

La cinéphilie désigne la culture cinématographique, au double sens d'un savoir acquis par l'expérience des films et d'une action de cultiver (*cultivation*, disent les Anglais) le plaisir cinématographique. Elle recouvre tout à la fois la mémoire et la capacité à juger acquise au contact d'une technique artistique (*techné*) fréquentée pendant notre loisir d'homme libre (*scholé*).

Il existe plusieurs manières de cultiver le cinéma. La cinéphilie ne se réduit pas au discours savant sur le cinéma et sur certains films véhiculé par les médias et les publications. Il existe une cinéphilie ordinaire, qui ne sort pas du cadre de la conservation amicale et intime, celle de l'amateur de cinéma ordinaire (*ordinary movie fan*, disent les Anglais). Cette diversité est un bien, comme toute diversité culturelle. Mais la « modernité », au sens à la fois artistique et scientifique, défendue par la cinéphilie académique soucieuse d'intégrer le cinéma au patrimoine scolaire gêne la perception de la cinéphilie du simple consommateur. Une rhétorique professionnelle de l'« artiste créateur », qui attache la création au seul artiste, renforce cette difficulté à prendre en compte le rôle du consommateur « sans qualités » dans la transmission du sens de la qualité artistique et sa contribution à la pérennisation de la vie du cinéma.

Le cinéma est en effet un spectacle vivant, dont les formats de diffusion se sont diversifiés, lui permettant de toucher plus de personnes en permanence¹. La raréfaction du format d'exploitation en salles, dont les historiens contemporains nous rappellent qu'il dissimulait en fait une grande variété de spectacles², s'accompagne d'une prolifération des réseaux de diffusion grâce à la reproductibilité sans

1. Fabrice Montebello, *Le cinéma en France*, Paris, Armand Colin, 2005.

2. Cf. les travaux des historiens anglo-saxons : Melvyn Stokes et Richard Maltby, Richard H. Allen et Ben Singer.

précèdent qu'à apporté la technologie numérique. Ainsi y a-t-il aujourd'hui plus de cinéma qu'avant ce qui justifie le pluriel utilisé dans le titre de l'ouvrage. Plus de cinéma signifie plus de cinéphiles et plus de cinéphilies, la communication par Internet favorisant l'élaboration à distance, par des amateurs isolés, d'un discours collectif sur les films qu'ils admirent.

Cette cinéphilie plurielle ne se laisse pas facilement saisir. Chaque spectateur peut combiner des consommations très différentes et participer, sans s'y attacher, aux nombreux dispositifs d'échange – associations, festivals, *forums* internet, etc. – que génère, ça et là, le souci du cinéma, le plaisir d'un genre ou l'admiration d'un auteur.

Étudier la cinéphilie aujourd'hui impose de tenir compte conjointement de cette expérience individualisée du cinéma et du pouvoir d'agrégation sociale du film, d'articuler l'approche esthétique et l'observation sociologique du cinéma. Sans cet effort d'articulation en effet, la cinéphilie nous échappe, et nous nous condamnons à l'induire *a priori* de l'identité des spectateurs ou à la déduire *a posteriori* ce qu'ils ont regardé.

1. CINÉPHILIE ET SOCIOLOGIE

Il faut se réjouir du développement récent des études sociologiques localisées de la consommation cinématographique et des échanges auxquels elle donne lieu³⁴. Elles ouvrent la voie à une sociologie de l'expertise cinématographique du consommateur qui fait particulièrement défaut, en France du fait de la confiscation de cette expertise par les professionnels de la culture.

Bien que le cinéma soit un art de masse, qui touche les individus indépendamment de leur statut social et de leur formation scolaire, la cinéphilie est souvent présentée, en France, comme le privilège d'une élite, qui posséderait seule la capacité à reconnaître l'art cinématographique. Une juste compréhension de la cinéphilie exige, au contraire, de reconnaître la capacité acquise par ce consommateur, à travers une fréquentation régulière des films, à juger de leur qualité. Ceci interdit d'étudier la consommation cinématographique de l'extérieur, en la

3. Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de son public*, Paris, Armand Colin, 2006 et Emmanuel Ethis, *Aux marches du Palais. Le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La documentation française, 2001.

4. Emmanuel Ethis, Jean-Louis Fabiani, Damien Malinas, *Avignon ou le Public participant. Une sociologie du spectateur réinventé*, Paris, Éditions l'Entretemps, 2008, Entretemps.

réduisant à un attribut de publics possédant des qualifications culturelles différenciées, lesquelles permettent de juger la valeur de leur consommation sans l'examiner. Pour le consommateur, la valeur du film n'est pas réglée *a priori*, elle est une affaire de qualité, elle se juge au cas par cas, en fonction de l'expérience propre à chaque film. Le rôle que jouent les films dans l'acquisition et l'exercice de cette expertise de la qualité oblige d'intégrer l'action de la technique cinématographique et son évolution dans l'observation. C'est une analyse « sociotechnique » qu'exige la cinéphilie⁵.

2. CINÉPHILIE ET HISTOIRE DE L'ART

Aucun ouvrage de synthèse n'existe en France sur l'histoire de la culture cinématographique. On dispose seulement d'une historiographie récente de certains réseaux parisiens de cinéphiles observés par l'intermédiaire des revues prestigieuses dont ils se sont dotés, des biographies des pionniers de la critique professionnelle du cinéma, de la chronique enfin du mouvement des ciné-clubs de l'après-guerre. Certains travaux de référence en matière d'histoire du cinéma (Fabrice Montebello, *Le cinéma en France*, 2005; Christophe Gauthier, *La passion du cinéma*, 1999) ou d'histoire des publics (Richard Butsch, *The making of American Audiences*, 2006), montrent bien cependant que l'histoire de la construction du jugement cinématographique ne peut se réduire à la genèse d'un concept – le fameux « auteur » – ou au processus d'« imposition symbolique » d'exigences esthétiques à respecter. Comme le signale déjà l'historien de l'art Erwin Panofsky dans *Style and Medium in the Motion Pictures* (1947)⁶, cette histoire est inséparable de l'histoire du marché cinématographique. Le développement de l'amour du cinéma est une dimension fondamentale, en ce sens, de *l'économie des singularités* à laquelle la technique cinématographique a donné naissance⁷. C'est la circulation non seulement « symbolique » mais aussi commerciale d'objets cinématographiques – dont certains sont devenus des instruments de mesure de la qualité cinématographique – qui a constitué le support de développement de la culture cinématographique.

Décrire la cinéphilie consiste donc à observer la manière dont le plaisir cinématographique a été élaboré historiquement par les spectateurs et dont il se transmet

5. Cf. Antoine Hennion, *La passion musicale*, Paris, Métailié, 2007.

6. Erwin Panofsky, « Style et matière du septième art » in *Trois essais sur le style*, Paris, Gallimard, 1996, p. 109-145.

7. Lucien Karpik, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007.

aujourd'hui par leur intermédiaire. Ceci impose d'étudier plus systématiquement le rôle des modes de communication du plaisir (oraux et écrits), des formes de sociabilité (directe et indirecte) des réseaux d'information (presse ou bouche à oreille), des dispositifs de jugements (box-office, palmarès, etc.) et, enfin, des films eux-mêmes dans la constitution et dans la transmission de la culture cinématographique.

Il ne s'agit donc pas d'opposer l'histoire des usages sociaux du cinéma à l'histoire de l'art cinématographique, mais de redonner à la notion de cinéphilie son sens large de la culture du plaisir cinématographique, au lieu de l'enfermer dans une forme d'admiration exclusive et restrictive de certains films ou de certains genres de films. De reconnaître, en d'autres termes, la diversité et la plasticité des formes de sociabilité et d'expertise esthétique portée par le cinéma, et que conduit à oublier la valorisation d'une forme unique de cinéphilie.

3. CINÉPHILIE LOCALE ET CINÉPHILIE MONDIALE

Enrichir notre vision de la cinéphilie, plutôt que de l'appauvrir en la soumettant à la routine de la classification sociologique ou au couperet de la bataille cinéphile exige un effort particulier de réflexivité.

S'inclure dans l'observation nous oblige à admettre le caractère localisé de notre point de vue. C'est de la cinéphilie en France qu'il sera question. Mais, du fait du caractère cosmopolite de la consommation cinématographique, la cinéphilie dont nous allons parler est une réalité transnationale, à l'image de ce qu'on appelle le cinéma « national », mais qui intègre beaucoup de co-productions internationales.

Elle ne se réduit pas à un mouvement artistique (porté par un cercle d'intellectuels ou d'artistes) ni à une culture nationale (défendue par une classe). Ni simplement « parisienne », ni purement « française », elle est *la forme que prend localement la cinéphilie mondiale*.

La distinction de la parole cinéphile de ses porte-parole intellectuels (dont nous faisons nous-même partie) offre un moyen commode d'ordonner notre propos, en respectant la dynamique historique de l'échange cinéphile.

- La parole cinéphile naît, en effet, dans les années 10 avec la conquête du *Feature Film* (du « grand film », au sens propre et figuré, dans le vocabulaire du consommateur français)
- Elle se normalise dans les années 30 sous l'effet du travail d'équipement cognitif que suscite le loisir cinématographique

- Elle s'institutionnalise dans les années 50, avec son intégration à l'enseignement universitaire
- Elle s'individualise dans les années 80 du fait de la démocratisation des études et de la multiplication des équipements culturels domestiques.

Chaque étape nous confronte à une évolution résultant de l'action d'un facteur dominant, social ou technique selon les cas : la mise en forme technique d'un standard de la qualité cinématographique dans les années 10; la régulation des conséquences sociales du loisir de masse dans les années 30; la transformation culturelle qu'entraîne la massification de l'accès au collège après la Seconde Guerre mondiale; l'équipement culturel massif des foyers grâce à la numérisation.

De ces quatre étapes, la troisième présente une importance particulière. Elle représente, en effet, le moment de la conquête de l'écriture par des spectateurs jusqu'alors représentés par des porte-parole. Cette situation va donner naissance à l'écriture cinéophile comme objet esthétique et à la constitution du cinéophile comme héros culturel.

Cette évolution justifie l'organisation de ce livre, et ses deux grandes parties.

La première partie, consacrée à la genèse de la cinéphilie, rend compte, en même temps de son institutionnalisation. La seconde, consacrée à la cinéphilie contemporaine, intègre dans son observation le modèle esthétique que constitue aujourd'hui le cercle esthétique des *Cahiers du Cinéma*. Ce qui a, dans la première partie, un sens chronologique acquiert, dans la deuxième partie, un sens sociologique. Les *Cahiers du Cinéma* font partie de la cinéphilie contemporaine, du fait de la réactivation quotidienne qui en est faite par leurs admirateurs directs ou indirects.

Pour citer ce texte :

Laurent Jullier & Jean-Marc Leveratto, *Cinéphilies et cinéphilies. Une histoire de la qualité cinématographique*, Armand Colin, Paris, 2010.