qui donne du plaisir. On m'a remboursé mes tickets de métro...»<sup>18</sup>.
- 11 L'anecdote offre l'intérêt de rappeler tout à la fois l'organisation sociale de la recherche sociologique, l'existence d'un marché du spectacle cinématographique, et la signification très différente de l'investissement personnel dans le cadre du travail et dans celui du loisir. À la difficulté d'assimiler l'acte de consommation cinématographique à l'effectuation d'un travail rémunéré, dès lors que l'individu n'exerce pas le métier de

critique, se rajoute le risque d'assimiler l'activité de recherche universitaire à une occupation de loisir.

- 12 La désirabilité particulière de l'objet qui justifie le prix du billet du cinéma et son accessibilité au profane éclairent l'attention de certains chercheurs à souligner le travail nécessaire par l'étude des films, voire sa pénibilité pour le chercheur. Cette introduction à un livre d'histoire du cinéma en donne une belle illustration :
 

La perception populaire de l'histoire du cinéma [film history] et de l'histoire de l'art est qu'elles auraient en commun de porter sur des objets qui ont été conçus uniquement pour produire du plaisir. Ceci est, évidemment, faux. Il existe un art qui est conçu explicitement pour ne pas produire de plaisir. Plus important, et indépendamment de la question triviale du contenu, le travail académique de rechercher, comprendre et discourir sur l'œuvre étudiée peut être, bien que satisfaisant intellectuellement, le travail académique de recherche, comprendre et discourir sur l'œuvre étudiée, bien que satisfaisant intellectuellement, n'est nullement plaisant<sup>19</sup>.
- 13 Ce rappel de la souffrance inhérente au labeur académique et la critique de la vision populaire de l'art qui le réduit à une source de satisfaction esthétique visent ici clairement à renforcer la crédibilité professionnelle et sociale du chercheur qui se consacre à l'étude du plaisir cinématographique.
- 14 Cette rhétorique de la science, l'effort du chercheur pour contrôler l'interprétation par ses lecteurs du sens de son investissement personnel, s'éclaire par la nature particulière de son objet d'étude, le film. En tant que marchandise, le cinéma confronte le chercheur à une situation spécifique, celle d'un art commercial qui est, en même temps, un art de masse.
- 15 Dans le cas du cinéma, le sociologue doit affronter des contraintes de justification de son engagement très différentes de celles exigées par l'étude des arts plastiques. Il ne peut s'appuyer sur la justification de la nécessité de l'enquête sociologique qu'apporte la difficulté de tous les citoyens d'accéder également aux biens publics que sont les œuvres d'art conservées dans les musées ou financées par les pouvoirs publics. Les films sont des marchandises accessibles au tout venant pour un prix modeste, non des biens dispendieux dont la création et la conservation dans des musées sont à la charge de la collectivité toute entière, ce qui confère à chaque citoyen un droit moral d'en bénéficier<sup>20</sup>. C'est ce qui a contribué au succès de l'étude sociologique de la fréquentation des arts plastiques entreprise par Pierre Bourdieu. Rappeler, comme il le faisait souvent, que « l'art et la sociologie ne font pas bon ménage »<sup>21</sup> est cohérent avec l'éloignement professionnel et la rareté du contact personnel du sociologue avec les arts plastiques. Elle fait du sociologue le représentant naturel de la masse des citoyens, un représentant personnellement motivé pour réparer l'injustice que représente l'exclusion d'une grande partie de ces citoyens du plaisir que procure la fréquentation des œuvres d'arts plastiques. Tout comme eux, le sociologue ne dispose pas de l'expertise personnelle du connaisseur ou de l'historien d'art, familiers avec les arts plastiques, et capables de mener « l'enquête au niveau le plus intime et le plus concret »<sup>22</sup>. Permettre à ses lecteurs de pénétrer dans l'intimité de cette expérience inaccessible à la plupart est aussi le mérite de l'enquête sociologique sur les arts plastiques<sup>23</sup>.
- 16 À l'inverse, le plaisir cinématographique se caractérise par son accessibilité, ce qui pose le problème de justifier la nécessité du regard sociologique porté sur lui.

### 3. Expertise sociologique et légitimation culturelle du cinéma : le sociologue comme consommateur ordinaire

- 17 Une première manière de justifier l'engagement du sociologue dans le loisir cinématographique consiste dans la légitimation culturelle de ce loisir qu'apporte le passage du cadre de la parole ordinaire sur le cinéma au cadre de l'écriture savante<sup>24</sup>. L'application de la raison savante à un loisir commun et peu coûteux, et en ce sens peu considéré, confère une valeur anthropologique à ce qui est d'abord une expérience vécue de fréquentation des objets cinématographiques. À la différence du contact avec les choses précieuses conservées dans les musées, la connaissance de la « substance la plus précieuse, donc la plus coûteuse » du plaisir cinématographique<sup>25</sup>, la familiarité avec les stars de cinéma, est une compétence communément partagée. De ce fait, l'engagement pratique du chercheur dans le loisir cinématographique se justifie d'abord par la dignité scientifique qu'il confère à ce loisir en le transformant en une matière d'investigation sociologique. Le succès du livre d'Edgar Morin, *Les Stars*, résulte ainsi de sa valorisation de la fonction sociale de l'industrie cinématographique et de la signification anthropologique qu'il attribue à l'expérience filmique. En étudiant sérieusement cette expérience, le sociologue confirme au public tant l'utilité sociale que l'intérêt intellectuel des objets cinématographiques. Cette opération de qualification intellectuelle de la technique cinématographique repose, chez Edgar Morin, sur la ritualisation du plaisir cinématographique, c'est-à-dire sur l'assimilation de l'acte de consommation cinématographique à un « acte traditionnel efficace », à un rite au sens anthropologique<sup>26</sup>. L'étude de la participation régulière au spectacle cinématographique montre ainsi que cet acte est, pour le spectateur, à la fois un facteur d'intégration à la collectivité et un moyen d'individualisation de sa personnalité.
- 18 L'écriture d'Edgar Morin dans *Les Stars* combine la mise en scène de la conduite des admirateurs d'une star, une mise en scène permettant d'éprouver son caractère extraordinaire et sa similitude avec la pratique d'un culte religieux, et l'explication historique de la genèse de la star, par la reconstitution des facteurs économiques qui ont permis son apparition et son évolution. La première opération permet d'assimiler l'admiration individuelle à la participation à un « culte » collectif répondant à un « besoin » anthropologique<sup>27</sup>, la seconde de démontrer la captation de ce besoin par le système de production cinématographique qui a su en tirer profit. En effet, « la religion des stars cristallise la projection-identification inhérente à la participation au film »<sup>28</sup>. La force de conviction de l'essai vient ce qu'il met en relation la singularité observable d'un collectif, les « adorateurs des stars », dont le discours et les actes de ses membres montrent qu'ils sont victimes d'une forme de fétichisme religieux<sup>29</sup>, et l'histoire de l'industrie cinématographique en tant que découverte du « star system », c'est-à-dire de la valeur marchande de certains acteurs. Cette articulation d'un discours anthropologique et de l'histoire économique du cinéma démontre l'intérêt sociologique de l'étude du plaisir cinématographique proposé par l'essai. Elle nous rend sensible au fait que « le star system est une institution spécifique du grand capitalisme »<sup>30</sup>, et permet de dévoiler ses conséquences techniques, la déprofessionnalisation de l'acteur, transformé en simple objet technique<sup>31</sup>, et son influence sociale, la star contribuant, par le biais de l'imitation

de son apparence et de sa conduite, à l'évolution des mœurs et la diffusion d'une « éthique de l'individualité »<sup>32</sup>.

- 19 La visualisation des « techniques du corps » dont le cinéma est le vecteur par le biais du « mimétisme » de la star (à laquelle les individus empruntent sa coiffure, ses marques de vêtements, etc.), la présentation en personne des stars et des spectateurs qui s'attachent à elles (au point de leur envoyer des lettres d'amour) permettent au lecteur d'éprouver cette efficacité réelle du plaisir cinématographique.
- 20 Le sociologue justifie son immersion dans une activité de loisir par le « travail d'objectivation du rapport à l'objet »<sup>33</sup> cinématographique qu'elle lui permet d'effectuer. Il s'agit, en effet, d'un travail utile aux spectateurs par les secrets de fabrication artistique qu'il révèle et les risques de débordement affectif qu'il prévient, les aidant ainsi à augmenter leur contrôle du plaisir cinématographique en même temps que sa durée et son intensité. En effet, la star de cinéma constitue, en tant que « marchandise de série, objet de luxe et capital source de valeur »<sup>34</sup>, le fondement ontologique du plaisir cinématographique. Déconstruire le culte de stars est la manière dont le sociologue manifeste sa compétence, sa capacité à adopter une attitude de proximité distante, conjuguant un effort d'engagement personnel dans l'activité de consommation dont il explore les conditions et les conséquences et un travail d'objectivation de ces conditions et de ces conséquences. En termes plus simples, le livre d'Edgar Morin possède encore aujourd'hui l'intérêt de nous informer sur le mode de fonctionnement des studios hollywoodiens et sur le mode d'appropriation par les consommateurs des situations que les films mettent en scène. Il participe ce faisant à l'information du consommateur, bénéficiant aux yeux de ses lecteurs qui aiment le cinéma du double mérite de prendre au sérieux le cinéma et d'authentifier le « fait social » que constitue le plaisir cinématographique. Son statut professionnel renforce alors la valeur de sa contribution personnelle à la culture cinématographique, au sens de l'action de cultiver le plaisir cinématographique.
- 21 La modélisation qu'il propose du sens du plaisir cinématographique enferme potentiellement, cependant, une forme de disqualification technique de l'expérience du spectateur. Elle se prête ainsi à sa mobilisation pour justifier une autre forme de gestion du plaisir cinématographique, qui consiste pour le sociologue à se distinguer du spectateur cinématographique ordinaire.

#### 4. La mise à distance du plaisir cinématographique ordinaire

- 22 Jack Goody a montré, dans *La Raison graphique*, que la « simple transcription écrite » d'une conduite affecte, au même titre que l'usage d'autres « instruments de l'objectivation, généalogies, schémas, tableaux synoptiques, plans, cartes », notre compréhension de cette conduite. Elle en propose, en effet, une modélisation intellectuelle, un « modèle logique », qui fait abstraction de son sens pratique pour les individus concernés, et de leur capacité à la maîtriser en situation<sup>35</sup>. Edgar Morin confirme cet « effet pervers » de la raison graphique dans l'autocritique qui ouvre la troisième édition de son livre sur *Les Stars*<sup>36</sup>.
- 23 Regrettant « le ton d'ironie supérieure » qu'il a adopté, Edgar Morin y récuse la mauvaise interprétation de son essai favorisée par son attitude. Il ne s'agissait pas, en effet, d'une



entreprise de « démystification » des stars, en tant qu'instruments de « tromperies subalternes destinées à "aliéner" les masses naïves »<sup>37</sup>. Son souci était au contraire de démontrer la dignité culturelle et l'intérêt scientifique d'un phénomène, la star de cinéma, « rejeté dans l'insignifiance et la niaiserie par la sociologie officielle »<sup>38</sup>. Il s'agissait, à l'inverse de l'iconoclasme traditionnel de l'élite cultivée, de prendre au sérieux le culte des stars, en évitant, en même temps, de le prendre « trop au sérieux comme le font ces intellectuels qui croient que, dans les salles de cinéma, nul autre qu'eux-mêmes n'est capable de faire la différence entre le spectacle et la vie »<sup>39</sup>.

- 24 Pourtant, l'essai favorise incontestablement l'interprétation « marxiste » qu'Edgar Morin récuse, en suggérant une extériorité du sociologue vis-à-vis de ceux qu'il met en scène et dont il explique, d'un point de vue objectif, la conduite.
- 25 L'essai distingue, en effet, les « fanatiques de cinéma à qui rien de ce qui est angle de prise de vue n'est étranger » – les cinéphiles aguerris dans lequel le locuteur se range implicitement –, des « adoreurs des stars ». Ces derniers constituent la petite « masse idolâtre des fans »<sup>40</sup>, des « porteurs de reliques consacrés à la dévotion » des stars, dont le « besoin » personnel d'identification, combiné à l'efficacité esthétique de « la participation au film », explique la conduite singulière et signe, en même temps, leur incompétence technique. Ce besoin d'identification les conduisant à oublier la technique cinématographique, ils sont assimilables aux oiseaux de Zeuxis, à la recherche de nourriture et se précipitant sur les raisins peints par l'artiste sur la toile du théâtre.
- 26 L'essai se prête ainsi à sa mise au service de la disqualification intellectuelle du plaisir cinématographique « ordinaire » qu'opèrent les chercheurs lorsqu'ils convertissent le film en un document sociologique, en un moyen d'accéder à la « chose collective cachée »<sup>41</sup> qui explique la consommation cinématographique. Il s'agit d'une tendance facilitée, comme le note Pierre Bourdieu, par « l'explicitation et la systématisation des principes de légitimité proprement artistique »<sup>42</sup> du cinéma, c'est-à-dire de sa transformation en une matière d'enseignement et de recherche académique.

## 5. Expertise sociologique et qualification historique du plaisir cinématographique : le sociologue comme cinéophile cultivé

- 27 La mobilisation de l'histoire du cinéma – en tant que connaissance du patrimoine cinématographique, familiarité avec les films dignes d'être transmis à la postérité –, constitue une deuxième manière pour le sociologue de gérer son engagement dans le loisir cinématographique, cette fois-ci en affirmant sa différence et sa supériorité sur le simple spectateur. La difficulté pratique d'accéder au passé cinématographique<sup>43</sup> authentifie la position d'expertise conquise par le chercheur qui manifeste sa connaissance de ce « produit de l'histoire » qu'est l'art cinématographique, et fait bénéficier son lecteur de sa connaissance personnelle de l'histoire du cinéma.
- 28 Elle authentifie son degré d'engagement supérieur dans le loisir cinématographique – il sait ce qui est « digne d'être vu » – et l'intérêt heuristique de son jugement sociologique sur la juste manière de comprendre l'expérience cinématographique.
- 29 Cette forme d'expertise sociologique peut porter sur les spectateurs ou sur les objets. Dans le premier cas, l'observation sociologique du contenu de la consommation

permettra d'informer les lecteurs sur l'adéquation de la conduite des consommateurs à la nature du plaisir cinématographique. Dans le second cas, la réflexion sociologique permettra d'initier les lecteurs à la juste manière d'analyser les films compte tenu de la spécificité du plaisir cinématographique.

### 5.1. La sociologie économique : l'exemple de La distinction de Pierre Bourdieu

- 30 L'observation sociologique des consommateurs permettant d'identifier les « normes conventionnelles régissant le rapport à l'œuvre d'art » et de caractériser « l'aptitude du spectateur à se conformer à ces normes »<sup>44</sup> constitue une première forme d'expertise sociologique du plaisir cinématographique. Dans la mesure où ces normes sont le produit de l'histoire, la « contemplation artistique » se doit de « comporter une dimension érudite »<sup>45</sup>. Le vrai cinéophile doit ainsi manifester une familiarité intime avec les objets du passé cinématographique pour être authentifié comme tel. *La distinction* disqualifie donc, d'un point de vue artistique, les « cinéophiles qui savent tout ce qu'il faut savoir sur les films qu'ils n'ont pas vus »<sup>46</sup> mais qui n'ont pas su acquérir « la compétence du "connaisseur" », qui repose sur une fréquentation intime des œuvres et la capacité à en tirer profit<sup>47</sup>. À la différence du « travail caricaturalement scolaire auquel se livrent certains cinéophiles (ceux qui mettent en fiche, par exemple, le générique des films) », la véritable cinéphilie est :

Le produit des apprentissages sans intention que rend possible une disposition acquise à travers l'acquisition familiale ou scolaire de la culture légitime. Armée d'un ensemble de schèmes de perception et d'appréciation d'application générale, cette disposition transposable est ce qui incline vers d'autres expériences culturelles et permet de les percevoir, de les classer et des les mémoriser autrement : là où d'autres n'auront vu « qu'un western avec Burt Lancaster », les autres auront « découvert un John Sturges des débuts » ou le « dernier Peckinpah » aidés dans le repérage de ce qui est digne d'être vu et de la juste manière de le voir par tout leur groupe d'appartenance (avec les « avez-vous » ou « il faut le voir ... » qui sont autant de rappels à l'ordre) et par tout le corps des critiques qu'il mandate pour produire les classement légitimes et le discours d'accompagnement obligé de toute dégustation artistique digne de ce nom<sup>48</sup>.

- 31 L'expertise du sociologue se justifie ici par la révélation de la juste mesure du plaisir cinématographique qu'apporte la conduite de « dégustation artistique » de certains consommateurs expérimentés, aptes à « accumuler des savoirs « gratuits » tels que le nom des metteurs en scène de cinéma »<sup>49</sup>. Le sociologue contribue à la reconnaissance du savoir qui garantit la qualité supérieure du plaisir cinématographique, la « connaissance des metteurs en scène »<sup>50</sup> qui transforme ce qui est une simple habitude de consommation en une exploration d'une culture artistique, possédant ses chefs d'œuvre et ses auteurs.

### 5.2. La sociologie historique : l'exemple de Sociologie du cinéma, de Pierre Sorlin

- 32 La reconstruction de la signification historique du plaisir cinématographique constitue une seconde manière de justifier la position d'expertise sociologique. Pierre Sorlin offre une modélisation de cette expertise dans sa *Sociologie du cinéma*, parue en 1977. Elle consiste à traiter le film comme une archive, un enregistrement graphique de la perception visuelle d'un groupe à un moment donné, comme un témoin de la mentalité

d'une époque. L'analyse du document historique qu'est tout film de fiction qui « tend à l'analogie avec le monde extérieur »<sup>51</sup> permet d'accéder à une forme de compréhension supérieure de son contenu, résultant de l'articulation du point de vue des réalisateurs et de celui des spectateurs, du « milieu producteur » et de « l'ensemble constitué par les clients potentiels ». Dans cette perspective, la « mentalité », localisée et datée, dont il est l'expression est le fondement ontologique du plaisir audiovisuel partagé qu'un film procure à la « multiplicité des publics » qui composent la clientèle du cinéma dans une société donnée à un moment historique donné<sup>52</sup>. L'exemple traité par Pierre Sorlin est celui d'une formation historique précise, « l'Italie des années 1950 », un « univers déjà un peu éloigné », que nous ne pouvons « voir » qu'à travers « les images qu'il a laissées »<sup>53</sup>. Les films produits par cette Italie des années 1950 sont des « mises en scène de l'univers social »<sup>54</sup> de cette période, qui « par la manière dont ils choisissent, mettent en image, associent, objets, personnages, systèmes relationnels, définissent une manière de concevoir et de rendre intelligibles les rapports sociaux »<sup>55</sup>. Ils permettent ainsi à l'historien qui fait l'effort de s'immerger dans leur vision de découvrir « l'idéologie propre à une période »<sup>56</sup>, dans une nation donnée. En effet, « prendre le film en lui-même, s'attacher à découvrir dans les d'images, de sons et de paroles le maximum de pistes pour pouvoir en suivre quelques unes – celles précisément qui permettent de revenir au moment historique, en éclairant l'extérieur (les échanges sociaux) par l'intérieur (le micro-univers du film) »<sup>57</sup>.

- 33 Qu'elles s'appuient sur l'anthropologie, l'économie ou l'histoire, les différentes formes d'expertise du plaisir cinématographique que nous venons d'observer ont contribué à promouvoir la dignité intellectuelle du loisir cinématographique et de la culture technique qu'il a générée. Elles ont stimulé, par là même, les recherches universitaires sur le cinéma. Elles révèlent cependant aujourd'hui leurs limites, inhérentes à leur instrumentalisation du spectacle cinématographique, transformé en un moyen d'observation de la culture d'appartenance des spectateurs par l'intermédiaire des films qu'ils consomment. La priorité ontologique accordée à l'objet technique, « le film » et le présupposé de l'ignorance par le consommateur des « normes » – « disposition esthétique » ou « mentalité » – de la qualité cinématographique justifient l'investissement du sociologue et la supériorité de son expertise sur l'expérience des simples consommateurs. Le changement de cadre qu'entraîne l'objectivation sociologique de l'expérience cinématographique conduit ainsi le chercheur à disqualifier, au nom même « du plaisir que comporte la vision d'un film »<sup>58</sup>, la consommation cinématographique ordinaire. En effet, la simple application au loisir cinématographique de l'histoire du cinéma, en tant que savoir des films et des réalisateurs « dignes d'être vus » parce qu'ils ont fait progresser le cinéma, transforme le cadre de l'expérience cinématographique en lui assignant le but de contribuer au progrès artistique du cinéma. Cette forme d'expertise sociologique conduit ainsi le chercheur à priver les consommateurs réguliers, dès lors qu'ils ne sont pas membres de l'élite cultivée, de leur capacité à juger du plaisir cinématographique, une capacité qui explique pourtant, du fait de son caractère commercial, le progrès de l'art cinématographique. Celui-ci se voit attribué pour seuls fondements le savoir-faire du professionnel, la compétence de l'auteur, et l'inspiration propre à une certaine culture nationale. Sont ainsi sacrifiés à la grande Théorie et à la grande Histoire, et au plaisir que procure leur étude, le plaisir que procure à chacun l'épreuve corporelle de la qualité technique et éthique des nouveautés cinématographiques, et celui qu'apporte la discussion générée par les émotions que le

film nous a permis d'éprouver C'est oublier que, comme le rappelle souvent Jacques Rancière, qu'être spectateur définit notre condition anthropologique et non une profession. Le cinéma n'existe pas pour produire des cinéastes, ni pour permettre aux sociologues et aux historiens de parler d'eux<sup>59</sup>.

---

## NOTES

1. Il s'agit du dispositif d'enquêtes statistiques sur la fréquentation des équipements culturels par la population française mis en place par le *Département des études et prospectives* (DEP) du Ministère de la Culture en 1973. L'enquête a été répétée à des intervalles réguliers en 1981, en 1988, en 1997, en 2008 enfin. Voir Olivier DONNAT, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique*, Paris, La DF, 2008.
2. Voir Pierre-Michel MENDER, *Portrait de l'artiste en travailleur*, Paris, Seuil, 2003.
3. Voir Joseph R. GUSFIELD (ed), *Kenneth Burke, On Symbols and Society*, Chicago and London, The University of Chicago Press, p. 35. Comme le résume Gusfield, « la science sociale est elle-même une performance et un produit culturel. Le texte du sociologue fait aussi partie de son travail » (p. 44).
4. Erving GOFFMAN appelle "cadres", « les principes d'organisation qui structurent les événements [...] et notre propre expérience subjective » sous forme de schèmes mentaux et de configurations matérielles, et dont la reconnaissance nous permet d'ajuster notre conduite aux exigences de la situation. Voir *Les Cadres de l'expérience*, Paris, Minuit, 1992, p. 19.
5. Jürgen Habermas désigne sous le terme d'espace public - *L'espace public*, Paris, Payot, 1997 - la sphère publique où s'échangent les marchandises et les informations et où s'expriment les opinions des citoyens. Sur les modes d'intervention du sociologue dans l'espace public, voir Joseph R. GUSFIELD, *La Culture des problèmes publics. L'alcool au volant : la production d'un ordre symbolique*, Paris, Economica, 2009.
6. Albert AURIER, « Essai sur une nouvelle méthode critique », in *Œuvres poétiques et critiques*, Paris, Mercure de France, 1892, p. 221. Les historiens professionnels soulignent l'« étrange renversement de la doctrine du milieu » qu'effectue « en pratique » la *Philosophie de l'art en Italie* (1866) de Taine. En effet, « tandis qu'il visait à expliquer l'œuvre de l'artiste par le caractère du milieu, il formait souvent sa conception du milieu d'accord avec quelques artistes ou écrivains soigneusement sélectionnés » (Wallace K. FERGUSON, *La Renaissance dans la pensée historique*, Paris, Payot, 2009, p. 338).
7. Guy THUILLIER et Jean TULARD, *Le Marché de l'histoire*, Paris, PUF, 1988.
8. Voir Julius VON SCHLOSSER, *La Littérature artistique. Manuel des sources de l'histoire moderne* (1924), Paris, Flammarion, 1984, p. 33. André CHASTEL rappelle, dans sa préface, la fonction de « célébration d'un patrimoine » (p. 10) assurée par cette littérature.
9. Pierre BOURDIEU et Jean-Claude PASSERON, *Le Métier de sociologue*, Paris, 1980, p. 27-28.
10. « Il faut pénétrer en ethnologue dans cet univers d'initiés pour comprendre les mouvements capricieux des valeurs artistiques ... », Raymonde MOULIN, *Le Marché de la peinture en France*, Paris, Minuit, 1967, 4<sup>e</sup> de couverture.
11. C'est-à-dire, dans le cas des arts plastiques, « le jugement des experts » que sont les « commissaires-priseurs, conservateurs de musées, critiques d'art, marchands de tableaux » qui évaluent les artistes et conseillent les collectionneurs, Raymonde MOULIN, *op.cit.*, p. 17.

12. *Ibid.* : « j'affirme que sans eux je n'aurais rien pu faire et que ce livre a été écrit en les écoutant ».
13. Voir la présentation de l'enquête sociologique sur la profession de comédien réalisée par Catherine PARADEISE, François VOURC'H, Jacques CHARBY, *Profession : comédien*, Document ronéotypé, Lyon, GLYSI, 1992.
14. Pierre BOURDIEU et Jean-Claude PASSERON, *op. cit.*, p. 28.
15. C'est une règle fondamentale, on le sait, de la méthode sociologique selon Durkheim que d'appréhender le fait social comme « quelque chose qui ne dépend pas de nous », bref de reconnaître sa nécessité collective. Voir *Les Règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, 1973, p. 28.
16. Hans Robert JAUSS a bien analysé dans sa « Petite apologie de l'expérience esthétique » – *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1978, p. 135-137 – la tension inhérente à cette gestion par le chercheur des impressions que produit son engagement esthétique et sa conséquence épistémologique, la mise à distance de l'expérience esthétique ordinaire. Comme le résume l'histoire de l'art Gottfried Boehm dans son éloge de Burckhardt – *Revue Germanique Internationale*, n° 2, 1994, p. 74 – « goûter » est un sentiment qui ne s'inscrit pas vraiment dans le champ de la recherche scientifique et il faut bien dire que les publications spécialisées ne donnent pas réellement l'impression qu'elles ont à voir avec le plaisir esthétique ».
17. Voir Erving GOFFMAN, *op. cit.*
18. Edgar MORIN, « Interview d'Edgar Morin, 3 juillet 2007 », *Hermès*, 48, 2007, p. 185-187.
19. Donald GRAFTON, « Préface à Angela Della Vacca », *The Visual Turn. Classical Film Theory and Art History*, New Brunswick, New Jersey and London, Rutgers University Press, 2003, p. IX (traduit par nous). Un bel exemple de « la solidarité qui lie les savants à leur science [et] les prédispose à professer la supériorité de leur savoir [...], sur le sens commun, voire à trouver dans cette supériorité une justification de leur privilège », Pierre BOURDIEU, *Le Sens pratique*, Paris, Minuit, 1980, p. 48.
20. Raymonde MOULIN, *L'artiste, l'institution et le marché*. Voir également Jean-Marc LEVERATTO, *La Mesure de l'art. Sociologie de la qualité artistique*, Paris, La Dispute, 2000.
21. En effet, « l'univers de l'art est un univers de croyance dans le don, dans l'unicité du créateur incréé, et l'irruption du sociologue, qui veut comprendre, expliquer, rendre raison, fait scandale ». Pierre BOURDIEU, *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, 2002, p. 207.
22. André CHASTEL, « Problèmes actuels de l'histoire de l'art », in *Diogenes*, n° 4, octobre 1953 p. 94-12, p. 113.
23. Voir Raymonde MOULIN, *Le Marché de l'art*, *op. cit.*
24. Ce passage représente, pour le public, une modalisation de la conversation sur le plaisir cinématographique. Goffman appelle « modalisation » l'opération par laquelle « une activité donnée, déjà pourvue de sens dans un cadre primaire se transforme en une autre activité qui prend la première pour modèle, mais que les participants considèrent comme sensiblement différentes ». Erving GOFFMAN, *op. cit.*, p. 52). Le sociologue de l'art qui souligne le respect des conventions qui assurent le caractère scientifique de son geste passe sous silence « l'ancrage » de son discours, la manière dont les objets qu'il mobilise – œuvres d'art, pièces, films – l'inscrivent « dans le monde qu'on dit réel » (Erving GOFFMAN, *op. cit.*, p. 243-245) et lui permettent d'intéresser ceux qui sont attachés à ces objets.
25. Edgar MORIN, *Les Stars* (1957), Paris, Seuil, 1972, p. 12 : « Dans la composition de cet alliage qu'est le film, la star [est] la substance la plus précieuse, donc la plus coûteuse ».
26. Voir Marcel MAUSS, « Les techniques du corps », in *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 1993.
27. *Les Stars*, *op. cit.*, p. 91. « C'est le besoin qu'on a d'elle qui crée la star ».
28. *Ibid.*, p. 92.
29. Ils constituent au sein des « foules cinématographiques, la tribu des fidèles porteurs de reliques » (p. 65).

30. *Ibid.*, p. 98.
31. *Ibid.*, p. 120.
32. *Ibid.*, p. 129
33. Pierre BOURDIEU, *Le Sens pratique*, *op. cit.*, p. 31.
34. *Les Stars*, *op. cit.*, p. 98.
35. Pierre BOURDIEU, *Le Sens pratique*, *op. cit.*, p. 24-25. Il se réfère à Jack GOODY, *La Raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*, Paris, Minuit, 1979.
36. Elle prend place dans la collection « Points », faisant oublier qu'il s'agissait, à l'origine, d'un petit livre très illustré, appartenant à la collection « Le temps qui court » consacrée à des lieux de mémoire – les gaulois, les instituteurs, etc. – et destinée au grand public.
37. *Les Stars*, *op. cit.*, p. 7.
38. *Ibid.*
39. *Ibid.*, p. 8.
40. Plus précisément « la masse idolâtre des stars que l'on peut évaluer à 5 à 6 % en France, en Angleterre et aux États-Unis » (p. 65). Outre que la faiblesse du pourcentage s'oppose à l'usage du terme de « masse », aucune référence précise à des enquêtes statistiques ne vient étayer cette affirmation.
41. Stephen TURNER, *The social theory of practices. Tradition, Tacit Knowledge and Presupposition*, Cambridge, Polity Press, 1994, p. 20-21.
42. Pierre BOURDIEU, *La Distinction*, *op. cit.*, p. 30.
43. À l'exception des reprises commerciales, il a longtemps été impossible de visionner les films du passé sans en passer par les ciné-clubs. La diffusion télévisuelle, puis le développement du marché de la K7 vidéo, puis du DVD ont élargi l'accès au patrimoine cinématographique. L'accessibilité sans précédent à ce patrimoine autorisé par la numérisation des films et leur circulation sur Internet expliquent l'enthousiasme que suscite cette technologie.
44. Pierre BOURDIEU, *La Distinction*, Paris, Minuit, 1979, p. 30.
45. *Ibid.*, p. 31.
46. *Ibid.*, p. 71-72.
47. Elle suppose, en effet, « la disposition à reconnaître les œuvres légitimes, propension et aptitude à en reconnaître la légitimité et à les apercevoir comme devant être admirées en elles-mêmes qui est inséparablement aptitude à y reconnaître quelque chose de déjà connu, à savoir les traits stylistiques propres à les caractériser dans leur singularité (« C'est un Rembrandt », voire « c'est L'homme au casque en tant qu'elles appartiennent à une classe d'œuvres » (p. 26)).
48. *Ibid.*, p. 27-28.
49. *Ibid.*, p. 26.
50. *Ibid.*, p. 27.
51. Pierre SORLIN, *Sociologie du cinéma*, Paris, Aubier, 1977, p. 210.
52. *Ibid.*, p. 130.
53. *Ibid.*, p. 296.
54. *Ibid.*, p. 283.
55. *Ibid.*, p. 287. En ce sens, comme le note Paolo BRANCATO, *Introduzione alla sociologia del cinema*, Luca Sossella Editore, 2001, p. 138, un film est, pour Pierre Sorlin, « non le reflet de la réalité, [mais] le produit de sa négociation sociale ».
56. Pierre SORLIN, *Sociologie du cinéma*, *op. cit.*, p. 201.
57. *Ibid.*, p. 44.
58. Pierre SORLIN, *Sociologie du cinéma*, *op. cit.*, p. 291 : « Il est absurde de travailler sur le cinéma si l'on est insensible au plaisir que comporte la vision d'un film ».

59. L'« automatisme professionnel », rappelle BERGSON, apparaît lorsque « ce n'est plus la profession qui est faite pour le public, mais le public pour la profession », « Le rire », *Œuvres*, Paris, PUF, 1970, p. 412.

---

## RÉSUMÉS

Du fait de l'accessibilité de l'expérience cinématographique, la sociologie du cinéma offre un observatoire privilégié des contraintes de justification qui pèsent sur la production d'un discours sociologique sur l'art, à travers l'effort de justification intellectuelle exigible du chercheur qui s'implique personnellement dans un loisir artistique qui est en même temps un divertissement de masse. L'article examine des textes de référence de la littérature sociologique française sur le cinéma, de l'étude pionnière d'Edgar Morin sur *Les Stars* au livre de Pierre Sorlin, *Sociologie du cinéma*, en passant par *La Distinction* de Pierre Bourdieu. Il analyse la construction par le sociologue d'une position d'expertise par rapport au cinéma et la contribution du discours sociologique, par l'intermédiaire du succès remporté par ces publications, à la valorisation en France d'une vision élitiste du plaisir cinématographique et de la cinéphilie.

This paper looks at reference texts in French sociological literature on cinema, from Edgar Morin to Pierre Sorlin via Pierre Bourdieu. It analyzes the construction by sociologists of a position of cinematographic expertise, and the contribution of sociological discourse to the validation in France of an elitist view of cinephilia and cinematographic enjoyment.

Der Artikel betrachtet aufmerksam die Haupttexte der soziologischen französischen Literatur über das Kino: von dem Grundstudium E. Morins an *Les Stars* bis zum Buch Pierre Sorlins *Sociologie du cinéma* durch *La Distinction* Pierre Bourdieus.

## AUTEUR

### JEAN-MARC LEVERATTO

**Jean-Marc Leveratto** est spécialiste de l'industrie du spectacle et des problèmes d'expertise culturelle. Il est professeur à l'Université de Lorraine, où il enseigne l'anthropologie et la sociologie des arts du spectacle. Il est directeur du Laboratoire Lorrain de Sciences Sociales, dont il anime la branche « Arts et industrie culturelle ». Il est l'auteur, notamment, de *La Mesure de l'art. Sociologie de la qualité artistique*, Paris, La Dispute, 2000 et d'*Introduction à l'anthropologie du spectacle*, Paris, La Dispute, 2006. Il a publié récemment *Cinéphiles et cinéphilies*, Paris, Armand Colin, 2010 (avec Laurent Jullier).