Université de Metz
UFR Sciences Humaines et Arts

Thèse pour l'obtention du doctorat de l'Université Paul Verlaine Metz

Contribution à une sociologie de la consommation cinématographique

La réception des films à Longwy (France) au début des années 2000

Laurent KASPROWICZ

Sous la direction de :

M. Jean-Marc LEVERATTO

Septembre 2008

Jury :

M. Emmanuel ETHIS
M. Laurent JULLIER
M. Fabrice MONTEBELLO
Mme. Geneviève SELLIER

Université de Metz
UFR Sciences Humaines et Arts

Thèse pour l'obtention du doctorat de l'Université Paul Verlaine Metz

Contribution à une sociologie de la consommation cinématographique

La réception des films à Longwy (France) au début des années 2000

KASPROWICZ Laurent

Sous la direction de :

M. Jean-Marc LEVERATTO
et M. Fabrice MONTEBELLO

Septembre 2008

Jury :

M. Emmanuel ETHIS

M. Laurent JULLIER

M. Fabrice MONTEBELLO

Mme. Geneviève SELLIER

A

Ma mère,
Ma grand-mère,
Mon frère,
Sindy et Teddy.

Sans vous, rien n’aurait été possible.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier mon directeur de thèse Jean-Marc Leveratto qui m'a permis de me hisser au niveau demandé pour un tel travail. Je remercie aussi Fabrice Montebello qui a, le premier, cru en moi et en mon projet et qui m'a également accompagné dans ma réflexion durant ces années. Je remercie les membres de l'équipe de l'IUT GEA de Longwy qui m'ont permis de travailler dans des bonnes conditions et ceux qui m'ont apporté un sérieux coup de main : Marc Agostini et Jean-Luc Deshayes. Je remercie les rapporteurs et membres du jury pour leurs conseils et remarques constructives. Je remercie mes collègues jeunes chercheurs de l'Arthemetz pour leur soutien et leur aide (l'atelier de réalisation de thèse de Metz) ainsi que tous les longoviciens qui ont bien voulu me prêter un peu de leur temps. Je remercie aussi Bruno Trombini et Antoine Campagnone du multiplexe Utopolis mais aussi Robert Bardelli et Christian Lajugie, respectivement animateurs principaux du *Ciné-Club* et de *J'aime le cinéma*. Je remercie enfin mes proches pour avoir supporté que cette thèse encombre leur vie au sens propre comme au figuré.

« Quand le public n'est pas là, il manque un personnage. »

[Jules Renard]

« Je n’avais jamais vu d’opéra, mais seulement des extraits dans des music halls, et j’avais horreur de cela. Mais cette fois je me sentais d’humeur à entrer. Je pris un billet et m’installai au second balcon. L’opéra était en allemand et je n’en compris pas un mot, pas plus que je ne connaissais l’histoire. Mais lorsqu’on emporta la reine aux accents du cœur des pèlerins, je pleurai toutes les larmes de mon corps. J’avais l’impression que cela résumait toutes les peines de ma vie. C’est à peine, si je pouvais me maîtriser ; je ne sais pas ce qu’ont du penser les gens assis à côté de moi, mais je sortis de là, les jambes molles et dans tous mes états ».

[CHAPLIN, C. 2002. Histoire de ma vie. Paris : Robert Laffont, pp. 139-140]

« À travers la distraction [...] l'art nous confirme en sous-main, que notre mode d'aperception est capable aujourd'hui de répondre à des tâches nouvelles [...] le cinéma dévalorise la valeur cultuelle [c'est-à-dire le culte pour l'œuvre d'art considérée comme quelque chose d'unique] non seulement parce qu'il transforme chaque spectateur en expert, mais parce que l'attitude de cet expert n'exige de lui aucun effort d'attention. Le public des salles obscures est bien un examinateur, mais un examinateur distrait. »

[BENJAMIN, W. 1936, « L’œuvre d’art à l’époque de sa reproductibilité technique », in Oeuvres III. Paris : Folio Essais, Gallimard, 2000, pp. 312-313]

TABLE DES MATIERES

Remerciements....6

PARTIE INTRODUCTIVE....14

CHAPITRE I- ETAT DE L'ART....15
Introduction....15
I- L'approche textuelle ou sémiologique....16
II- Les analyses contextuelles....18
A- La sociologie....18
1- Une sociologie des goûts cinématographiques....18
2- Les Gender Studies et le problème de l'interprétation....19
B- Les approches quantitatives....22
1- Mesurer la fréquentation....22
2- Identifier les attentes des spectateurs....24
III- L'Esthétique et l'exercice de la critique....26
IV- L'approche cognitiviste....28
V- L'observation sociologique des publics localisés.....29
A- L'analyse socio-historique d'un public local....29
B- Une sociologue urbaine de la consommation cinématographique....31

Conclusion : L'expertise culturelle comme objet de mon enquête.....32

CHAPITRE II- PRESENTATION DE L'ENQUETE....34
Introduction....34
Section I- Eléments de méthode....35
I- Une sociologie pragmatique....35
A- Une attention aux discours des spectateurs....35
B- Une attention à la situation....36
II- Etre au plus près des spectateurs....37
A- Multiplier les lieux et les méthodes d'observation....37
1- Les entretiens....38
2- Les conversations....38
B- S'inclure dans l'observation....39

Section II- Le terrain de l'enquête et les corpus....41
I- Des entretiens et des questionnaires....41
II- Les conversations quotidiennes....42
III- Le recueil des données....43

Conclusion....44

CHAPITRE III- LUMIERES SUR LA VILLE DE LONGWY....45
Section I- Longwy, en quête de renouveau....45
I- Longwy une histoire singulière....46
A- L'insertion géographique du « Pays-Haut »....46
B- Grandeur et décadence d'une région mono-industrielle....48

C- Le Pôle européen de développement : le difficile renouveau 49
D- Le travail des frontaliers 51
II- Les discours sur le renouveau longovicien 52

Section II- Les mondes du cinéma à Longwy 54
I- L'histoire du cinéma à Longwy 54
II- L'offre actuelle de cinéma 56
A- Utopolis 57
1- L'arrivée du multiplexe 58
2- Les dispositifs d'intéressement 61
2.1- L'association *J'aime le cinéma* 61
2.2- L'association Le *Ciné-Club* 65
3- Utopolis en chiffres 67
3-1. La fréquentation 68
3.2- L'offre de films à Utopolis 70
B- L'offre de films à Auchan 72
C- La location de films à Longwy 76
D- Les prêts à la seule médiathèque de la région de Longwy, celle de Mont St Martin .80
E- Les films à la télévision 82

Conclusion……85

PARTIE I- PRATIQUES, PROCEDURES D'EXPERTISE ET PREFERENCES DES SPECTATEURS LONGOVICIENS 86

CHAPITRE I- LES PRATIQUES CINEMA à LONGWY 88
Introduction 88
Section I- La consommation cinématographique : un ensemble diversifié de pratiques 91
I- Données chiffrées 91
1- La sortie cinéma 92
2- La location et le téléchargement de films 93
3- La collection des films 96
4- La série télévisée 97
5- La structure de la consommation cinématographique à Longwy 98
II- Les usages du film à Longwy 100
A- La sortie au cinéma et le choix des films 100
B- Une consommation plus exploratoire au domicile 104
1- Le téléchargement 104
2- Les films diffusés à la télévision 105
C- Une consommation plus diversifiée au domicile 107
1- Les films préférés des étudiants longoviciens 107
2- Les films les plus vendus à Auchan 109
3- Les médiathèques personnelles 112
III- Le triomphe du film vu le sam'di soir à Utopolis-Longwy 115
A- La sortie cinéma du Week-end : la seule possible à Longwy ? 115
B- La sortie en Week-end pour voir du monde 117

Section II- La consommation de cinéma en groupe....119
A- La sortie entre ados et le « teen movie » 120
B- La sortie entre filles et la comédie sentimentale....121
C- Les films pour enfants....124
D- Les habitués du *Ciné-Club* et de *J'aime le cinéma* : aimer se retrouver autour d'un bon film....125
E- La sortie seule en semaine....126

Section III- Le plaisir de la série télévisée....128
I- Sociabilité et série télévisée 129
II- La qualité des séries télévisées 131

Conclusion 135

CHAPITRE II- LA QUESTION DE LA QUALITE CINEMATOGRAPHIQUE LORS DE LA SORTIE CINEMA 137
Introduction....137
Section I- Savoir choisir un film....139
I- Les sources d'information mobilisées par le spectateur d'Utopolis. 140
A- Les sources nationales 140
B- Les sources locales....142
1- Le quotidien local 142
2- Le « Mag » et le site Internet du multiplexe....143
3- Le bouche à oreille 148
3.1- Le bouche à oreille du boulot ou de l'école....148
3.2- Le conseil personnalisé....149
4- Les informations données à l'accueil 150
4.1- Les affiches....151
4.2- La caissière 152
4.3- Les écrans et les panneaux indicateurs....153
II- L'expertise du niveau de qualité....154
A- Le genre 154
B- L'histoire du film....155
C- Les noms d'acteurs et de réalisateurs....156

Section II- La mesure de l'événement cinématographique....158
I- Le corps comme instrument de mesure....159
1- L'acceptabilité de l'événnement....161
2- La simultanéité des instruments de mesure 162
3- La preuve par le détail 163
II- A la recherche de l'étonnement 164

Conclusion 165

CHAPITRE III- LA PASSION DU CINEMA A LONGWY 167
Introduction....167
Section I- La mémoire du spectateur 168
I- Garder une trace écrite des films les plus appréciés....168

II- Collectionner....170
Section II- La compétence cinématographique....177
I- Les lieux communs de la qualité des films....178
A- Le « filmaméricain »....178
B- Le film « commercial » et le film « d'intellos »....180
II- Le souci du patrimoine cinématographique et de la bonne conduite du spectateur....182
A- La défense du patrimoine cinématographique....183
B- La curiosité du spectateur....185

Conclusion....186

CHAPITRE IV- Films préférés et inscription locale de l'expertise....188
Section I- Mémoire collective et mémoire individuelle....188
I- Quelques exemples d'inscription locale de l'expertise....188
A- L'exemple des films qui ont plu à Longwy en 2004
B- Le film qui parle de la mémoire de Longwy : *Le Cri*....191
II- La mémoire personnelle....194
A- La mémoire familiale et amicale....194
B- Ces films qui nous parlent....198
C- Militantisme syndical et amour du cinéma....200

Section II- La mémoire de l'immigration....202

Conclusion....205

Conclusion partie 1....207

PARTIE II- LA SOCIABILITE CINEMATOGRAPHIQUE....209

CHAPITRE I- LE CINEMA COMME ON LE PARLE A LONGWY....210
Introduction....210
I- La sociabilité cinématographique....211
A- « Se parler »....211
B- Analyser sa propre situation....213
C- Faire rire....215
D- La mesure de la parenté esthétique....217
E- Les batailles pour défendre son goût....218
F- Mieux cerner la personnalité d'autrui....219
II- L'expertise collective de la qualité des films....220
A- Relativiser son jugement par celui des autres....220
B- Situer le film dans un réseau....221
C- Contrôler la valeur éthique ou édificatoire de l'événement....223
D- Faire valoir sa compétence à évaluer....225
E- Mobiliser les techniques du corps....226
III- L'instabilité des instruments de mesure....227

Conclusion....228

CHAPITRE II- LA SOCIABILITE CINEMATOGRAPHIQUE SUR INTERNET 230
Introduction.....230
I- Le site internet du cinéma Utopolis.....231
II- Convaincre 233
1- La querelle artistique 233
2- Le registre de l'évidence.....233
3- Le conseil aux autres 234
4- Contextualiser son opinion 234
5 - S'identifier.....235
6- Mobiliser des experts.....236
III- La dispute cinématographique.....237

Conclusion 239

CHAPITRE III- LA TRANSMISSION DE LA CULTURE CINEMATOGRAPHIQUE 240
Section I- La transmission de l'amour du cinéma 240
I- L'amour du cinéma : un don 241
A- La transmission familiale.....241
B- Le coup de foudre 243
C- Une relation discontinue avec les films et notamment avec la sortie cinéma …….2246
II- L'accès au film : les intermédiaires économiques et techniques 247
A- Les fournisseurs-amateurs 247
B- Les intermédiaires techniques de l'échange 250
C- Le conseil du commercial 255
D- Le militant culturel 256
Section II- La diffusion de l'information.....258
I- Internet 258
A- MSN.....259
B- Les listes de films que l'on diffuse 260
II- Le Blog.....263
A- L'exemple d'axel et Clément
B- L'exemple de Mona et Natacha
C- Le film parodique.....270
1- Nouvelles technologies et amateurisme 271
2- De l'imitation à l'innovation 273

Conclusion 276

Conclusion de la partie 2.....278

CONCLUSION GENERALE.....280

1- Plus de genres, plus de films, plus de supports, plus d'expériences.....280
2- Les films et la sociabilité locale 282

BIBLIOGRAPHIE…….....284

ANNEXES……..289

PARTIE INTRODUCTIVE

PARTIE INTRODUCTIVE

Introduction

Comment les longoviciens vivent-ils le cinéma ? Comment organisent-ils leurs pratiques ? Telles sont les questions auxquelles l'observation ethnographique de la consommation cinématographique permet de répondre. Le compte rendu, dont cette thèse est l'objet, nécessite de rappeler, dans cette partie introductive, la littérature déjà existante provenant des sciences sociales ou des théories du cinéma (chapitre 1). De même, la méthodologie générale dégagée à la fois de ma lecture de travaux précédents mais aussi de ma rencontre avec les spectateurs sur le terrain sera précisée (chapitre 2). Cette partie se concluera sur une présentation socio-historique de la ville et de l'évolution de son offre en matière de cinéma (chapitre 3).

CHAPITRE I- ETAT DE L'ART

Introduction

Les débats sur la qualité des films ou sur l'exception culturelle font souvent du spectateur ordinaire de cinéma une victime du marché cinématographique au mieux, un idiot culturel au pire. Ils réduisent, en même temps, le film à un indicateur de classement social ou intellectuel, - l'affrontement entre les personnes n'étant qu'un prétexte qui dissimule d'autres intérêts - ou bien à une marchandise standardisée. Jean-Michel Frodon du quotidien *Le Monde*, par exemple, s'indigne régulièrement de la part infime laissée sur les écrans à un « cinéma plus exigeant »[1] et insiste sur la nécessité de « garantir l'existence d'un cinéma d'auteur varié et diversifié ». Il n'hésite pas à décrire l'industrie Hollywoodienne comme une « organisation à la fois économique et idéologique dotée d'une nature totalitaire dont le fonctionnement au-delà de la désertification artistique qu'elle organise et la culture du mépris qu'elle propage, dénie les fondements mêmes de la démocratie »[2]. Ce genre d'attaques contre « la gigantesque emprise sur les esprits planétaires d'Hollywood »[3], consiste à opposer, termes à termes, les produits culturels français et américains[4] et à doter les premiers de vertus menacées par la médiocrité agressive des seconds.

Amérique	**France**
Technique/Industrie	Art
Commerce	Culture
Consommation	Réflexion
Comportement passif	Attitude active
Aliénation	Liberté
Plaisir des sens	Plaisir du sens

[1] FRODON, J.-M. 2000. *L'exceptionnelle part de marché des films américains*. Le Monde, 27 décembre, p. 19.

[2] Ibidem.

[3] PERON, D. 1999. *Matrix, la maîtrise du vide*. Libération, 23 juin.

[4] MONTEBELLO, F. 2005. *op. cit.*, p. 30.

Une critique parue dans le quotidien *Libération* à propos du film *Men in Black* II[5] (mais qui n'épargne pas *Mission impossible* et *Spider Man*), illustre parfaitement ce déni de compétence des spectateurs « ordinaires » :

> Sonenfeld peut avoir des idées aussi délirantes que Burton mais il ne parait pas en mesure de leur laisser libre cours et on ne peut qu'être frappé par la manière dont les accès de folie finissent toujours par être rapidement recadrés à l'intérieur du format grand public. (…) On le vérifiera encore avec le *Minority Report* (SF sérieuse avec Tom Cruise) de Spielberg en octobre prochain, la question qui se pose de manière de plus en plus problématique est la suivante : à quel public ces films s'adressent-ils ? Et, plus encore, quelle partie du spectateur ces productions visent-elles, quelle zone d'émotion titillée ou au contraire mutilée ?

Le cinéma français grand public n'est pas exempt de ces attaques. On se souvient de la vive controverse qui suivit la lettre envoyée en 1999 par Patrice Leconte à ses collègues de l'A. R. P. (société des auteurs, réalisateurs, producteurs) et qui s'indignait de l'attitude de la critique envers les films populaires.

Comme le montre la lecture de l'ouvrage de référence de Francesco Casetti[6], la littérature scientifique existante ne permet pas toujours de dépasser de tels écueils. Les postulats méthodologiques adoptés par la plupart des chercheurs les conduisent en effet à neutraliser la compétence du spectateur. C'est ce que je propose d'établir à travers un rapide survol de cette littérature. J'examinerai successivement les approches textuelles (I) puis contextuelles à visée sociologique ou statistique (II), et enfin les approches esthétiques (III) ou cognitivistes (IV).

I- L'approche textuelle ou sémiologique

> « Le spectateur croit qu'il entre dans l'image par le signifié, le sémiologue sait qu'il y entre par le signifiant ». Guy Gauthier [7]

En 1964, une nouvelle discipline universitaire, la sémiologie du cinéma, propose d'appréhender les films comme « des messages artistiques »[8] qu'il faut décoder. Selon son

[5] PERON, D. 2002. Critique du film *Men in Black II*. Libération, 07 août 2002.

[6] CASETTI, F. 1993. *Les théories du cinéma depuis 1945*. Paris : Nathan.

[7] GAUTHIER, G. 1991. 1968-19. Christian Metz à la trace. In MAGNY, J. et HENNEBELLE, G. Sous la dir**.** *CinemAction*, n° 60, « Histoire des théories du cinéma », Ed. Corlet – Télérama, pp. 69-76.

fondateur, Christian Metz, le langage cinématographique n'est pas tout ce qui apparaît dans les films, mais ce qui n'est susceptible d'apparaître qu'au cinéma, et ce qui constitue donc, de façon spécifique, le langage cinématographique au sens étroit. L'objectif de la sémiologie est de mettre au jour les figures signifiantes (relation entre un ensemble signifiant et un ensemble signifié) proprement cinématographiques. La valeur descriptive de la sémiologie est incontestable. Elle est un outil indispensable de l'analyse de séquences, la pièce maîtresse de l'enseignement du cinéma. Mais l'abus de la sémiologie a eu des effets épistémologiques négatifs. Sous son influence, « les sciences du cinéma se sont réduites à des sciences du texte, au point de mobiliser le spectateur lui-même, mais en le désincarnant et en traduisant son action sous la forme d'un discours »[9]. La sémiologie qui « transfère le film de la salle de cinéma au laboratoire scientifique », a ainsi inventé en même temps que l'analyste, le spectateur *normal*. La démarche consiste ainsi à projeter dans une pratique la théorie construite pour l'expliquer et à ramener la pratique réelle à un idéal, bref à « mettre un savant dans la machine »[10] pour en améliorer le fonctionnement. C'est ainsi que Francis Vanoye et Anne Goliot-Lété, dans leur *Précis d'analyse filmique*[11], revendiquent cette opposition entre spectateur-analyste et spectateur « normal » sur le principe de de l'analyse sémiologique. Ils dressent, en conséquence, le tableau suivant :

Spectateur normal	**Analyste**
Passif, ou plutôt, moins actif que l'analyste, encore actif mais de façon instinctive, irraisonnée.	Actif, consciemment actif, actif de façon raisonnée, structurée
Il perçoit, voit et entend le film, sans visée particulière.	Il regarde, écoute, visionne le film, cherche des indices.
Il est soumis au film, se laisse guider par lui	Il soumet le film à ses instruments d'analyse, à ses hypothèses.
Processus d'identification	Processus de distanciation
Pour lui, le film appartient à l'univers des loisirs	Le film appartient au domaine de la réflexion, de la production intellectuelle.
Plaisir	**Travail**

[8] AUMONT, J., BERGALA, A., MARIE, M., VERNET, M. 1983. *Esthétique du film*. Paris : Coll. Armand Collin cinéma, Armand Colin, p. 7.

[9] MONTEBELLO, F. 2004. *Histoire et sociologie de la qualité cinématographique*. Habilitation à diriger des recherches, sous la direction de J.-M. Leveratto, p. 30.

[10] CHAUVIRE, C. et FONTAINE, O. 2003. *Le vocabulaire de Bourdieu*. Coll. Le vocabulaire de…Paris : Ellipses, p. 65.

[11] VANOYE, F., GOLIOT-LETE, A. 2004, *Précis d'analyse filmique*. Paris : Nathan. (1ère Ed. 1992), pp.12-13.

Pour ces auteurs, « analyste et spectateur normal ne recevraient donc pas le film de la même manière puisque le premier cherche précisément à se distinguer radicalement du second, à ne plus se laisser dominer comme lui par le film[12] ». Ce souci de normalisation achoppe sur l'impossibilité de réduire l'expérience cinématographique à une opération purement cognitive. La sémiologie a, en effet, tendance à faire disparaître l'engagement corporel du spectateur, l'émotion et la transmission du spectacle cinématographique et à prendre l'auteur comme modèle à partir duquel envisager le spectateur.

II- Les analyses contextuelles

Sociologues (A) et chercheurs en Marketing (B), focalisent leur attention sur la manière dont les consommateurs, comme les professionnels et les organisations, s'emparent du film pour le conformer à leurs attentes respectives (stratégies de distinction sociale liées aux goûts, rentabilité financière, conquête du marché, impérialisme culturel ou idéologique etc.).

A- La sociologie

Lorsque la sociologie ou bien des disciplines parentes s'intéressent à la question des spectateurs de cinéma, elle pose tantôt la question du goût (1) tantôt celle de l'interprétation (2) et tantôt celle de la culture cinématographique (3).

1- Une sociologie des goûts cinématographiques

Jean-Marc Leveratto fait remarquer que Pierre Bourdieu, dans *La Distinction*, attribue la « compétence la plus haute » en matière cinématographique aux spectateurs des professions intermédiaires, qui ont préféré parmi les films qu'ils ont vus, *Le Procès d'Orson Welles*, (après *Divorce à l'Italienne* de Visconti), et non aux employés de bureau qui accordent la palme à *Rocco et ses frères*, (avant *Divorce à l'Italienne*). Cette attribution « montre qu'il utilise l'étalon constitué par l'opinion publique, informée par les Ciné-Clubs pour mesurer la valeur du goût cinématographique, ce qui explique le peu de cas fait des films de Visconti à l'époque (1974) appréhendés comme des productions conventionnelles, car l'intérêt artistique

[12] VANOYE, F., GOLIOT-LETE, A. 2004, op.cit., p. 12.

de Visconti, à la différence de celui d' Orson Welles, de Luis Bunuel, et du néo-réalisme n'était pas encore bien établi[13] ». La démarche de Pierre Bourdieu révèle, de ce point de vue, « une volonté d'universaliser la pratique mais aussi les conditions d'une lecture esthète » [14] en sacrifiant la richesse de l'expérience cinématographique à celle du discours esthétique dont les films sont l'occasion. A d'autres encore qui dénoncent « le paupérisme cognitif » des spectateurs ordinaires interrogés sur leurs évaluations des films, on peut rappeler la mise en garde de Jean-Marie Schaeffer qui rappelle qu' « une conduite esthétique très complexe (et donc très riche) peut se traduire dans un jugement esthétique très peu développé »[15] et inversement. La voie ouverte par Michel De Certeau permet d'éviter de tels paradoxes. Celui-ci proposait, au début des années 80, de réinvestir la question de la richesse de l'expérience du spectateur en étudiant « ce que le consommateur « fabrique » pendant ces heures et avec ces images »[16]. C'est d'ailleurs cette richesse de l'expérience du spectateur qu'a réinvestit le courant des Gender Studies dont je rappelle ci-après les études les plus marquantes.

2- Les Gender Studies et le problème de l'interprétation

En proposant une étude de la négociation du sens du texte du spectateur, les Gender Studies ont eu le grand mérite de réaffirmer la dimension active de toute réception. Leur particularité est de remettre le spectateur au centre de l'observation et de s'intéresser à son propre ressenti, inséparable de ses caractéristiques personnelles. Laura Mulvey, Jackie Stacey, Janet Staiger, Judith Maynes[17] pour le monde anglo-saxon et Geneviève Sellier[18] pour la France sont les auteurs les plus connus de ce type d'études. Laura Mulvey, par exemple, voit à travers l'analyse des codes du cinéma narratif classique, le cinéma hollywoodien, un instrument de la

[13] LEVERATTO, J-M. 2006. *Introduction à l'anthropologie du spectacle*. Paris : La Dispute, pp. 154-162.

[14] Cf. DARRAS, E. 2003. La pluralité des réceptions féminines. Remarques sur quelques usages distanciés, imbriqués et identitaires des produits culturels. In DONNAT, O. Sous la dir. *Questions de culture*. Paris : La Documentation française, p. 233.

[15] SCHAEFFER, J.-M. 2000. *Adieu à l'esthétique*. Paris : Presses Universitaires de France. Les essais du Collège internationnal de philosophie, p. 73.

[16] DE CERTEAU, M. 1990. *L'invention du quotidien*. Tome 1. *Arts de faire.* Paris : Folio/Gallimard, (1ère Ed. 1980), p. 37.

[17] MAYNES, J. 1990. *The Woman at the Keyhole : Feminism and Women's Cinema*. Bloomington : Indiana University Press.

[18] BURCH, N. et SELLIER, G. 1996. *La Dôle de Guerre des Sexes du cinéma français (1930-1956).* Paris : Nathan/A. Colin.

domination patriarcale[19]. Jackie Stacey explore la mémoire des spectatrices britanniques des années 1940 et 1950 pour comprendre la place et la fonction des féminines hollywoodiennes[20]. Elle prend appui sur un corpus de magazines populaires de cinéma de l'époque et des lettres des lectrices. Dans une perspective historique et parfois psychanalytique, elle s'intéresse particulièrement aux fantasmes de séduction féminine des femmes britanniques de la classe moyenne blanche pendant et après la deuxième guerre mondiale. Elle étudie les raisons qui poussent ces femmes à fréquenter les cinémas, et les spécificités de cette pratique culturelle, à l'intérieur et à l'extérieur des salles obscures[21]. Elle explore « le lien entre les images sur l'écran, la construction de l'identité des spectatrices et leurs habitudes de consommation »[22] et comment ces images incitent les spectatrices à consommer, et à devenir elles-mêmes des objets de consommation pour autrui. En 1996, Geneviève Sellier et Noël Burch dans *La drôle de guerre des sexes du cinéma français*, font une étude systématique d'un corpus filmique très large (1930-1956) pour préciser d'un point de vue historique l'évolution des « schémas dominants dans les représentations des rapports et des identités de sexe »[23]. Pour les auteurs, « le schéma narratif dominant du cinéma français des années trente, tous genres confondus, met en scène un homme d'âge mûr, incarnation du patriarcat traditionnel, qui domine une très jeune femme, en suscitant la connivence du spectateur chez Marcel Pagnol ou Sacha Guitry, ou sur un mode plus critique chez Carné, Grémillon ou Renoir »[24]. Malgré ces invitations à la multiplication d'observations des modalités et des contenus de la consommation cinématographique et des objets (films, séries télé, conversations) qu'elle génère[25], ce sont les enquêtes quantitatives qui, en nombre, dominent.

---

[19] MULVEY, L. 1993. Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen.* Vol 16, n°3, 1975. Traduit in Cinémaction, n°67.

[20] STACEY, J. 1994. *Star Gazing : Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. Londres / New-York : Routledge.

[21] SELLIER, G. et ROLLET, B. 1999. Cinéma et genre en France, *Histoire, Femmes et Sociétés*, Clio, pp 205-215. Disponible sur http://clio.revues.org/document1533.html. Consulté le 11 juillet 2007.

[22] Ibidem.

[23] SELLIER G. 2005. Gender studies et études filmiques. *Travail, Genre et Sociétés*, n° 38.

[24] Ibidem.

[25] Cf. PASQUIER, D. 1999. La *culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris : Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.

3- Mesurer la culture cinématographique en général

Jean-Michel Guy, en sondant la culture cinématographique de 1555 français âgés de 12 ans et plus, a cherché à comprendre comment celle-ci se forme et se transmet. Les résultats de cette enquête sont édifiants. A propos de la sortie cinéma, il note que s'il existe bien une consommation érudite et consommation populaire, « un continuum de références plus ou moins partagées court entre ces deux pôles[26] ». En effet, bien que 2/3 des cadres semblent aller au cinéma et que la même proportion des ouvriers n'y va pas, que le niveau de diplôme révèle également une fréquentation plus assidue, il ne constate pas, au final, des goûts différenciés tant l'éclectisme semble être la règle. Le rôle de la télévision participe selon lui à l'étendue des connaissances. Si la plupart des films attirent, lors de leur sortie en salle, des publics ciblés, aux profils sociodémographiques marqués, les multiples diffusions télévisées et l'échange de cassettes vidéo tend à accroître leur audience et à élargir considérablement le spectre de la position sociale des spectateurs. La culture cinématographique est donc selon l'auteur d'avantage un bien commun qu'un privilège de quelques-uns : « il apparaît que, au fil du temps, par le jeu des rediffusions sur petit écran, le profil du public d'un film se rapproche de plus en plus d'un profil moyen. Si, lors de leur sortie en salle, la plupart des films ont un public-cible, et atteignent essentiellement la cible visée, ils finissent tôt ou tard, par gagner à eux des spectateurs au profil de moins en moins conforme à celui du spectateur-cible[27] ». L'étendue des connaissances et les processus de référenciation - ou organisation des connaissances - varient donc surtout selon l'âge des personnes, la génération à laquelle elles appartiennent, et leur niveau d'étude. Ils sont très largement indépendants de leur goût cinématographique, qui varie lui selon le sexe. Une telle approche ne considère cependant la culture cinématographique que dans son acception la plus commune : le stock de connaissance dont dispose, à un moment donné, tel ou tel groupe. Il n'est ainsi guère fait attention à la manière dont les spectateurs acquièrent, domestiquent et échangent cette culture[28].

---

[26] GUY, J.-M. 2000. *La culture cinématographique des français*. Paris : La Documentation française, p. 20.

[27] Ibidem, p. 207.

[28] LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*

B- Les approches quantitatives

Les données chiffrées de la fréquentation des salles sont principalement des données statistiques nationales et rarement locales. Elles visent à mesurer la fréquentation (1) et à anticiper la conduite du spectateur (2).

1- Mesurer la fréquentation

En France, les instruments de mesure statistiques utilisés par les chercheurs comme par les professionnels ont surtout servi à identifier le public en général (1.1) dont celui des multiplexes et à modéliser, pour mieux l'interpréter, le comportement des spectateurs (1.2).

1.1- Le public en général

Le Centre National de la Cinématographie (CNC) présente depuis plusieurs années déjà des études régulières et ponctuelles sur la fréquentation des salles de cinéma en France[29]. Les jeunes, les séniors, les salles, les types de cinéma font ainsi l'objet de ces études. Elles permettent de constater qu'en 2003 (date à laquelle j'ai effectivement commencé mon enquête de terrain), le public français est surtout jeune, aisé et urbain mais elles montrent aussi que la fréquentation des cinémas n'est pas l'apanage des plus jeunes. Les plus de 35 ans concentrent, en effet, 46,9 % du public et 42,7 % des entrées. Au sein de ce public, il faut désormais tenir compte du poids notable des plus de 50 ans, dont la fréquentation cinématographique est en augmentation constante depuis trente ans, malgré la faible pénétration du cinéma dans cette tranche d'âge. En 2003, les seniors, qui composent 37,1 % de la population française, représentent 24,5 % du public du cinéma et assurent 22,2 % des entrées dans les salles. Les plus jeunes, les 15-19 ans, 20-24 ans et 25-34 ans représentent respectivement 15,1, 14,2 et 16,5 % des entrées soit plus de 45 % des entrées (alors qu'ils représentent respectivement 6,7 %, 6,3 % et 14,38 % de la population française[30], soit moins de 30 % au total).

[29] Les informations présentées sur le public des salles de cinéma sont issues de l'enquête " 75 000 Cinéma " réalisée par Médiamétrie. La population de l'enquête est représentative de la population âgée de six ans et plus, résidant en France métropolitaine.

[30] Cf. Résultats du recensement de la population française de mars 1999 par thème ou par zone géographique. http://www.recensement.insee.fr/FR/ST_ANA/F2/POPALLPOP1APOP1A1F2FR.html. Page visitée le 12 juin 2007.

Les individus d'un niveau professionnel élevé sont les plus grands consommateurs de cinéma en salles : 67,9 % des catégories socio-professionnelles supérieures, dont les cadres sont allés au cinéma au moins une fois en 2003 cumulant ainsi 28 % des entrées (alors qu'ils ne représentent que 5,4% de la population française). Le niveau d'instruction, étroitement lié au niveau socio-professionnel, exerce une forte influence sur la consommation de cinéma en salle : 74,3 % des diplômés de l'enseignement supérieur ont fréquenté les salles de cinéma en 2003 cumulant 48 % des entrées. Le poids des grandes agglomérations dans les entrées demeure prépondérant même s'il tend à se stabiliser. Ce phénomène s'explique par le ralentissement des ouvertures de nouveaux multiplexes, après dix ans de croissance. Le taux de pénétration du cinéma y reste sensiblement plus élevé que dans les petites villes, ainsi que le nombre moyen d'entrées par individu. On y apprend aussi que chaque spectateur est allé, en moyenne, 5,4 fois au cinéma en 2003. Ce taux demeure l'un des plus élevés d'Europe. Il résulte de la part relativement importante des spectateurs fidèles (assidus ou réguliers) au sein de la population cinématographique. Ces spectateurs, appelés aussi les " habitués du cinéma ", représentent 38,7 % du public mais 76,7 % des entrées en 2003.

L'approche choisie par le CNC, dans ce type d'enquête, est Top-Down : elle part de l'offre pour s'intéresser d'abord au public et aux spectateurs et à ses motivations[31]. Comme le faisait remarquer Fabrice Montebello, « les enquêtes statistiques réalisées en France par le CNC sur le public de cinéma séparent toujours les préférences esthétiques des spectateurs (traitées dans le chapitre « films en salle : entrées, recettes, public ») de leurs motivations (traitées dans le chapitre « exploitation »). Il ne peut ressortir de cette vision « objective » des faits qu'une séparation nette entre « spectateurs » et « professionnels » qui induit par ailleurs l'idée d'une imposition des films d'en haut, ou d'une manipulation du public par les professionnels »[32]. Une autre limite majeure de cette approche est qu'elle traite exclusivement de la sortie cinéma et laisse de côté la consommation à domicile[33] qui mériterait pourtant qu'on s'y attache[34]. Le

[31] Voir par exemple en France, la querelle des multiplexes et la manière dont elle a abouti à l'enquête du CNC (Centre National de la Cinématographie) sur *Les spectateurs des multiplexes, synthèse*, Paris, juillet 2000.

[32] MONTEBELLO, F. 2000. Le spectateur comme expert. Intervention à la deuxième édition de l'EASS (The European Audiovisual Seminars), Turin-Villa Gualino. *Existe-t-il un modèle audiovisuel européen ?* 26-28 mars 2000.

[33] Cf. DANART, B. 2003. La fréquentation des salles de cinéma. In DONNAT, O. et TOLILA, P. Sous la dir, *Le(s) Public(S) de la culture*, p. 65 (partie cédérom).

[34] DARRE, Y. 2006. Esquisse d'une sociologie du cinéma. *Cinéma et intellectuels*. Actes de la recherche en sciences sociales. Mars 2006, p. 130.

CNC semble ainsi surtout répondre aux préoccupations contemporaines des professionnels du cinéma.

1.2- Une préoccupation importante : identifier le public des multiplexes

Une synthèse commanditée et publiée en juillet 2000 par le CNC, et réalisé par l'institut français de démoscopie, avait pour objectif de connaître la structure et le comportement des spectateurs des multiplexes[35]. On y apprenait notamment que les spectateurs des multiplexes sont sensiblement plus jeunes que les spectateurs de cinéma en général. En semaine, on rencontre plus facilement des spectateurs seuls qu'en week-end où ce sont majoritairement des couples et des personnes jeunes (surtout en soirée) qui s'y rendent. Cette étude pointait notamment l'effet positif sur la fréquentation du cinéma entraîné dû à l'arrivée des multiplexes (76 % d'habitués contre 63 % auparavant). Ces nouveaux habitués étant majoritairement des jeunes inactifs principalement étudiants ou élèves. L'ensemble des spectateurs allant même 16,9 fois par an au cinéma contre 14 fois auparavant. On apprend dans cette étude également que les spectateurs vont au cinéma dans leur très grande majorité à plusieurs (85%). Les sources d'information utilisées pour le choix d'un film sont : la télévision (46%), les bandes annonces en salle (30%), le bouche à oreille (25%), les affiches (21%), les journaux quotidiens, les revues spécialisées et la radio 10%). L'observation de la conduite du spectateur intéresse également les professionnels du cinéma, agences de Marketing et chercheurs universitaires dans la mesure où ils tentent d'identifier les attentes pour ajuster les messages et de dégager les constantes explicatives de cette conduite.

2- Identifier les attentes des spectateurs

Comme le rappellent Florence Euzéby et Carole Onnein-Bonnefoy Martinez[36], les chercheurs en marketing ne se sont intéressés que tardivement au domaine cinématographique. C'est sans doute ce qui explique le fait que les sociologues ne mobilisent guère ces travaux. Pourtant, ils apparaissent essentiels pour qui veut comprendre les motivations du spectateur. A la

[35] 2466 spectateurs âgés de 13 ans et plus, sélectionnés selon une méthode aléatoire dans un échantillon de 12 multiplexes.

[36] EUZEBY F. et ONNEIN-BONNEFOY MARTINEZ, C. 2001. La bande-annonce dans le choix des films. *Actes de la Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne*. « Marketing des Activités Culturelles, des Loisirs et du Tourisme ». Dijon : Crego.

recherche des facteurs pouvant expliquer les succès ou les échecs des films, certains chercheurs ont, à cette fin, réalisé des tentatives de modélisation des recettes[37]. Les travaux d'Alain Kruger[38] comptent parmi les rares travaux académiques traitant de l'influence des caractéristiques sociodémographiques du sujet sur le comportement de consommation cinématographique. Ce dernier confirme les disparités existantes, en termes de rythmes de fréquentation des salles, entre les catégories professionnelles. A l'issue d'une étude conduite auprès de 511 répondants, il montre que 31,4 % des personnes se rendant au cinéma au moins une fois par semaine sont des cadres supérieurs et 15,4% des ouvriers. Par ailleurs, il précise que les préférences exprimées à l'égard des films ludiques (films d'aventure, d'action, de science-fiction et, policiers) décroissent avec l'âge.

Certaines de ces études ont porté sur ce que les spécialistes du Marketing nomment les variables internes : genre, noms d'acteurs et de réalisateurs, etc. D'autres études se sont arrêtées aux variables externes au film : bouche à oreille[39] et rôle des critiques[40]. Enfin, dans le but d'affiner l'analyse du comportement du spectateur, les chercheurs se sont progressivement tournés vers des variables explicatives à caractère psychologique et notamment les émotions[41]. Ils ont montré du même coup que, si les variables socio-démographiques exercent une influence manifeste sur le comportement de consommation

---

[37] PRAG, J., & CASAVANT, J. 1994. An Empirical Study of the Determinants of Revenues and Marketing Expenditures in the Motion Picture Industry. *Journal of Cultural Economic,* n°18, pp. 217-235.

ELIASHBERG, J., & SHUGAN, S. M. 1997. Film critics : Influencers or predictors ? *Journal of Marketing*, n°61(April), 68-78.

Voir également JAMET, J.-F. 2005. *Quels sont les déterminants de la durée d'exploitation des films au cinéma ? Une approche théorique et empirique*. Paris : Mémoire de DEA Analyse et politiques économiques. Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.

[38] KRUGER, A. 1997. Les spectateurs et les films : les sources d'information utilisées lors du processus de choix d'un film. *1ère journée en Marketing de Bourgogne- Marketing des activités culturelles et de loisirs*, Dijon : Crego.

[39] BURZINSKY, M. H. et BAYER, D.-J. 1977. The effect of positive and negative prior information on motion picture appreciation. *Journal of Social Psychology*. Vol. 101, pp. 215-18. En mettant 60 individus sous conditions expérimentales, les auteurs montrent que les sujets exposés à des commentaires négatifs avant la séance évaluent nettement moins bien le film que ceux exposés à des commentaires positifs.

[40] LITMAN, B. R. 1983. Predicting Success of Theatrical Movies: An Empirical Study. *Journal of Popular Culture*, n° 16, pp. 159-175.

[41] SHAPIRO, M.-E. & BIGGERS, T. 1987. Emotion-Eliciting Qualities in the Motion Picture Viewing Situation and Audience Evaluations. In AUSTIN, B. Sous la dir. *Current Research in Film : Audiences, Economics, and Law* (Volume 3) (Vol. 3, pp. 1-11). Norwood, NJ : Ablex.

cinématographique, et notamment sur le rythme de fréquentation des salles, il n'en demeure pas moins que ces caractéristiques ne présentent qu'un faible pouvoir prédictif des préférences individuelles.

De telles études, le plus souvent américaines et qui nécessitent un usage expert des outils statistiques, sont donc précieuses. D'abord, elles permettent de mieux connaître les comportements des spectateurs. Ensuite, elles ne présument pas de l'appartenance sociale sur la pratique culturelle et recherchent d'autres types d'explication. Cependant, en recherchant les éléments du film susceptibles d'expliquer ou non leur succès[42], elles sacrifient trop souvent au souci légitime du producteur, de s'ajuster aux attentes de son public. Ce faisant, elles commettent une erreur que j'ai moi-même commise dans la première partie de mon enquête[43], celle de surestimer la stabilité et la rationalité de la conduite du spectateur. On observe, chez de nombreux chercheurs, en effet, une tendance à projeter sur le spectateur l'attitude du producteur d'un film, qui désire avant tout minimiser les risques de son investissement. Partant d'un postulat de rationalité (même limitée), le chercheur voit les moments qui précèdent la sortie cinéma comme organisés de manière à réduire les risques de déception. Comme si finalement, le spectateur n'allait au cinéma que pour se confirmer un goût ou un avis déjà tout fait. Les caractéristiques des différents films seraient analysées de manière rationnelle pour rendre l'issue prévisible. La minimisation des risques, si elle existe, ne saurait pourtant expliquer, comme on le verra plus loin, à elle seule, la sortie cinéma.

III- L'Esthétique et l'exercice de la critique

Dans son essai intitulé *Qu'est-ce qu'un bon film ?* [44], Laurent Jullier identifie les critères du bon film. La méthode de l'auteur consiste à relever les critères récurrents mobilisés par les critiques et les profanes pour justifier la qualité des films. Selon l'auteur, deux obstacles intellectuels se sont longtemps opposés, en France, au traitement de cette question pourtant

---

[42] La voie, dans le domaine culturel avait été ouverte au marketing, par Lancaster dans les années 70 pour qui, ce sont les caractéristiques des biens qui importent et non les biens eux-mêmes : « un individu choisit le bien qui présente la meilleure combinaison de caractéristiques ». LANCASTER, K. S. 1966. A new approach to consumer theory, *Journal of Political Economy*, vol. 74.

[43] Voir partie 1, chapitre 1.

[44] JULLIER, L. 2002. *Qu'est-ce qu'un bon film* ? Paris : La dispute.

triviale par les spécialistes du cinéma. La vulgate kantienne du goût naturel, d'un côté, et l'hyper subjectivisme, de l'autre, conduisent, en effet, les spécialistes français de l'esthétique du cinéma à considérer cette question comme non pertinente d'un point de vue théorique. Laurent Jullier expose sa conception de l'esthétique évaluative qu'il veut informée par la sociologie en tant qu'instrument de vigilance d'une part, et par les sciences cognitives d'autre part[45]. L'esthéticien doit, selon l'auteur, manipuler avec prudence les notions d'appréciation et de compréhension « qui, ont parfois bien des choses en commun mais qui ne se confondent pas »[46] ce qui interdit d'attribuer à l'expert un goût naturel, une science innée du beau. De même, il importe de ne pas réduire le « cinéma » à une collection de films.

L'auteur insiste ensuite sur le fait que la recherche du plaisir et du divertissement au cinéma ne saurait se réduire à une recherche de compensations symboliques inhérente à une position sociale dominée. Ces éclaircissements permettent à l'auteur de renvoyer dos-à-dos la vision objectiviste et la vision relativiste du jugement de goût, et de montrer la nécessité d'une position intermédiaire s'appuyant sur notre pratique quotidienne de spectateur de cinéma et sur l'apport des sciences cognitives. L'examen du cas de *In The Mood For Love*, un film qui a rencontré à sa sortie en Novembre 2000 un accueil unanimement favorable, lui permet ainsi de dégager six critères. Les deux premiers sont propres à l'exercice immédiat de la critique : le succès et la réussite technique. Les deux autres sont mobilisés par les experts : l'originalité et la cohérence. Les deux derniers enfin, sont utilisés par tous : un bon film est émouvant et édifiant. Cet essai est original car il fait communiquer esthétique philosophique et sociologie, critique ordinaire et critique professionnelle. L'auteur ne prétend pas dresser une liste exhaustive des critères de la qualité d'un film mais il entend pour le moins « les amener à la lumière pour lutter contre l'idéologie de l'évidence »[47] qui, toujours selon Bourdieu, permet au connaisseur de camoufler ses stratégies de distinction.

---

[45] L'auteur approfondit cette réflexion dans *Cinema et cognition*. Cf. JULLIER. L. 2004. *Cinéma et cognition*. Paris : L'Harmattan, coll. Ouverture philosophique.

[46] JULLIER, L. 2002. *op. cit.*, p. 36.

[47] JULLIER, L. 2002. *op. cit.*, p. 15.

IV- L'approche cognitiviste

Les études cognitives au cinéma soulignent une certaine contingence universelle dans l'acte de regarder un film et dans les processus de perception et de compréhension au cinéma. La représentation cinématographique repose alors « sur l'activité mentale du spectateur, qui reformule ce qu'il voit et écoute »[48]. La technique n'est pas tout puisqu'un même film peut-être vu de manière différente selon les lieux et les époques[49] : « les sciences cognitives permettent de faire la part de ce qui relève des universaux et de ce qui, par soustraction, relève des particularités culturelles »[50]. Les travaux de David Bordwell sont ainsi célèbres pour avoir remis le spectateur au centre de l'attention des théoriciens du cinéma. Son ouvrage de 1985, *Making Meaning* ou *Construire la signification*[51], malheureusement jamais traduit en français, en témoigne. Pour l'auteur, le film fournit des instructions, grâce au style et au genre, à un spectateur qui se met alors en position de « voir, écouter, se rappeler, poser des postulats, inférer, faire des hypothèses et éventuellement effacer ce qui apparaît à l'écran »[52]. L'approche cognitiviste permet, ainsi, au chercheur « de s'amarrer à une base empirique, en se référant à des processus concrets mis en œuvre auprès du spectateur au lieu de processus « symboliques » mis en oeuvre par le texte »[53]. En révélant l'indépendance de la perception visuelle par rapport au langage, elle s'inscrit en opposition avec la tradition sémiologique au cinéma[54]. Comme le souligne Laurent Jullier, l'intérêt de l'approche cognitiviste est de

---

[48] CASETTI, F. 1993. *op. cit.*, p. 286.

[49] *Cinéma et cognition*. Entretien avec Laurent Jullier par Bruno Cornellier pour la revue en ligne Cadrage. Dispoible sur http://www.cadrage.net/entretiens/cinecognition/cinecognition.html

[50] Laurent JULLIER poursuit : « Le fait de savoir que la règle hollywoodienne des 30° et que le raccord-mouvement classique ont été intuitivement déduits de l'empan des saccades oculaires permet de comprendre pourquoi certaines particularités du style américain de l'« image-mouvement » se retrouvent partout dans le monde ou sont spontanément comprises par des tribus comme les Pokots, qui ne sont pas familières de l'image animée. Mais elles ne permettent pas de déchiffrer la part de propagande, de sexisme... etc., contenue dans les films qui possèdent ce style » (ibidem).

[51] BORDWELL, D. 1991. *Making Meaning. Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Harvard University Press.

[52] CASETTI, F. 2003. *Les théories du cinéma depuis 1945*. Traduit de l'italien par Sophie Saffi, Cinéma, Nathan, 1ère Ed. 1993.

[53] Ibidem, p. 276.

[54] BORDWELL, D. 1985. *Narration in the Fiction Film*. London : The University of Wisconsin Press, p. 30. L'auteur écrit notamment : "It will come as no surprise that I do not treat the spectator's operations as necessarily modelled upon linguistic activities. It is by no means clearly established that human perception and cognition are fundamentally determined by the processes of natural langage; indeed much psycholinguistic evidence runs the other way, toward the view that langage is an instrument of and guide the mental activity. In all these activities,

réintroduire la dimension émotionnelle que négligent le sémiologue comme le sociologue dès lors qu'ils déduisent la conduite du spectateur des rapports des signes ou des rapports de force. Ainsi, elle apparaît essentielle pour introduire à nouveau dans les études cinématographiques les questions fondamentales de l'affect et de l'émotion (des universaux).

V- L'observation sociologique des publics localisés.

Dans les années 90, on l'a vu, les commandes étatiques d'enquête sur la fréquentation des multiplexes ont permis la reconnaissance du cinéma comme pratique culturelle légitime. Pour le cinéma, l'approche socio-historique de Fabrice Montebello[55] sur la consommation cinématographique à Longwy durant les années 50 et 60 (A) et l'observation des publics que propose Emmanuel Ethis[56] (B) y ont contribué. De telles études s'inscrivent dans les récentes prises au sérieux par les sociologues des objets populaires en France et qui renouvellent le champ disciplinaire de la sociologie de la culture.

A- L'analyse socio-historique d'un public local

Prenant appui sur une description ethnographique d'une consommation ouvrière du cinéma de la fin des années 40 au début des années 60, autant que sur la reconstitution du marché local du film, de sa mémoire comme de son usage, le travail de Fabrice Montebello, reste unique en France. L'auteur parvient notamment à montrer comment les ouvriers de Longwy des années 50-60 ont développé une culture cinéphile à l'encontre des « films noirs » (dégageant les mêmes critères d'évaluation que les critiques de la Nouvelle Vague)[57]. Il montre aussi à travers son approche localisée, et sans nier le rôle des institutions locales dans la diffusion du

---

whether we call them perceptual or cognitive, organized clusters of knowledge guide our hypothesis making. These are called schemata. The mental image of a bird is a schema for visual recognition, and the concept of a well formed sentence functions as a schema in the speech perception".

[55] MONTEBELLO, F. 1997. *Spectacle cinématographique et classe ouvrière. Longwy 1944-1960*. Thèse pour le doctorat d'histoire, Université Lyon 2.

[56] ETHIS, E. 2005. *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Paris : Armand Colin.

ETHIS, E. 2006. *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*. Paris : L'Harmattan, Collection Logiques sociales.

[57] MONTEBELLO, F. 2002. Le film noir, une passion prolétarienne. In PESSIN, A. et VANBREMEEZSSCH, M.-C. Sous la dir. *Les œuvres noires de l'art et de la littérature*. Paris : L'Harmattan, Tome II, pp. 301-321.

cinéma (patronat, église, partis politiques), les limites d'une réinterprétation élitiste d'un art qui est le fait du grand public, composé alors majoritairement d'ouvriers et d'employés.

Pour cultiver son plaisir, le spectateur opère comme tous ceux qui s'investissent dans la compréhension de ce qu'ils aiment pour pouvoir assurer leur plaisir à venir et qui deviennent consommateurs d'une technique artistique : rapprochements, analogies, mises à l'écart, tris, sélections. Ce travail de mise à l'épreuve de l'efficacité du spectacle cinématographique sur le corps même du spectateur ne s'embarrasse guère des concepts ou des catégories de la raison graphique : expressionisme, signifiant cinématographique, image-temps, etc. Mais, selon Fabrice Montebello, il n'en produit pas moins des jugements qui ont valeur d'expertise culturelle et transforment ainsi la projection de certains films en événement commercial et ce dernier en « chef d'œuvre » à retenir pour la postérité. Plus récemment l'auteur parcourt l'histoire non pas du cinéma français mais du cinéma en France[58] insistant du même coup sur l'ancrage local de toute consommation cinématographique et l'impossibilité de réduire la richesse des situations de consommation des films (seul, en famille etc.) à un type de films, qu'il s'agisse des films d'auteur ou des films d'action. C'est donc à la fois une histoire ainsi qu'une sociologie de la qualité cinématographique[59] qu'il propose. Elle a deux dimensions fondamentales :

1) La prise en compte de la consommation cinématographique dans sa globalité : au visionnage des films en salle, s'est ajouté dès les années 60 celui des films à la télévision, puis à l'achat et à la location dans les années 80 avec le développement du confort de visionnage grâce au « Home Cinema ».

2) La reconnaissance de l'amélioration de l'expertise des spectateurs du fait tant de l'appropriation du savoir cinématographique que de la démocratisation culturelle (augmentation du niveau d'études, mass médias, internet).

[58] MONTEBELLO, F. 2005, *op.cit.*

[59] MONTEBELLO, F. 2003. Pour une histoire et une sociologie de la qualité cinématographique. *Politix*, « Politiques du cinéma », Volume 16 - n°61.

C'est ce modèle d'analyse sociologique que Fabrice Montebello met en œuvre dans *Le cinéma en France*[60], qui propose la première « histoire nationale du cinéma mondial », une histoire écrite du point de vue de la consommation.

B- Une sociologue urbaine de la consommation cinématographique

Emmanuel Ethis rappelle l'importance d'une sociologie urbaine de la consommation cinématographique à travers l'exemple de l'évolution de l'offre cinématographique et des pratiques des spectateurs à Avignon. Reprenant des enquêtes qu'il a lui-même dirigées sur l'évolution de la fréquentation cinématographique avignonaise entre 1994 et 2004, l'auteur s'interroge sur le niveau (très élevé) et l'évolution de l'appétence pour le cinéma des avignonnais[61]. Il montre que l'implantation d'un multiplexe, à la périphérie de la ville, a multiplié la fréquentation par 2,5 à Avignon, et notamment celle de l'Utopia, salle classée art et essai du centre-ville, alors que les autres salles, en situation concurrentielle avec une programmation identique, ont connu une chute de leur fréquentation. En effet, « à programmation identique, l'on préfère se rendre dans le cinéma qui offre les meilleures prestations techniques pour voir un film à « grand spectacle », c'est-à-dire le multiplexe »[62]. Ce dernier, situé en périphérie de l'agglomération et possédant un parking suffisant a drainé une grande partie de la population qui n'allait plus au cinéma du fait de la distance à la ville et des problèmes de parking. Cette commodité d'accès a permis de restaurer la pratique de sortie en famille le dimanche après-midi. Mieux, le multiplexe a, d'après les spectateurs, joué le rôle de « porte d'entrée » vers le cinéma de centre-ville jugé plus pointu (42 % des spectateurs fréquentent à la fois le multiplexe et la salle d'art et d'essai). L'analyse proposée par Emmanuel Ethis invite donc, elle aussi, à choisir comme objet d'investigation la consommation cinématographique plutôt que d'en déduire le contenu d'une modélisation sociologique du goût des spectateurs.

[60] MONTEBELLO, F. 2005, *op.cit.*

[61] Au regard de la moyenne nationale qui est de 2,8 sorties au cinéma par an et par habitant, Emmanuel Ethis fait remarquer que les Avignonais y vont 14,1 fois en 2000. La ville est ainsi classée devant Paris et Bordeaux notamment selon cette approche. Cf. ETHIS, E, 2005, *op. cit.*, p. 45.

[62] ETHIS, E. 2005. *op. cit.*, p. 45.

Conclusion : L'expertise culturelle comme objet de mon enquête

Ce rapide état de l'art montre toute la richesse et toute la diversité des approches existantes de la consommation cinématographique mais aussi toute la complexité d'un tel objet de recherche encore en voie d'exploration. Lorsqu'elles se focalisent sur le film, elles analysent sa structure, son fonctionnement, son idéologie parfois et ses effets sur le spectateur mais ce dernier est imaginé car déduit de la nature du film étudié. Elles tombent souvent alors dans l'illusion d'une prévisibilité du geste de consommation ou du plaisir ressenti à partir de caractéristiques objectives (comme leur niveau d'études, leur origine sociale, leurs habitudes ou leur style de vie, mais aussi la nature ou le genre de films proposés[63]). De même, elles se focalisent sur la sortie cinéma alors que les industries culturelles offrent, aujourd'hui, bien d'autres possibilités de consommation de films pour le cinéphile (télévision, câble, cassettes VHS, DVD, et maintenant le DivX[64] avec le téléchargement sur internet ou la copie de films). Elles mésestiment le point de vue du consommateur actif soucieux de la qualité des films qu'il regarde et du plaisir qu'il en retire. On a vu pourtant comment les sciences cognitives rappellent l'importance du corps du spectateur et comment ce dernier se saisit d'objets qu'il partage avec d'autres[65] pour s'orienter dans sa consommation : noms d'acteurs, titres de films et des réalisateurs[66]. De même, les Cultural et Gender Studies, en s'attachant au rôle actif des publics dans la signification des textes prennent au sérieux la parole des spectateurs et le rôle actif qu'ils tiennent dans leurs expériences.

D'autres avancées dans la connaissance de la consommation cinématographique sont permises par des approches comme celle de l'expertise culturelle qui substitue à la figure d'un spectateur, simple produit des industries culturelles, celle d'un acteur à la fois individuel et collectif qui réfléchit ses choix (y compris lorsqu'il décide de ne pas réfléchir comme je

[63] Pour Fabrice Montebello, « les approches quantitatives se condamnent à insérer dans les caractéristiques des films, la qualité des personnes censées les consommer et à attribuer ainsi, mécaniquement, des types de films à des types de spectateurs (« cinéma commercial ou de divertissement » pour les adolescents et les classes populaires, cinéma d'auteur, art et essai pour les intellectuels et les classes moyennes, film culte ou cinéma alternatif pour les habitués du cinéma et autres assidus, etc.) ». MONTEBELLO, F. 2000, *op. cit.*, p. 11.

[64] Supports visibles sur ordinateur et maintenant sur TV à partir d'un lecteur DVD adapté.

[65] GUY, J.-M. 2000. *op. cit.*, pp. 29-31.

[66] MONTEBELLO, F. 2000. *op. cit.*, p.11.

l'observerai moi-même) et mobilise un savoir cinématographique qui lui donne un certain pouvoir artistique[67]. Prendre l'expertise du spectateur comme objet impose l'attention à la situation qui permet d'éviter la réduction du jugement à la réalisation d'une compétence incorporée («le goût », « la qualification culturelle ») indifférente à la nature de l'objet, ou d'un formatage de la perception par l'objet (« film d'auteur », « film commercial », « art et essai ») indifférent à la sensibilité personnelle du spectateur. Jean-Marc Leveratto regrette que l'expertise culturelle soit « 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 »[68]. Au contraire, la situation d'expertise se définit moins, par un "objet" ("film" ou "personne") que par " une grandeur à mesurer" en situation[69]. Prendre l'expertise culturelle comme objet permet une approche positive du spectateur qui « coopère », « attitude exigible de toute personne voulant éprouver réellement la nature artistique de la situation »[70]. Elle invite à être attentif à l'action du spectateur ordinaire et à la manière dont il participe à la construction de la qualité artistique des films.

[67] LEVERATTO, J.-M. 2005. *op. cit.*, pp. 103-142.

[68] LEVERATTO, J.-M. 2003. Histoire du cinéma et expertise culturelle. *Politix*. « Politiques du cinéma ». Volume 16-n°61. Paris : Hermès, pp. 17-50.

[69] Ibidem

[70] LEVERATTO, J.-M. 2006. *op.cit.*, p. 25.

CHAPITRE II- PRESENTATION DE L'ENQUETE

Introduction

Il ne s'agit pas dans cette thèse d'adopter une attitude condescendante à l'égard du cinéma populaire en s'étonnant par exemple que « nous sommes voués à dédaigner les choses qui nous donnent du plaisir et à avoir honte du plaisir qu'elles nous donnent »[71]. Mais plus simplement de décrire les pratiques des spectateurs de Longwy et leur mesure des différentes situations auxquelles ils participent comme nous y invite le programme de l'expertise culturelle, bref de de réinvestir la richesse de l'expérience du cinéma du point de vue de la consommation. Pour cela, mon outil privilégié est l'observation participante qui « permet de donner aux entretiens un tour plus conversationnel », car « les entretiens in situ sont une forme particulière d'interaction et contribuent aussi à l'insertion du chercheur dans la culture locale, les procédés de recension passent à la fois par du discours et par du visuel » [72]. C'est cette variété qui « permet de mieux tenir compte des multiples registres et stratifications du social que le chercheur étudie. La prise en compte de données hétéroclites, plus ou moins pertinentes ou de fiabilité variable, permet d'appréhender des morceaux de réel de nature différente et dont l'imbrication et le recoupement garantissent une plausibilité accrue »[73]. Je privilégie ce faisant une démarche ethnographique en visant à déterminer « la place qu'occupe cette série de phénomènes dans l'activité humaine locale. C'est-à-dire « en déterminer la fonction sociale dans les conditions de temps et de lieu données, son action sur d'autres éléments sociaux, l'action que ceux-ci exercent sur elle en retour » et « les formes diverses qu'elle revêt suivant l'action des autres facteurs en jeu et les formes de sa production » [74]. J'essaierai le plus souvent de combiner les enseignements provenant de mes observations, de

[71] SHUSTERMAN, R. 1991. *L'art à l'état vif. La pensée pragmatiste et l'esthétique populaire*. Paris : Minuit, p. 138.

[72] HEAS, S. et POUTRAIN, V. 2003. Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet. Revue en ligne *Ethnographiques.org*, n° 4 (page consultée le 15 nov. 2003).

[73] Ibidem.

[74] Cf. VAN GENNEP, A. 1998. Ethnographie, sociologie, jolies choses et techniques. *Socio-Anthropologie*, n°3, « Technique : arts du social ».

mes lectures et des documents qui préexistent à mon enquête tels que les statistiques locales ou nationales et les journaux locaux. Je présenterai d'abord dans ce chapitre la méthode que j'utilise (section I) puis le terrain de l'enquête (section II).

Section I- Eléments de méthode

Je m'inscris donc dans le cadre d'une sociologie pragmatique (I) qui necessite de se rapprocher de l'expérience des spectateurs (II).

I- Une sociologie pragmatique

Il s'agit de prendre au sérieux le discours des spectateurs (A) et de prêter une attention particulière aux situations (B).

A- Une attention aux discours des spectateurs

Partir des individus et examiner la manière dont ils s'accordent sur ce qu'ils ont ressenti et sur la valeur de ce qu'ils ont ressenti permet de dépasser l'explication par les catégories sociologiques usuelles (classe sociale, groupe, statut, rôle, culture, société). Cette posture facilite la reconnaissance de « la pluralité de modes d'engagement des êtres, humains et non humains, dans le monde »[75]. Selon Bruno Latour, en effet, le sociologue n'a pas à « doter les êtres de qualités spécifiques, ni à les classer ; […] il ne lui appartient pas de dater les événements et encore moins de leur attribuer des causes et des raisons[76] ». C'est cette méthode que propose Antoine Hennion dans *La passion musicale* et dans *Figures de l'amateur* pour qui : « si analyser le goût, c'est demander aux gens ce qu'ils aiment, l'enquête peut, en effet, révéler les déterminations sociales très fortes du goût – mais c'est le sociologue qui a pris la musique pour un objet, et non l'amateur ; avant même que la première question n'ait été posée, le goût a été réduit aux objets sur lesquels il porte, venant remplir les cases inférieures

[75] CORCUFF, P. 1995. *Les nouvelles sociologies. Constructions de la réalité sociale*. Paris : Nathan, collection "128".

[76] NACHI, M. 2006. *Introduction à la sociologie pragmatique*. Préface de Luc Boltanski. Cursus. Armand Colin, p. 51.

d'un tableau de CSP. Si c'est demander comment on aime selon les situations, si c'est observer à travers quels conditionnements certains états surgissent parfois à partir de certains objets et dans certaines configurations, non pas essayer d'obtenir une réponse et de produire une interprétation cachée sur « ce que vous aimez mais produire en commun un travail d'auto-interrogation et d'auto-description sur ce qui amène dans de telles occasions à dire qu'on a aimé ça…l'enquête peut commencer ! »[77].

Il s'agit donc de mieux comprendre « la manière dont les individus s'entendent pour établir les différences culturelles utiles à leur action, et s'accordent sur ce qui justifie leur admiration artistique de certains objets »[78]. Prendre au sérieux la réflexivité des spectateurs ne réduit pas le rôle de l'ethnographe car « seul l'ethnographe a le temps, les moyens et la disponibilité mentale pour restituer tour à tour l'ensemble des différents points de vue sur un événement, pour faire un tour de la situation[79] ». Prendre au sérieux la parole du spectateur permet d'éviter, enfin, l'écueil relatif à la définition d'un public car il faut d'abord saisir l'objet dont il y a public pour pouvoir discerner ce dernier[80]. Le chercheur se condamne alors, comme on l'a vu, à réduire la pratique du spectateur à la sortie cinéma, au lieu de le suivre en action dans la diversité des situations où il se reconnaît comme spectateur, qu'il regarde, qu'il parle ou même plus simplement qu'il pense au cinéma.

B- Une attention à la situation

> « Un vase peut contenir toutes sortes de choses, mais son anse appartient au monde qu'on dit réel ». Erving Goffman [81]

Pour le spectateur, l'amour du cinéma, comme celui de certains films, trouve son origine dans les films eux-mêmes mais aussi dans le mondre réel, ce qui confirme l'idée selon laquelle le spectateur fait preuve de réflexivité comme le suppose la sociologie pragmatique. Dès mes premiers entretiens, j'ai observé un spectateur qui ancre ses expériences dans les conditions

---

[77] HENNION, A. et alii, 2000, *op. cit.*

[78] LEVERATTO, J.-M. 1997, *op. cit.*, p. 405.

[79] BEAUD S. et WEBER F., 2003, *op. cit.*, p. 301.

[80] ESQUENAZI, J.-P. 2003. *Sociologie des publics*. Paris : Repères, La découverte, Paris, p. 4.

[81] GOFFMAN, E. 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Minuit, p. 243. (1ère éd. 1974).

matérielles et sociales de son existence sans oublier pour autant les qualités qu'il attribue aux films. La question de l'ancrage de l'activité revient à se demander avec les spectateurs comment le cinéma s'inscrit dans sa vie sociale. Je ferai donc souvent appel dans le compte-rendu de mon observation à la notion de cadre et notamment de cadre d'interprétation qui est pour Erving Goffman, ce qui permet aux individus de « localiser, percevoir, identifier, classer les événements de leur environnement, de leur vécu et du monde »[82]. Je ne considèrerai pas uniquement les interactions en face à face entre les acteurs, mais aussi les interactions où interviennent des environnements fabriqués (le multiplexe, le Home Cinéma), et des interactions à distance avec les films et entre spectateurs (échanges sur internet, prêts de films etc.). Le rôle des objets dans ces situations sera ainsi pris au sérieux car les choses ne nous invitent pas seulement à les identifier comme des marqueurs de l'action humaine mais elles sont également susceptibles de faire et d'agir sur nous[83].

II- Etre au plus près des spectateurs

Suivre les spectateurs m'interdit de restreindre à priori les lieux de mon enquête, les personnes que j'interrogerai ou les films[84]. Au contraire, j'ai essayé de multiplier les lieux et les méthodes d'enquête (A) en m'incluant dans l'observation (B).

A- Multiplier les lieux et les méthodes d'observation

L'accès à la réalité pour le sociologue nécessite de prendre en compte la situation dans laquelle l'expérience cinématographique est vécue mais également dite. Mon approche ethnographique se veut donc combinatoire puisqu'elle mobilise plusieurs lieux et plusieurs méthodes d'observation dont les entretiens (1) et les conversations tenues dans mon entourage (2).

---

[82] GOFFMAN, E. 1991, *op. cit.*

[83] HENNION, A. 1993, *op. cit.*, p. 371.

[84] Nathalie Heinich recommande notamment au sociologue de ne pas choisir ses objets mais « de se laisser guider dans le monde des acteurs tel qu'ils l'habitent ». HEINICH, N. 2001, *op. cit*, p. 99.

1- Les entretiens

Les entretiens et questionnaires ont été souvent menés en situation selon les recommandations de Jean-Yves Trépos pour qui il faut « rapporter les jugements […] aux contextes cognitifs dans lesquels ils prennent sens » et « tenir les différences d'acte de jugement pour ce qu'ils valent dans les espaces où ils s'exercent »[85]. Il ne s'agit pas, en effet, de renvoyer les pratiques des spectateurs à des déterminants externes mais de relever les déterminants que le spectateur choisit lui-même. L'important, par ailleurs, est de préciser tout autant « ce qu'il aime » et ses façons de faire » et « comment il aime »[86]. Ceci oblige à reconnaître au-delà des catégories socio-démographiques usuelles (âge, sexe, catégories socio-professionnelles), les dispositifs socio-techniques (venir au cinéma seul ou accompagné, en semaine ou en week-end) et l'expertise que font les spectateurs tant de la situation que des films vus.

2- Les conversations

Plus encore que d'observation participante, c'est d'observation entendante [87] qu'il faut parler tant les « occasions de ma vie sociale quotidienne »[88] et les discussions cinéma auxquelles j'assiste à Longwy sont nombreuses. L'étude pionnière réalisée par Elihu Katz et Paul Félix Lazarsfeld[89] et qui consistait à déterminer l'impact de l'influence personnelle sur la réception des médias, au niveau de la décision, portait déjà sur le cinéma. Elle ouvrait la voie, ainsi, à la prise en compte par le sociologue des conversations. En France, dans le domaine du cinéma, la conversation a déjà constitué le terrain de thèses, telle celle de Laurence Allard[90]. Les travaux de Dominique Boullier, qui a étudié par le même moyen la télévision, sont, à cet

---

[85] TREPOS, J.-Y. 1996. *La sociologie de l'expertise*. Paris : Que sais-je, Presses Universitaires de France, p. 65.

[86] HENNION, A. et alii, 2000, *op. cit.*, p. 69.

[87] COPANS, J. 2002. *L'enquête ethnologique de terrain*. Paris : 128, Nathan, (1ère éd. 1999).

[88] Ibidem.

[89] KATZ, E. et LAZARSFELD, P.-F. 1955. *Personal influence*. New York, Free Press.

[90] ALLARD, L. 1994. *L'espace public esthétique et les amateurs, l'exemple du cinéma privé*. Thèse de doctorat », Université Sorbonne Nouvelle Paris III. La thèse de Laurence Allard et son étude de la sociabilité esthétique que dégagent les cinéastes amateurs d'un Ciné-Club lors d'interactions verbales est à la fois pionnier et rare dans la liste des travaux empiriques portant sur la réception du cinéma. Elle a poursuivi l'étude des interactions nouées autourdes films par un article « Cinéphiles à vos claviers » publié dans le numéro de réseaux. ALLARD, L. 2000. Cinéphiles, à vos claviers. *Réseaux*, n°99, « Cinéma et réception », Hermès.

égard, également pionniers en France[91]. Mon enquête en diffère cependant de par la taille de mon terrain et de par le fait qu'étant moi-même longovicien, je fais partie des « indigènes » observés[92], mais elle partage le même présupposé méthodologique. Ce ne sont pas seulement les chiffres de fréquentation des films projetés qui peuvent nous renseigner sur les jugements des spectateurs, mais les conversations qui sont tenues à leurs propos qu'elles soient en rapport direct ou non avec la consommation cinématographique. En effet, comme la télévision, le cinéma fait partie des objets que nous mobilisons naturellement au cours de la conversation. Que le film soit diffusé à la télévision ou au cinéma, il donne aux personnes l'occasion de se rencontrer sur un terrain commun : « tu as vu le film hier à la télévision ? », « qu'est-ce que tu as fait ce week-end ? ». Enfin, utiliser les conversations spontanées sur le cinéma, c'est neutraliser les effets de la situation d'entretien sociologique et la montée en généralité qu'elle entraîne. Ce n'est pas renoncer à l'entretien mais le compléter par la prise en compte d'un discours plus familier et plus ordinaire.

B- S'inclure dans l'observation

La démarche ethnographique en tant qu'elle reconnaît l'implication personnelle du chercheur est un moyen de mieux comprendre ce qu'il se passe. Comment comprendre la consommation cinématographique sans être soi-même spectateur ? Regarder des films, les évaluer, en parler est une expérience bien trop familière pour s'en abstraire facilement. De même, il me parait inconcevable de parler cinéma sans s'appuyer sur un savoir cinématographique minimum. En faire abstraction à des fins d'objectivité se révèle finalement peu avantageux. Mon positionnement par rapport à mon objet de recherche ne repose donc pas sur le postulat de neutralité axiologique prôné par exemple par Nathalie Heinich[93]. Il me semble au contraire

[91] BOULLIER, D. 2003. *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*. Paris : Champs visuels, Hermes. Ce dernier, dans une observation de trois milieux professionnels (pendant les temps de rencontre tels que le déjeuner, la machine à café etc.,) a pris au sérieux ces moments d'échange entre gens ordinaires sur la télévision. L'ethnométhodologie sert de cadre épistémologique au relevé de ces conversations télé et l'auteur insiste sur « l'imbrication des mondes vécus et des media rend impossible une véritable réflexivité de la société sur ces media » (BOULLIER, D., 2003, *op. cit.*, p. 16).

[92] Pour Jean Copans, la vie sociale et quotidienne est « hybride et ambiguë, puisqu'elle est à la fois, celle qu'observe l'ethnologue (et que sa présence peut modifier ou influencer de manière même imperceptible), celle que suscite l'ethnologue pour conduire son enquête…ou faire son marché, et celle qui existerait indépendamment de lui et qu'il ne connaît qu'indirectement par ouï-dire, par entretiens, par confidences, là encore plus ou moins spontanés ou dirigés » (COPANS, J. 1999, *op. cit.*, p. 65).

[93] HEINICH, N. 2001, *op. cit.*

que l'implication du chercheur, outre qu'elle stimule l'échange avec l'enquêté, permet également de mieux le comprendre.

Jean-Marc Leveratto considère, par exemple, que l'observateur des pratiques culturelles doit mettre le spectacle et le spectateur au centre de son observation et reconnaître son implication dans l'observation qu'il ne peut comprendre que parce qu'il est familiarisé avec elle et qu'il en apprécie la valeur[94]. Ce n'est que parce qu'il s'appuie sur sa sensibilité personnelle qu'il peut interprêter la conduite du spectateur et le sens du spectacle. Le chercheur doit donc refuser toute position d'extériorité ou de supériorité vis-à-vis de ceux qu'il observe et reconnaître sa propre implication corporelle dans l'observation scientifique. L'observation ethnographique me permet donc de prendre la mesure de l'implication personnelle du chercheur dans la situation et la manière dont il « affecte l'interprétation de la situation »[95]. La scène suivante est un bon exemple de l'intérêt pour le chercheur de se mêler à ceux qu'il observe et la façon dont la familiarité nouée avec les acteurs garantit la valeur de l'observation. Je suis au vidéo-club de Longwy-Haut avec une amie qui est venue louer *The Last Dance* avec Patrick Swayze, un film construit sur le même principe que le célèbre *Dirty Dancing* toujours avec le même acteur et que cette amie apprécie d'autant plus qu'elle est passionnée de danse. Elle s'apprête à le louer quand le gérant, Daniel. s'adresse à elle :

> Daniel : On a quand même des meilleurs films que ça !
> Mon amie : Ah bon, lequel ?
> Daniel : *Brokeback Mountain*, c'est vraiment bien.
> Mon amie : Ca parle de quoi ?
> Daniel : De deux cow-boys homosexuels qui …
> Mon amie : Non très peu pour moi…
> Daniel : Mais attendez il a eu un oscar !
> Mon amie : Non, c'est pas ma tasse de thé moi c'est un film sur la danse que je suis venue chercher.

L'histoire ne s'arrête pas là. Quelques mois plus tard, mon amie réclame alors le film *Mémoires d'une Geisha* au même magasin, qui ne le propose pas à la location. Elle me rapporte cet échange :

---

[94] LEVERATTO, J.-M, 2006, *op. cit.*

[95] NEMESSANY, V. 2005. Pour une ethnographie de la culture artistique. *Le Portique*, « Recherches 3 - Cahier 3 ». Disponible sur http://leportique.revues.org/document751.html. Consulté le 18 septembre 2006.

> Daniel : Non on l'a pas pris, ça se loue pas facilement vu que les gens ne louent que des films commerciaux !
> Mon amie : Ah bon c'est dommage, j'ai vu la bande annonce il a l'air d'être vraiment bien…C'est un beau film on dirait.

Cette fois-ci, mon amie désirait voir un film d'auteur, non pas parce qu'il s'agissait d'un film d'auteur, mais parce que l'histoire lui plaisait et qu'elle avait bien aimé les bandes-annonces au moment de sa sortie en salles. La scène est intéresante car elle nous confronte à une conduite d'un consommateur qui ne se laisse pas définir par l'attachement à un certain type d'objet « commercial » versus « artistique ». Elle illustre l'intérêt et la nécessité pour le chercheur de se rapprocher des spectateurs pour dépasser ces classifications trop éloignées de la réalité de leur expérience du cinéma.

Section II- Le terrain de l'enquête et les corpus

Des entretiens et des questionnaires (I), l'observation des situations d'échange (II) ainsi que le recueil de données (III) ont constitué les 3 axes de ma méthodologie d'enquête.

I- Des entretiens et des questionnaires

Plus de 70 entretiens ont été menés auprès des spectateurs (dont 35 à leur domicile) sur leurs pratiques actuelles et passées, leurs préférences, leurs souvenirs. Une dizaine d'entretiens a, dans le même temps, été menée auprès des professionnels du cinéma à Longwy (Utopolis, Vidéo Clubs, médiathèque etc.). J'ai également soumis plusieurs questionnaires différents aux spectateurs avec, à chaque fois, un objectif bien précis. D'abord, un questionnaire avec des questions ouvertes a été passé auprès de 70 spectateurs d'Utopolis, le multiplexe de la ville en 2002 et 2003. J'ai cherché à comprendre, avec eux, l'expérience « aller au cinéma ». Ensuite, en Janvier 2005, je soumettais un questionnaire à 210 longoviciens sur leurs pratiques avec un questionnaire très court et à questions fermées (combien de fois allez-vous au cinéma par an ? Combien de films louez-vous, achetez-vous, téléchargez-vous, regardez-vous, possédez-vous ?). La même année, un autre questionnaire a enfin été soumis à 87 étudiants de l'IUT de Longwy, un questionnaire essentiellement centré sur leurs pratiques en matière de cinéma et qui reprend les mêmes questions que le précédent mais avec davantage de détails.

II- Les conversations quotidiennes

J'ai observé, mémorisé ou enregistré plus de 50 conversations sur le cinéma entre 2003 et 2007. Les personnes qui y participent se connaissent et l'échange échappe partiellement aux enjeux de hiérarchie qui caractérisent une interaction dans une institution (entreprise, administration…). Les conversations ont été relevées, pour la plupart, au complexe sportif de la ville (et notamment à la salle de musculation), à l'IUT où j'enseigne et au bar café que je fréquente avec des amis. Ma position d'enquêteur n'est pas connue à la salle de sport, où on ne me connaît que comme enseignant en économie, ni dans le bar que je fréquente. D'autres conversations ont été enregistrées au hasard de mes rencontres à Longwy[96] puis retranscrites « après-coup » en respectant le vocabulaire et le style d'énonciation de chacun. J'ai aussi enregistré des conversations plus formelles avec mes étudiants de l'IUT de Longwy, auxquels j'ai présenté mon objet d'enquête en leur disant : « je cherche à savoir comment les gens parlent du cinéma et des films quils ont aimés ». J'ai notamment mis à profit la pause que j'effectue à 10 heures chaque lundi matin et qui permet une respiration dans un cours de 4 heures pour les étudiants qui disposent alors de 20 mn (officiellement mais ça déborde souvent), pour boire un café, fumer une cigarette et s'échanger des anecdotes du week-end tout juste achevé. A la salle de sport, au bar de la ville, à la pause café de l'IUT, je n'ai qu'à tendre l'oreille, prendre des notes et mémoriser les conversations qui s'y tiennent. Le corpus réuni permet ainsi de répondre à une question plus simple : pourquoi parle-t-on des films et dans quel but ? Quelle est la fonction pratique de la « discussion cinéma » ?

Cette méthode offre l'avantage de compléter par des corpus naturels les corpus ad hoc constitués par les entretiens[97], même si les conversations naturelles comportent certaines limites. La première a trait aux situations observées qui correspondent en fait à plusieurs scènes sociales[98] qui se côtoient : les participants à ces interactions sont, en effet, tout à la fois

[96] J'ai parfois suscité ces discussions à partir de : « quelqu'un est allé au cinéma ce week-end ? », « quelqu'un a vu le dernier Spielberg ?». Je pense que ceci n'enlève rien au caractère naturel de ces discussions puisque j'entends moi-même quotidiennement ce genre de questions..

[97] Pour Jean COPANS, la recherche de corpus naturels doit prendre le pas sur la fabrication de corpus ad hoc résultant d'entretiens (COPANS, J. 2002, *op. cit.*, p. 65).

[98] Pour S. BEAUD et F. WEBER, la scène sociale ne se réduit pas à la coprésence d'individus comme chez Goffman, puisque un espace de coprésence peut être à l'intersection de plusieurs scènes. Les auteurs donnent l'exemple suivant : « lorsque j'emmène mes enfants manger à la cantine de mon bureau, j'effectue une

des spectateurs de cinéma mais également des sportifs, des étudiants, des amis etc. La seconde a trait à la qualité de ces conversations par nature événementielles, situées et spontanées sur lesquelles j'ai donc peu d'influence.

III- Le recueil des données

J'ai d'abord porté mon attention sur les statistiques socio-économiques de la ville que j'ai ensuite mobilisées lorsque le spectateur, lui-même, y faisait allusion ou bien lorsque je cherchais à vérifier la valeur représentative de mon échantillon de spectateurs. J'ai effectué, ensuite, un relevé du classement des meilleures entrées réalisées chaque année au multiplexe mais aussi des meilleures ventes de DVD à Auchan comme de la composition par genres et année de création des films proposés à la location par la médiathèque. J'ai, par ailleurs, observé la programmation des chaînes de télévision locales en matière de cinéma et l'offre de DVD faite par les magasins de Longwy. M'intéressant à la sociabilité nouée autour des films, j'ai relevé les discussions cinéma qui se nouaient autour de moi ainsi que les critiques postées sur le forum internet du multiplexe où votaient également les longoviciens. J'ai relevé également tous les articles de la presse locale relatant les événements cinéma à Longwy. J'ai ensuite relevé les titres et genres des films en circulation à Longwy (au multiplexe, dans les magasins et au domicile même d'une quarantaine de spectateurs) et ce, pour deux raisons. D'abord, il s'agit pour moi de ne pas ignorer les films et leurs effets sur les spectateurs et de ne pas dissocier les discours des films sur lesquels ils portent. Ensuite, il s'agit d'intéresser le lecteur qui ne manquera pas, je l'espère, de comparer la description de la consommation cinématographique des longoviciens à la sienne.

---

superposition risquée, puisque les normes de comportement ne sont pas les mêmes dans les deux scènes) entre scène professionnelle et scène familiale ». (BEAUD, S. et WEBER, F. 2003, *op. cit.*, p. 330).

Conclusion

J'ai choisi d'inviter le lecteur à me suivre sur le terrain à Longwy, ou plutôt sur les terrains : dans les cafés, dans la salle de sport, au multiplexe, dans les vidéos clubs de la ville, sur le site internet de la ville et du multiplexe etc. Mon enquête peut ainsi prétendre porter sur la conduite cinématographique des spectateurs à Longwy car elle tient compte des différents modes d'appropriation, d'évaluation de la qualité et des différents usages que les spectateurs font des films grâce à une synergie de différentes techniques d'enquête que synthétise le tableau suivant.

Le terrain de la thèse

- Relevé de données statistiques sur la ville de Longwy
- Questionnaire passé à 210 longoviciens avec des questions fermées sur leur pratique cinéma.
- Entretiens menés auprès de 10 professionnels du cinéma à Longwy
- Examen et comparaison du box office local et national
- Tableau synthétique des variations d'entrées par jour à Utopolis.
- Relevés des plaques d'immatriculations des spectateurs d'Utopolis (n=50)
- 70 entretiens synthétisés par synoptiques : le spectateur d'Utopolis, avant et après le film.
- 35 entretiens à mon domicile ou au domicile des spectateurs
- 25 petits entretiens menés au multiplexe en mars 2005
- 15 petits entretiens menés avec des spectateurs qui louent des DVD au vidéo club.
- 87 questionnaires soumis aux étudiants de Longwy en Juin 2006
- 50 discussions relevées
- Relevés des messages déposés par les internautes sur le forum internet utopolis : 45 films, 405 messages, 9,2 messages par films
- Observation du forum internet de France 2 où se sont manifestés des longoviciens à propos du téléfilm *Le Cri*
- Observations des Blogs de Mona et Natacha et des courts-métrages de Baptiste ainsi que leur tournage.
- Relevé systématique des titres et genres des films possédés par une quarantaine de spectateurs

CHAPITRE III- LUMIERES SUR LA VILLE DE LONGWY

Introduction

30 ans après la fermeture de la sidérurgie, Longwy reste un objet qui préoccupe l'opinion publique. Un documentaire sur Arte diffusé le mardi 11 avril 2006 et intitulé *Longwy, cœur brisé*[99], la diffusion en première partie de soirée sur France 2 du téléfilm *Le Cri* en mars 2006, qui retrace la vie d'un ouvrier métallurgiste de la ville et un article publié dans le journal *Le Monde* du 15 décembre 2006 en témoignent. Je présenterai d'abord mon terrain d'observation, Longwy, à travers des considérations socio-économiques et même idéologiques (section I) puis je m'arrêterai sur l'évolution du cinéma et de son public dans cette même ville en parcourant les 50 dernières années (section II).

Section I- Longwy, en quête de renouveau

Longwy est une petite ville de 15 000 habitants, au cœur d'un bassin d'emploi de 82 700 habitants[100]. Le choix de la ville n'est pas anodin. C'est dans cette ville que j'ai découvert, enfant, le cinéma. J'y vis depuis 1988 dans un quartier HLM de Longwy-Haut[101]. Ma mère, alors à la recherche d'un emploi, avait choisi Longwy pour sa proximité avec le

[99] La chaîne Arte, sur son site internet présente le sommaire du reportage ainsi : « Trente ans de politique du chômage observés depuis Longwy, l'un des bassins d'emplois qui a reçu le plus d'aides publiques en France, ville mythique du monde ouvrier aujourd'hui désertée par la jeune génération ». Cf. http://www.arte.tv/fr/histoire-societe/chomage/Programme/1126008.html. Page visitée le 12 mai 2006.

[100] Allondrelle-la-Malmaison • Baslieux • Bazailles • Beuveille • Boismont • Bréhain-la-Ville • Charency-Vezain • Chenières • Colmey • Cons-la-Grandville • Cosnes-et-Romain • Cutry • Doncourt-les-Longuyon • Epiez-sur-Chiers • Fillères • Fresnois-la-Montagne • Gorcy • Grand-Failly • Han devant Pierremont • Haucourt-Moulaine • Herserange • Hussigny-Godbrange • Laix • Lexy • Longlaville • Longuyon • Longwy • Mexy • Montigny-sur-Chiers • Mont-Saint-Martin • Morfontaine • Othe • Petit-Failly • Pierrepont • Rehon • Saint-Jean-les-Longuyon • Saint-Pancre • Saint-Supplet • SAaulnes • Tellancourt • Thil • Tiercelet • Ugny • Ville-au-Montois • Ville-Houdlemont • Villers-la-Chèvre • Villers-la-Montagne • Villers-le-Rond • Villerupt • Villette • Viviers-sur-Chiers.

[101] Ce quartier est situé au cœur de la ville haute contrairement à des quartiers similaires dans d'autres villes qui sont situés à la périphérie. Le quartier, qui s'étend sur 8 hectares, a été construit de 1956 à 1968 dans le but de répondre aux besoins locatifs de l'après-guerre dans un contexte d'activité économique fortement consommatrice de main d'œuvre (sidérurgie) et notamment immigrée.

Luxembourg[102]. Parti faire mes études universitaires à Nancy en 1993, j'ai pu constater lors de discussions anodines, à quel point Longwy souffrait d'une image négative, notamment auprès des jeunes adultes. Cette ville qui a souffert de la fin de son activité principale, la sidérurgie et de l'exode de sa population dès la fin des années 70, est réputée ennuyeuse : peu de loisirs, absence de réel centre ville pour s'y promener, peu d'étudiants, ville triste etc. L'agglomération de Longwy n'est pourtant pas dépourvue d'équipements culturels et sportifs. Longlaville, une petite ville mitoyenne, possède même une salle de spectacle (la salle Elsa Triolet) qui accueille régulièrement chanteurs, comiques et pièces de théâtre. De même, à Longwy, on trouve facilement une piscine olympique, un stade d'athlétisme, des complexes sportifs etc. La ville souffre cependant de la comparaison, pour les adolescents et jeunes adultes, avec des villes comme Luxembourg-Ville (et ses innombrables bars et discothèques), Thionville (qui offre avec sa voisine, Amnéville, un véritable pôle de divertissements), et surtout Metz ou Nancy (les deux principales villes étudiantes de la région Lorraine). Pour comprendre cette situation actuelle, quelques rappels sur l'évolution socio-économque de la ville (I) ainsi que sur les discours idéologiques qu'elle suscite sont nécessaires (II).

I- Longwy une histoire singulière

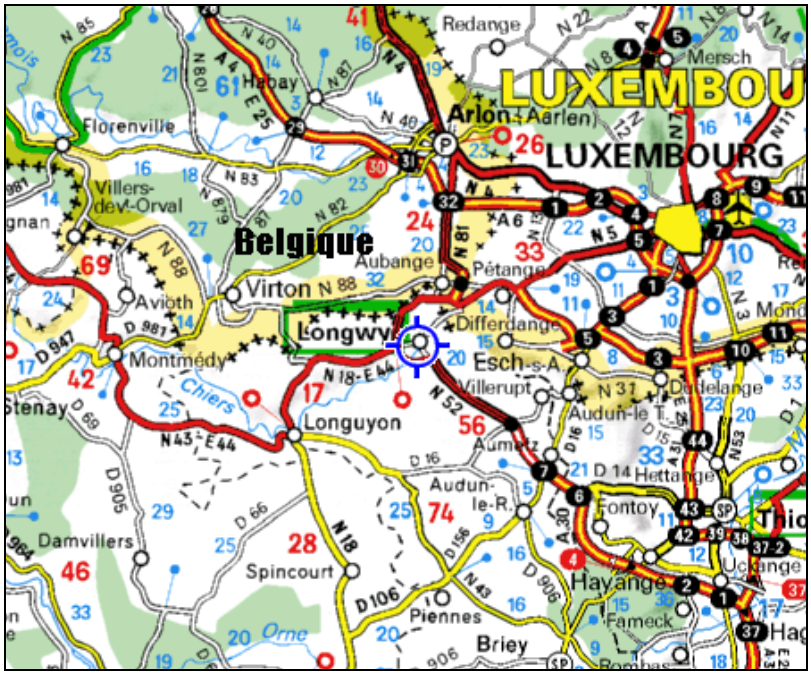
J'aborderai quelques caractéristiques de Longwy soit, son insertion géographique (A), son passé mono-industriel (B), l'espoir du renouveau initié par le Pôle Européen de Développement (PED) (C) et ses travailleurs transfrontaliers (D).

A- L'insertion géographique du « Pays-Haut »

La zone de Longwy est située à l'extrême nord de ce que l'on nomme depuis toujours le « Pays-Haut » Meurthe-et-Mosellan. Elle possède des frontières avec le Luxembourg et la Belgique, frontières désormais plus virtuelles que réelles, sous l'effet de l'intégration de plus en plus poussée de la France dans l'espace communautaire européen. Cette carte des réseaux de communication routiers l'atteste :

[102] J'arrive à Longwy à 13 ans de la cité minière (minerai de fer) de Briey et plus précisément de Tucquegnieux

Carte de Longwy



La zone d'emploi de Longwy rassemble 51 communes du nord de la Meurthe-et-Moselle en Lorraine soit un total de 82 700 habitants en 1999[103]. De taille moyenne[104], cette zone d'emploi rassemble 11,6% des habitants de Meurthe-et-Moselle et 3,6% des habitants de Lorraine. La ville la plus importante de l'agglomération, Longwy réunit 14 544 personnes mais elle est entourée de villes plus petites comme Herserange (4 327 habitants), Haucourt-Moulaine (2 987), Réhon (3 200), Lexy (2 994), Longlaville (2 377) ou encore Mont St Martin (8 241). Ensuite, viennent s'ajouter trente villages qui présentent une taille inférieure à mille habitants, peu distants de Longwy. A 20 km à l'Est de Longwy se trouve Villerupt, bien connue pour son festival du film italien et à 25 km au sud se trouve Longuyon. Il faudrait cependant ne pas considérer ce bassin d'emploi pour délimiter mon terrain d'observation mais plutôt l'agglomération transfrontalière de Longwy[105] tant le marché du cinéma à Longwy en salle comme à la vente ou à la location sur support DVD concerne les villes également transfrontalières que sont Rodange, Pétange pour le Luxembourg et Athus, Aubange pour la

(petite ville de 1500 hbts).

[103] INSEE-Lorraine et informations donnée sur le site du conseil général de Meurthe et Moselle.

[104] Elle apparaît au 9ème rang des zones d'emploi les plus peuplées de Lorraine et au deuxième rang de celles de Meurthe-et-Moselle loin derrière la zone de Nancy qui regroupe à elle seule 58% des habitants de ce département.

[105]Belgique : Aubange, Messancy, Musson, Saint-leger. France : Chénieres, Cons-la-grandville, Cosnes-et-romain, Cutry, Gorcy, Haucourt-Moulaine, Herserange, Hussigny-Godbrange, Lexy, Longlaville, Longwy, Mexy, Mont-Saint-Martin, Morfontaine, Saulnes, Ugny. Luxembourg : Bascharage, Pétange, Differdange.

Belgique. Dans ce cas, la population concernée passe à plus de 120 000 habitants[106]. Du fait de la disparition des petites salles, l'ensemble de l'offre cinématographique est concentrée aujourd'hui, à Longwy et plus particulièrement à Utopolis, installé, depuis 2001, sur les anciennes friches industrielles.

B- Grandeur et décadence d'une région mono-industrielle

Au cours des dernières années, de nombreux chercheurs universitaires se sont penchés sur l'histoire de cette région et le succès public de certaines de ces études leur ont conféré une réputation nationale dans les cercles intellectuels. C'est le cas de Gérard Noiriel dont l'ouvrage *Longwy. Immigrés et prolétaires. 1880-1983* s'inscrit dans une production très abondante d'ouvrages et d'études socio-historiques sur la localité [107].

Du point de vue de l'histoire économique mondiale, la zone de Longwy a perdu, depuis 1975 où elle comptait encore 105 146 habitants, un peu plus du cinquième de sa population (-21,3%). Cette réduction du nombre d'habitants a été très forte et régulière dans les années 70 et 80 avec, respectivement, –10,2% et –11,2%. Cette zone fait partie des 10 zones d'emploi[108] en Lorraine qui ont perdu des habitants durant cette période. Les années 70 et 80 marquent la période de crise de la sidérurgie qui fut vécue par la population comme un véritable

[106] 120.271 habitants si on prend en compte l'agglomération transfrontalière qui regroupe 23 communes de Lorraine, de Belgique et du Grand-Duché du Luxembourg).

[107] PRECHEUR, C. 1959. *La Lorraine sidérurgique*. Paris : Sabri.

BONNET, S. 1981. *La ligne rouge des hauts- fourneaux*. Paris : Editions dentée Serpenoise.

NOIRIEL, G. *Longwy immigrés et prolétaires*. 1880-1983. Paris : PUF, 1984.

NEZOSI, G. 1998. Vie et mort d'une identité professionnelle. L'idéologie de l'Homme du fer sur le bassin sidérurgique de Longwy. *Revue française de sciences politiques*, Vol. 48, N° 5, pp. 625-644.

DESHAYES, J.-L. 1995. *Filiations et ruptures intergénérationnelles dans le Bassin sidérurgique de Longwy*. Thèse, (Sous la dir. de TERRAIL, J.-P.).

LEVERATTO, J.-M. et MONTEBELLO, F. 2001. Faire l'histoire des hommes du fer. In BENSA, A., FABRE, D. Sous la dir. *Cahiers 18*, « Une histoire à soi ». Paris : Ed. de la MSH, pp. 45-70.

[108] Les zones d'emploi concernées par cette baisse du nombre d'habitants sont par ordre décroissant : le Bassin Houiller (- 4700 habitants) ; les Vosges de l'Ouest (-3200 habitants) ; la zone de Bar-Le-Duc (-2500 habitants) ; les zones de Longwy, de Remiremont et de Meuse du Nord (-1200 habitants), Les zones de Briey et d'Epinal (-1100 habitants) ; la zone de Lunéville (-800 habitants) et la zone de Commercy (-500 habitants). 7 zones d'emploi de Lorraine ont gagné des habitants sur cette période. Il s'agit de la zone de Metz (+ 12400 habitants),

cataclysme. Cette réduction de la population s'est toutefois très nettement ralentie durant les années 90 avec une réduction de 1,41% seulement entre 1990 et 1999. Les fermetures des usines ont alors marqué le coup d'envoi de nombreux départs de la région dans le cadre des plans sociaux (prime de retour au pays par exemple) mais aussi des phénomènes relativement massifs de départs de la population notamment jeune vers d'autres régions de France et en particulier vers l'île de France et le Sud de la France. Selon les chiffres fournis par le dernier recensement de 1999, 24,3 % de la population est âgée de plus de soixante ans, soit plus que la moyenne nationale qui était de 21,3%. Inversement, la part des moins de 20 ans est de 21,28 % contre 24,57 % au niveau national[109]. La mono industrie sidérurgique a connu une apogée en 1965-1966, avant la fermeture des usines à la fin des années 70. En perdant, entre 1975 et 1990, la moitié de ses emplois, Longwy est devenue le symbole de la désindustrialisation française[110].

C- Le Pôle européen de développement : le difficile renouveau

Pour contrer cette désindustrialisation, le programme financé par la Communauté Economique Européene et les pays signataires (Belgique, France, Grand- Duché de Luxembourg), est établi en 1985 pour dix ans. Il a alors pour objectif principal la création globale de 8 000 emplois « industriels et à forte valeur capitalistique » (dont 5 500 pour le côté français) sur les anciens sites de la sidérurgie. Dans l'attente, plusieurs communes françaises ont bénéficié d'aides « à titre transitoire » (dont Cosnes-et-Romain, Gorcy et Villers-la-Montagne toutes voisines de Longwy). La zone du PED compte alors une trentaine d'entreprises implantées, pour certaines d'entre elles, depuis 1990 et réparties entre les trois pays. Les entreprises bénéficient de subventions publiques « lorsqu'elles embauchent des enfants de sidérurgistes ou des chômeurs de longue durée, elles touchent des primes supplémentaires. Elles ont en principe un certain nombre de devoirs et dans les accords présidant à leur installation, il est souvent fait mention de l'obligation de se fournir sur place ou dans la région d'un certain nombre de produits finis ou semi-finis nécessaires aux

---

de Nancy (+ 3400 habitants) ; de Sarreguemines (+ 2200 habitants) ; de Toul (+1600 habitants) ; de Sarrebourg (+ 1200 habitants) ; de Thionville (+1100 habitants) et de Saint-Dié (+ 100 habitants).

[109] Toutes ces informations proveiient du recensement disponible sur le site de l'Insee. Cf. http://www.recensement.insee.fr/RP99/rp99/

[110] NOIRIEL, G. 1984, *op.cit.*

productions[111]». Les unités installées appartiennent souvent à des groupes internationaux dont les directions sont géographiquement éloignées à l'image de Daewoo et JVC. Ce sont pour l'essentiel des usines de montage. Cependant, les emplois créés sont réduits. Aujourd'hui, moins d'un tiers de la population en âge de travailler est réellement active, le nombre des chômeurs recensés est pratiquement resté le même qu'en 1986. Les fermetures successives d'usines du sud-est asiatique et l'affaire Daewoo ont à nouveau fait doute, à la fin des années 90, d'un rapide renouveau à Longwy.

L'impulsion donnée par Utopolis et le centre commercial Auchan respectivement en 2001 et 2003 dans la même zone qui autrefois accueillait les usines de la sidérurgie, a cependant redonné de l'espoir à la région. Le magasin Auchan a constitué, par exemple, la seule implantation d'entreprise à Longwy en 2003 où l'offre d'emploi purement locale est faible[112]. Du point de vue du dynamisme, il s'agit sans doute moins d'une création que d'un déplacement. Effectivement, alors que les centre-ville respectifs de Longwy-Haut, Longwy-Bas ou Mont Saint Martin sont étrangement désertés une fois passées les 18h, Auchan, accueille encore du monde jusqu'à 22 heures. Le centre commercial est ainsi devenu une « locomotive économique », selon Serge De Carli (maire de Mont St Martin) interrogé par le Journal Le Monde[113]. 16 autres enseignes sont ouvertes, fin 2007, sur l'ancien site de l'usine Daewoo juste en face d'Auchan créant ainsi un véritable espace de vie et de rencontres mais à l'extérieur de Longwy. Avec le multiplexe Utopolis, installé sur la même zone, ce pôle ainsi créé anime une région qui se sent encore sinistrée. La crise de la sidérurgie et le travail transfrontalier ont profondément transformé, en effet, la vie locale, tant et si bien que les longoviciens eux-mêmes parlent de « cité dortoir ».

---

[111] Cf. « Un aspect de la reconversion des zones industrielles : Le bassin de Longwy à travers l'implantation des usines du groupe Daewoo. Ou encore, comment aider le patronat à devenir délinquant ». Catherine Levy (Laboratoire G. Friedman, CNRS. Paris. France) et Jean Claude Feite (CAG-Lor- Longwy). Shanghai Conference 11- 13 September 2003. *Emploi, cohésion sociale, mondialisation, NTIC.*

[112] Sur 3 600 offres d'emploi en 2004, 45 % des offres provenaient de Belgique et du Luxembourg. En 2002 et 2003, cela représentait respectivement 25 % et 33 %, et environ 50 % en 2005. Ce chiffre vient des actes du séminaire tranfrontalier Eurs-Oie EURopean Employment Services – Observatoire Interrégional de l'Emploi) organisé les 14 - 15 mars 2005 à Luxembourg-Kirchberg, dans le cadre de la Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union Européenne intitulé : « Dimensions socio-économiques de la mobilité transfrontalière ».

[113] *Le Monde*, 15 décembre 2006, *op. cit.*

D- Le travail des frontaliers

D'après *Economie Lorraine*, la zone d'emploi de Longwy connait en 1996 une part de frontaliers égale à 25 %[114]. En décembre 1999, 9 879 actifs travaillent au Grand-Duché du Luxembourg[115], soit près de 82% des travailleurs frontaliers du bassin d'emploi de Longwy. Ils se dirigent à hauteur de 27,6 % vers 1es industries manufacturières, puis se répartissent de manière à peu près égale entre commerces, immobilier, et services aux entreprises. Le phénomène transfrontalier s'est encore accentué après cette étude.

L'évolution des emplois frontaliers de 1990 à 2001 à Longwy

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001*	Evolution 1990/2001* (%)
Belgique	891	1 116	1 373	1 448	1 469	1 542	1 533	1 665	1 828	1 938	2 013	2 109	136,7
Grand-Duché de Luxembourg	5 023		-	6 813	7 123	7 601	7 880	8 334	9 072	9 879	10620	11 507	129,1
Ensemble des frontaliers	5 914	1 116	1 373	8 261	8 592	9 143	9 413	9 999	10900	11817	12633	13 616	130,2

Exemple : en 1999, la population active était de 34 767 personnes et la population de personnes actives ayant un emploi de 30 552 personnes.

Ces travailleurs sont relativement jeunes[116]puisqu'il ont en moyenne 35,9 ans contre 38 ans pour les résidents luxembourgeois. Il s'agit surtout d'une main-d'œuvre masculine et ouvrière. Les 2/3 sont des hommes concernés pour l'essentiel par des emplois dans l'industrie et le bâtiment. 61,5% parmi eux ont des statuts d'ouvriers alors que ce statut ne concerne que 43% des actifs résidents au Luxembourg. L'attrait pour le travail frontalier, pour le longovicien, s'explique surtout par l'existence de salaires plus attractifs au Luxembourg et d'un taux de change (avant l'euro) qui avantage les frontaliers. Les entreprises locales du bassin de Longwy n'hésitent d'ailleurs pas à parler de formes de concurrence déloyale de la part des entreprises luxembourgeoises qui leur enlèvent la main-d'œuvre la plus qualifiée remettant ainsi en question leurs propres perspectives de développement. La part des transfrontaliers a été multipliée par 2,3 (130%) entre 1990 et 2001[117] et ne devait plus cesser

[114] *Economie Lorraine,* n° 171, janvier 1998.

[115] *Economie Lorraine*, n° 192, décembre 1999.

[116] BELKACEM, R., BENNOUI, M. et ROUYER, R. 2003. Un territoire transfrontalier en crise : l'exemple du bassin transfrontalier de Longwy. *Rencontres Internationales Démocratie et Management Local*, Québec, 20-23 mai 2003.

[117] Chiffres Orefq.

d'augmenter. Situé au Sud du Luxembourg, à proximité de Esch-sur-Alzette, le projet Belval prévoit, d'ici 2015, la reconversion d'une friche sidérurgique de 120 ha en un vaste ensemble réaménagé en espaces immobiliers, culturels, tertiaires, économiques, administratifs et immobiliers. Ce vaste projet, qui devrait générer près de 25000 emplois, ouvre de nouvelles perspectives pour l'agglomération de Longwy.

Aujourd'hui, le revenu moyen par ménage est largement inférieur au revenu national (13 238 euros contre 20 363 Euros). Le taux de chômage (10%) est légèrement supérieur à la moyenne lorraine (9,7%) et à la moyenne de la Meurthe-et-Moselle (9,4%) ; dans cette zone d'emploi, le chômage longue durée (27,4%) est également plus élevé et se maintient à un niveau supérieur à la moyenne lorraine. Longwy n'est donc plus, en 2000, la ville prospère qu'elle était à l'époque de la sidérurgie et la fermeture du train à fil d'Herserange, dernière unité sidérurgique du bassin de Longwy (340 emplois) par Arcelor en 2005, marque la fin de l'histoire ouvrière de Longwy.

II- Les discours sur le renouveau longovicien

Ce portrait très statistique et socio-historique que j'ai proposé n'offre qu'une connaissance partielle du terrain de recherche. Il faut également tenir compte des discours dominant des politiques, journalistes et syndicats dont je retrace ci-après l'évolution.

Recueillant les slogans politiques et les éditoriaux du journal local Le républicain Lorrain, Jean-Luc Deshayes repère quatre discours qui se sont en partie succédés, en partie superposés, ces trente dernières années, pour passer d'un Longwy sidérurgique à un Longwy qualifié de ville qui a réussi sa mutation[118]. Dans la période de combat pour le maintien des installations, les principaux slogans derrière lesquels se sont retrouvés les habitants du bassin en 1979 sont « La sidérurgie c'est la vie à Longwy » ou « Par sa sidérurgie, Longwy vivra ». Face à ceux qui considèrent que le sort de Longwy en est jeté, les annonces de fermetures d'installations succédant aux arrêts effectifs d'installations, les organisations syndicales et politiques largement soutenues par la population locale n'auront de cesse de conjurer le sort en montrant

[118] DESHAYES, J.-L. 1995. *op. cit.*

un Longwy bien vivant[119]. Dans cette phase de lutte en partie unitaire, il s'agit d'accréditer auprès des médias et de la population locale que les habitants du bassin de Longwy constituent un groupe homogène, un « nous collectif ». Ainsi, de grands rassemblements visent à constituer la population en une entité visible et unifiée. Les solidarités doivent s'exprimer entre les générations, entre tous les habitants qui veulent vivre et travailler au pays, entre tous les sidérurgistes, ouvriers d'excellence, quel que soit leur statut et leur usine d'appartenance.

A partir de 1984, le discours de la transition supplante le discours du maintien. En effet, dans cette période, le discours dominant propose de s'opposer à l'immobilisme de la période précédente. Il faut changer d'image. Les stages de formation apprennent à parler, à se comporter, à négocier. Le bassin de Longwy doit se vendre, ne pas effrayer les investisseurs éventuels et préparer l'« après-sidérurgie ». Les différents courants continuent à se distinguer, le P.C.F. et la C.G.T. restant les plus attachés au discours du maintien, les plus ouvertement sceptiques vis à vis de la reconversion. Mais tous évoluent d'un discours à l'autre en intégrant les réalités économiques et sociales qu'on refusait hier d'envisager : le rétrécissement inexorable de la sidérurgie.

Le discours de la fracture s'impose progressivement dès le début des années 90. Il débute par un rejet visible : « Longwy a besoin d'être autre chose que la cité qu'on veut ausculter [...] Longwy et son agglomération doivent obligatoirement changer de peau. Les promoteurs du PED envisagent de greffer une nouvelle peau sur un tissu industriel gangreneux. » [120]. On le voit, l'avenir dans ce discours, se profile en rupture totale avec le passé. Unimétal, par exemple, est encore le principal employeur du bassin mais il faut le faire oublier pour renouveler l'image de la ville en vue d'attirer investisseurs et cadres et remobiliser la population. L'avenir du bassin ne se conjugue plus avec la sidérurgie.

Tout au long des années 1990, la thématique dominante de la reconversion va s'organiser autour de trois discours qui se succèdent mais se superposent en partie dans la définition d'une séquence « passé victorieux, présent partiellement en crise, avenir conditionné à une

[119] CHARASSE, D. et DESHAYES, J.-L. 1989. *Rites de la crise et crise des rites dans le bassin de Longwy.* rapport à la Mission du Patrimoine Ethnologique, Ministère de la Culture, Nancy, LASTES, Longwy, APEP.

[120] MULLER, J. 1987. Editorial du Républicain Lorrain, 17 janvier 1987.

mobilisation et à des efforts collectifs »[121]. Le premier est celui d'un PED qui présente un certain déficit en terme d'emplois créés et nécessite l'effort et la mobilisation de tous pour l'avenir. Le second est celui d'une construction transfrontalière et européenne souhaitée dès la création de ce « laboratoire de Europe » qu'est le PED, bien engagée, mais qui nécessite encore des efforts avant d'aboutir à la création de la première agglomération transfrontalière. Le troisième est celui d'une intervention salutaire de l'État qui a cependant négligé, compte tenu de l'urgence, les possibilités de résolution locale des problèmes. Ce déficit d'action locale doit se résoudre par une multiplication des initiatives intercommunales face à un État toujours présent mais modeste ou animateur, garant d'une démarche de développement local pour un Longwy considéré comme une « priorité nationale ». A cet égard, l'implantation du multiplexe Utopolis d'initiative locale est exemplaire de cette volonté des dirigeants de Longwy de « prendre en main » l'avenir de la ville. Utopia, la maison mère du multiplexe, prend en charge la construction du bâtiment quand le district de Longwy prend celle des aménagements alentours : parkings, voieries, électricité et espaces arborés.

Section II- Les mondes du cinéma à Longwy

La disparition progressive des cinémas dans les années 70 et 80 (I) ne signifie pas une désaffection pour le cinéma de la part des longoviciens tant l'offre de films tous supports confondus, à partir des années 80, n'a cessé de se diversifier (II).

I- L'histoire du cinéma à Longwy

L'histoire du cinéma à Longwy est bien documentée grâce, notamment à la thèse de Fabrice Montebello qui présente la seule histoire d'un marché cinématographique local disponible en France[122]. Son intérêt est qu'elle propose une histoire politique du spectacle cinématographique après la deuxième guerre mondiale qui restitue son encadrement

[121] DESHAYES, J.-L. 2000. Transformation des conditions d'existence, trajectoires d'emploi et socialisation initiale des enfants de sidérurgistes du bassin de Longwy, in *Documents du CEREQ*, « Trajectoires d'emploi et conditions d'existence des individus », n° 148.

[122] MONTEBELLO, F. 1997. *op. cit.*

idéologique du « peuple enfant » par l'Eglise, les partis politiques, et le patronnat[123]. L'auteur montre que l'implantation des cinémas dépend autant de l'héritage de ce paternalisme historique que des fonctions spécifiques associées à chaque salle de cinéma. Fabrice Montebello, rappelle que dans les années 50 à Longwy, on trouvait à la périphérie de l'agglomération, les petites salles de quartiers ; au centre, les grandes salles modernes qui projettent, avant les autres, les films en exclusivité. Les cinémas de quartier comptaient les salles familiales d' « esprit chrétien » et les séances « communistes ». Bien que toutes classées en catégorie E[124] ces salles possèdent des caractéristiques bien différentes les unes des autres selon l'analyse de Fabrice Montebello.

> De l'aspect extérieur ou intérieur des salles à la programmation des films, en passant par le nombre de places et leurs prix, la présence d'ouvreuses, d'un balcon, les contacts privilégiés avec le gérant ou le propriétaire de l'établissement, le type de clientèle rencontrée ("jeune", "familiale", "célibataire", "populaire", "bourgeoise", etc...), la qualité de la projection, ou encore l'emplacement géographique de la salle (à proximité d'un café ou à l'écart des voies de circulation, en périphérie ou au centre-ville,...). Ainsi, au centre ville se trouvaient, construits sur le modèle des salles de théâtre, avec scène, balcon et tapis rouge, les cinémas Palace et Rex. Ces derniers étaient fort différents des autres établissements cinématographiques de par leur taille (respectivement 800 et 618 places), mais aussi du point de vue de la programmation : les films "récents" programmés, ce qui explique ainsi leurs prix d'entrée plus élevé. Fabrice Montebello fait remarquer que « leur position centrale contribue à faire de ces salles des hauts-lieux de participation à la vie publique de la cité où la population, toutes classes sociales confondues, se donnent rendez-vous. Elles demeurent des points de référence incontournables pour l'amateur comme pour les spectateurs occasionnels.
>
> Situés à quelques mètres de la place principale - qui accueille toutes les grandes manifestations ouvrières de l'après-guerre dans le bassin de Longwy - ces cinémas sont synonymes de sorties, de modernité urbaine et d'ouverture sur le monde. Ces deux salles s'opposent ainsi aux plus petites de la périphérie. Ces dernières dont la

[123] Fabrice Montebello concluait cependant sa thèse sur la relative indépendance de l'esthétique des spectateurs de Longwy : « Le cinéma des ouvriers observés ne se satisfait ni de l'esthétique des catholiques, ni de celle des Ciné-Clubs, ni du réalisme socialiste ou de son appropriation militante, ni du néoréalisme italien, ou encore du cinéma de la "qualité française". En revanche, tout en étant opposées, l'esthétique des "beaux films américains" et celle des "hommes véritables" (propre aux ouvriers communistes) révèlent un imaginaire relativement proche : celui des hommes de l'acier ; ces hommes de l'usine sur lesquels le PCF s'est appuyé pour construire la figure héroïque du "métallo". L'imaginaire des hommes de l'acier fait de la modernité américaine ou soviétique le point d'appui d'un style de vie et d'une fierté ouvrière qui se sont construits contre l'ancien ordre des choses ».

[124] Sur les 5.163 salles de format standard recensées en 1948 en France, on trouve 67 salles de catégorie A, 45 de catégorie B, 288 de catégorie C, 895 de catégorie D, mais 2.044 de catégorie E (soit 39% du total) et 1824 de catégorie F. Les salles des catégories E et F sont donc les plus nombreuses en France et représentent près de 75% du parc des salles de format standard en France (Bulletin d'information du CNC, n°5, mai-juin-juillet 1948).

> programmation de films plus "anciens" apparaît d'autant plus ringarde qu'elle respecte scrupuleusement les consignes de l'Eglise (le Sainte-Anne, Le Foyer, la Salle des Fêtes de Saulnes, l'ancien Ciné-Réhonnais et d'une certaine manière le Gouraincourt-Cinéma). Plus petites et davantage inscrites dans les quartiers mêmes, entraînant proximité et tutelle sociale (contrôle des parents, des voisins, du curé, de l'usine,...). Alors que les cinémas de quartier étaient fréquentés comme on va acheter du pain, aller au Rex et au Palace, c'était "descendre en ville", et donc s'affranchir de la tutelle parentale, au moins le temps d'une séance[125].

Dès les années 70, certains cinémas se sont transformés en complexes, comportant 2 ou 3 salles plus petites, au lieu d'une seule et offrant, ainsi, un choix entre plusieurs films, notamment pour faire face à la concurrence de la télévision. D'autres salles ferment les unes après les autres et la télévision puis le magnétoscope d'un côté et la crise de la sidérurgie et la catastrophe démographique qui suivit de l'autre, ont eu raison des petites salles de quartier et seul, le Rex (3 salles) a survécu dans les années 80. Cett évolution, bien qu'accentuée par la fermeture des usines à Longwy, est également nationale. Eric Blin fait ainsi le même constat à Tours où il rélève après la seconde guerre mondiale une phase d'extension où les cinémas de la ville opposent des équipements d'envergure au centre ville (salles plus grandes et plus confortables avec plus de séances avec des films en exclusivité) et des équipements de proximité à la périphérie. Pour l'auteur, c'est l'essor des loisirs, de la télévision en particulier, qui explique une désaffection des salles de quartier qui ferment les unes après les autres. Pour enrayer la chute de la fréquentation qui touche également les salles du centre-ville, les cinémas sont scindés en plusieurs salles afin d'augmenter l'offre de films mais les cinémas de quartier, incapables de se transformer, ferment.[126]

II- L'offre actuelle de cinéma

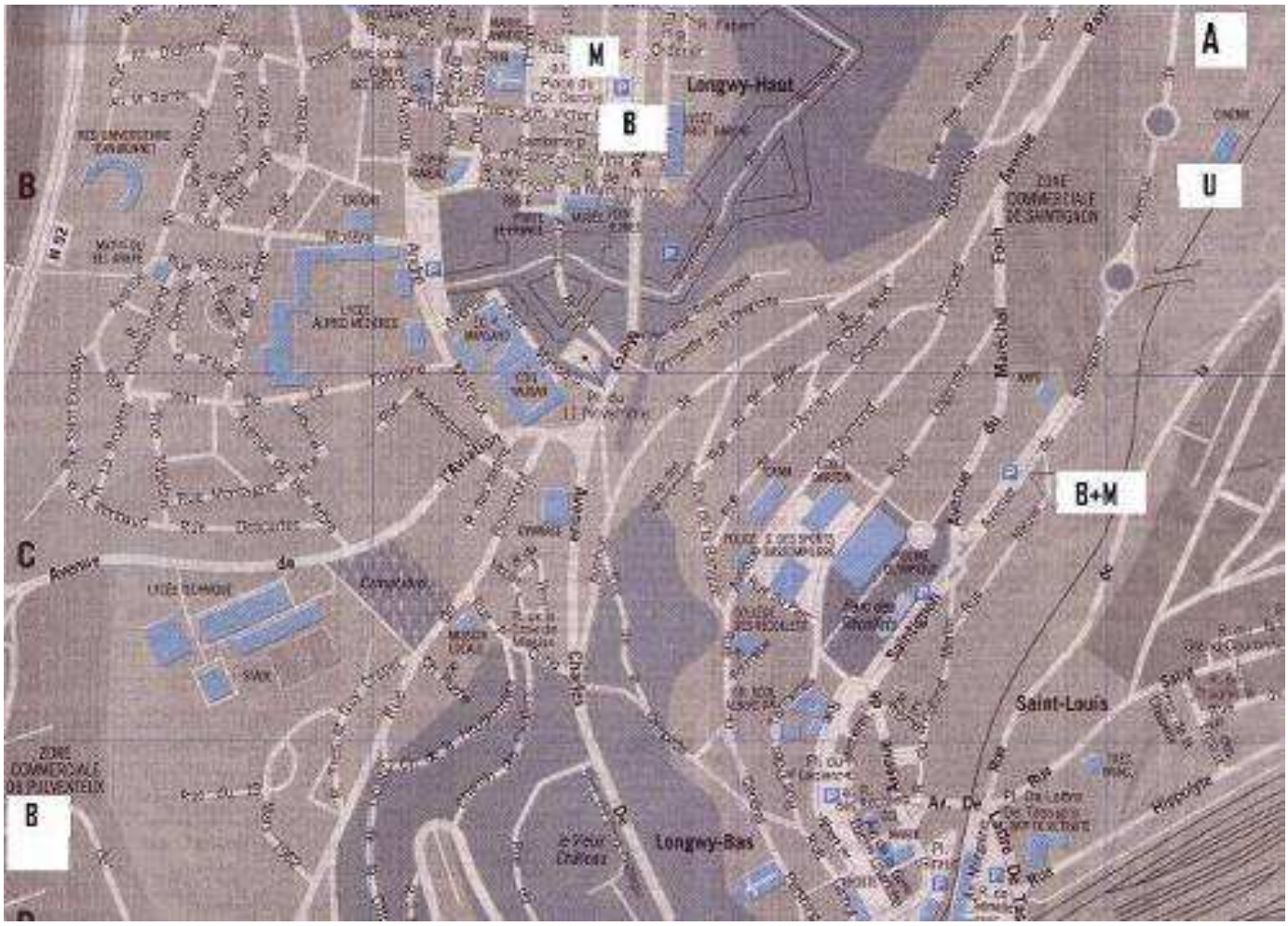
Au début des années 2000, l'offre de films en salle se réduit géographiquement au multiplexe Utopolis qui présente les films en exclusivité mais également des films plus anciens diffusés par le *Ciné-Club* ou des films d'Art et d'Essai grâce à l'association *J'aime Le cinéma* (A). L'offre de films passe aussi par des magasins et des distributeurs automatiques de vidéos pour la location (B), la médiathèque pour le prêt (C), la grande surface Auchan pour la vente (D) et

[125] MONTEBELLO, F., 1997, *op. cit.*

[126] BLIN, E. 2005. Les cinémas dans l'espace urbain : un siècle de mutations. In BECK, R. et MADOEUF, A. (sous la dir.). *Divertissements et loisirs dans les sociétés urbaines à l'époque moderne et contemporaine*. Tours : Presses Universitaires François-Rabelais, p. 275.

enfin les films diffusés à la télévision dont la spécificité locale et sans doute la prégnance de la chaîne RTL9 (E). Examinons d'abord l'offre de films en salle.

Plan de la ville de Longwy



Légende : B : Borne de location de DVD ; M : Magasin de location de DVD ; U : Utopolis ;
A : Auchan

A- Utopolis

Début 2007, et après 5 années d'exploitation, le multiplexe a attiré dans ses salles 1 300 000 spectateurs soit plus de 260 000 par an. Après un rapide retour sur l'arrivée du multiplexe (1), ses spécificités telles que l'association *J'aime le cinéma* et le *Ciné-Club* (2), je présenterai quelques chiffres (3).

1- L'arrivée du multiplexe

En 2001, la société Utopia et la ville de Longwy ont souhaité « implanter » un multiplexe. Le terme implantation, était celui utilisé par la presse locale et notamment le Républicain Lorrain. Il témoigne du pari économique difficile que représente une telle entreprise surtout lorsque l'on sait que le cinéma en place, Le Rex n'attire plus que 25 000 spectateurs par an. Par ailleurs, le cinéma, selon les études CNC attirent d'abord les populations jeunes, aisées et urbaines, ce qui ne correspond pas à la démographie longovicienne. Avant l'arrivée du multiplexe, les longoviciens avaient le choix entre le vieux cinéma Le Rex (3 salles dont deux petites avec un très mauvais confort) et les multiplexes de Thionville, de St-Julien-Les-Metz ou de Luxembourg Ville (tous distants de 50 Km environ). Utopolis, dès décembre 2001, offre 8 salles pour 1330 places, ce qui le classe dans la catégorie des multiplexes de taille moyenne. En 2004, en plus d'un bar, le hall du multiplexe se dotait d'un restaurant très souvent rempli et célèbre pour ses spécialités italiennes : pâtes et pizzas. A l'ouverture du cinéma, les journaux se félicitaient qu'« à côté des Blockbusters destinés au grand public », le multiplexe accorde une place significative (pour un multiplexe) aux films d'Art et Essai notamment par l'intermédiaire de l'association *J'aime le cinéma* qui diffuse jusqu'à deux films dans cette catégorie par semaine soit jusqu'à 10 séances. Cet effort vers l'Art et Essai se justifie par l'origine même d'Utopia, la société mère, qui a toujours diffusé des films d'Art et d'Essai avant de devenir un complexe d'abord puis une suite de multiplexes. Installant Utopolis sur le site de l'ancienne usine de la Chiers, la société Utopia SA n'a pris en charge que la construction des bâtiments, laissant la charge de l'aménagement des alentours (parking et circulation) aux autorités locales. Utopia espérait réaliser, lors de son étude de marché, entre 300 000 et 350 000 spectateurs par an. Nico Simon, le directeur de la société pensait ainsi parvenir à l'équilibre financier après quatre années et 270 000 spectateurs par an en moyenne. Ce fut le cas dès 2004 lorsque la fréquentation devint conforme aux prévisions.

Parmi les premiers témoins de l'arrivée du multiplexe, ceux qui ont travaillé sur le site du temps de la sidérurgie portent un regard enprunt de nostalgie : Guy, chaudronnier de 1946 à 1977, déclarait alors au Républicain Lorrain « quand ils ont commencé à construire le cinéma, j'allais voir le chantier, ça fait quelque chose ! », précisant : « l'Utopolis s'est construit là ou se trouvaient les accus (citernes) de coke[127] ». Claude est plus amer : « On a tout foutu en l'air

[127] Quelle était grise ma vallée. Article non signé du Républicain Lorrain du 19 décembre 2001.

au profit de l'argent. Il n'y a même pas de musée. Le cinéma c'est bien mais, comme le reste, il fait partie d'une politique d'effacement de notre mémoire sidérurgique ».

L'implantation a été également un événement pour la majorité des longoviciens qui se sont empressés de visiter les lieux les premières journées d'ouverture. Voici leurs commentaires :

> C'est pas mal, les sièges sont confortables, le son passe bien, on n'a pas froid. Avant il y avait le Rex mais on préférait aller jusqu'au Kinépolis. Là c'était la Première, les gosses ont l'impression d'être des priviligés. Ca sent le neuf…les sièges sont impeccables.
>
> [Michelle, 40 ans, venue voir *Harry Potter* avec ses enfants].

> Le nom d'Utopolis devrait être écrit en plus grand. C'est confortable. Les toilettes aussi, elles sont bien. Je suis content d'être venu. Je vais revenir pour voir Les Rois mages. Mais le cinéma est trop loin. J'habite Longwy-Haut et faut qu'on m'emmène !
>
> [Ali, 13 ans, venu voir le film d'animation *Atlantide*]

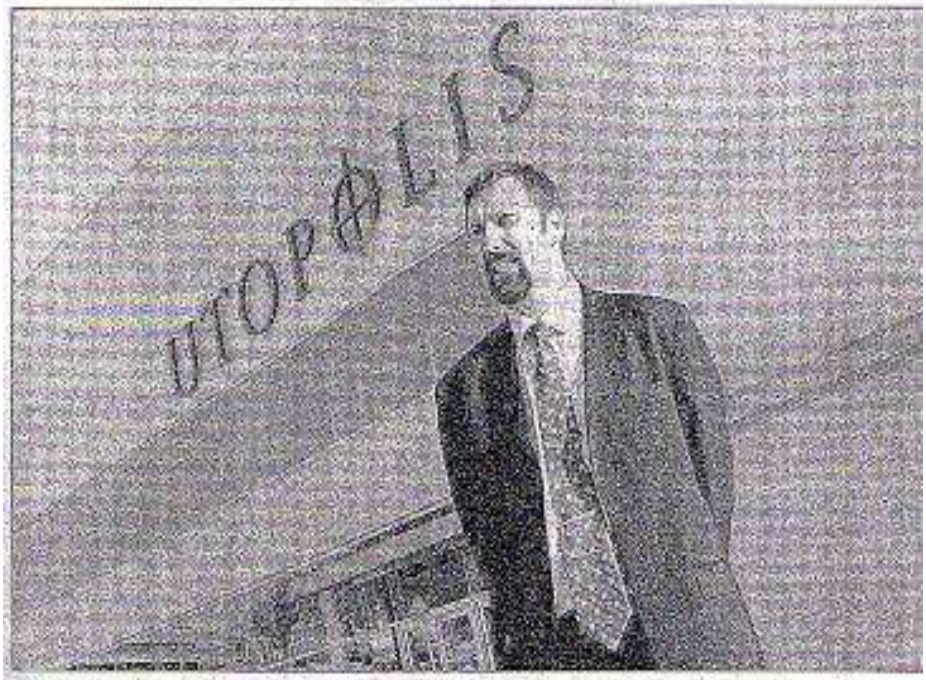
> Nous y allons tous les dimanches avec mon mari. On va au Rex…On allait à Thionville aussi au multiplexe Kinépolis mais faire 45 km en hiver…Là je peux venir à pied presque, j'habite pas loin !
>
> [Claudine, retraitée, venue voir *La revanche d'une blonde*, avec son mari]

La presse s'est fait largement écho de l'implantation du multiplexe et de sa signification tant socio-économique que culturelle pour Longwy.

NOUVEAUTÉ

Utopolis redonne vie au bassin longovicien

Grâce au cinéma Utopolis, *l'ancien site sidérurgique de l'usine de la Chiers de Longwy retrouve un second souffle. Le complexe a déjà accueilli plus de 20 000 spectateurs en trois semaines.*



Frédéric Locatelli est un homme heureux. Ancien gérant d'un fast-food pendant quinze ans il est maintenant à la tête du bateau Utopolis de Longwy

LONGWY.— En 1980 s'éteignait l'usine de la Chiers. Vingt et un ans après, le paquebot *Utopolis* a accosté sur l'espace Saintignon. Tout-juste à l'endroit où se trouvaient les citernes de coke. Aujourd'hui, comme une revanche sur l'histoire, le site a repris vie… dans un tout autre état d'esprit. La population ne vient plus y verser des gouttes de sueur… mais tout simplement passer un moment de détente en famille : « **Vous ne pouvez pas imaginer le nombre de grands-parents qui viennent amener leurs petits-enfants au cinéma** » commente le nouveau maître des lieux, Frédéric Locatelli, le directeur du site longovicien pour le site *Utopia SA*.

Le soir de l'inauguration, le 18 décembre, le sigle *Utopolis* a déchiré le ciel pour s'y inscrire en toutes lettres et inviter ainsi tous les cinéphiles du bassin et d'ailleurs. Une mission réussie : « **La première semaine nous avons fait 8 093 entrées** » commente Frédéric Locatelli. Un beau score, dopé par l'effet surprise et les vacances scolaires.

La fin du *Rex*

Le mouvement s'est ensuite un peu essoufflé, mais l'engouement autour de ce nouveau bâtiment aux lignes futuristes est indéniable. « **Dès les premiers jours, nous avons vu affluer des personnes qui entraient dans le hall pour regarder et déambuler, sans acheter de tickets.** » Une curiosité bien légitime, tant l'édifice attire les regards.

Pour beaucoup de Longoviciens, aller à "*l'Uto*" est devenu une évidence. A tel point que le *Rex*, cinéma qui a mar qué l'histoire longovicienne plongé définitivement se salles dans l'obscurité. « **Nou sommes passés de 1 000 en trées par semaine à 38. C sont les petits qui crèvent…** a commenté sobrement le di recteur Jean-Claude Turpi avant d'embarquer ses der nières bobines.

Mais le résultat est là « **Beaucoup de gens au caisses nous confient que ç faisait longtemps qu'ils at tendaient un cinéma de c standing** » raconte Vincent ancien du *Rex*, aujourd'hu passé à l'*Utopolis*. « **Je voi revenir des spectateurs qu ne venaient plus a cinéma** » ajoute le dyna mique employé. Goliath donc terrassé David. Et le ci néma à Longwy est entr dans une nouvelle ère.

Utopolis consent un gros effort de communication autour des films à l'affiche. Celle-ci passe par le « Mag Utopolis », dans sa version hebdomadaire qui indique rapidement sous forme de tableau les films à l'affiche, et mensuelles qui est plus détaillée sur lesquels je reviendrai lors de mon observation. Elle passe également par la radio (Fun Radio Longwy offre chaque semaine des places à gagner) et enfin par le Républicain Lorrain, le journal local[128]. En 2007, Utopolis Longwy offrait la possibilité aux spectateurs de recevoir par email la programmation du multiplexe chaque semaine. En quelques mois, plusieurs centaines d'habitués sollicitaient ce service gratuit. Mais Utopolis bénéficie à travers *J'aime le cinéma* et *Le Ciné-Club* des dispositifs d'intéressement des spectateurs longoviciens aux films à l'affiche.

2- Les dispositifs d'intéressement

Outre la diffusion de films en exclusivité et dont le choix repose sur la direction du multiplexe, les associations *J'aime le cinéma* (2.1), et celle du *Ciné-Club* de Longwy (2.2) qui occupent des locaux prêtés par le multiplexe, sélectionnent et encadrent la diffusion de films dits d'Art et d'Essai.

2.1- L'association *J'aime le cinéma*

L'association existe depuis 1991 à Longwy et a pour objectif de favoriser la fréquentation du public et de développer la culture cinématographique. 21 communes se sont associées dans ce but et aujourd'hui, à Utopolis, « Stallone rencontre Godard »[129]. Les films d'Art et Essai qu'elle diffuse représentent ainsi en 2005, 20 % des séances (7 sur 35 par semaine) mais moins de 3 % des entrées (certaines séances n'attirent que 5 ou 10 spectateurs mais d'autres attirent tout de même 50 ou 60 spectateurs comme *Le cauchemar de Darwin*). Ni Utopolis-Longwy, ni Utopia, la maison mère, ne s'inquiètent outre mesure de cette faible attractivité des films d'Art et d'Essai[130]. Les directeurs successifs du multiplexe la considèrent comme une fatalité qu'ils associent à la dimension mi-urbaine, mi-rurale de la ville qui ne peut attirer le même public qu'attirent des villes comme Metz et Nancy, c'est-à-dire étudiant. Les cinémas de ces villes attirent « essentiellement des étudiants dont les nôtres qui font leurs

[128] J'aurai l'occasion de présenter cette publicité plus en détail dans le chapitre 2 de la partie 1.

[129] Un titre du journal local, Le Républicain Lorrain titrait ironiquement pour souligner cette diversité à l'ouverture « Quand Stallone rencontre Godard » (Edition du 13/01/2002).

[130] La liste des films diffusés par l'association est disponible sur la partie cederom de l'annexe.

études à Nancy ou à Metz » déplore Bruno Trombini, le directeur d'Utopolis. Toutefois, il faut préciser que le succès des séances organisées par l'association dépend des films projetés. Si le public est constitué par des fidèles à l'association, le choix des films reste le déterminant ultime du succès des séances. *J'aime le cinéma* organise par ailleurs chaque année un « Festival du jeune cinéma français » généralement fin mars qui mêle cinéma d'auteur et comédies. A cette occasion, la venue de personnalités tels les réalisateurs (Christophe Baratié pour *Les choristes*), les interprètes (Jean Réno pour *Les rivières pourpres 2*) ou des projections de films, en avant première, font l'événement (les comédiens Shirley et Dino, originaires de Villerupt, sont venus présenter *Cabaret Paradis* devant deux salles combles).

Depuis quatorze ans, l'association *J'aime le cinéma* organise des sorties cinéma pour le public scolaire des communes adhérentes à l'association. Le programme de "Allons au cinéma" ne se limite pas à une simple diffusion de films et entend promouvoir une approche originale du cinéma en milieu scolaire grâce à l'accompagnement pédagogique des dossiers qui sont remis gratuitement aux enseignants et qui doivent permettre, sans formation complémentaire, de mener avec leurs élèves, débats et analyses du film vu. La plupart des films sont donc des films récents qui ont été retenus « pour leurs qualités artistiques mais aussi pour l'intérêt qu'ils abordent, pour la richesse humaine de leur propos, pour leur sensibilité originale » selon Christian Lajugie, son président. Les films programmés répondent aussi au degré d'attention des enfants. Depuis maintenant deux années, l'association a reçu le label "Ecole et cinéma" du ministère de l'Education Nationale. L'action se déroule en deux sorties annuelles : octobre et avril. Le nombre de films proposés par sortie est compris entre 5 et 6 films. Un nombre qui permet à tous les cycles de l'enseignement de trouver un film qui correspond au niveau des enfants (de la maternelle au CM2). Au programme de la manifestation 2006/2007 :

- *Le Mécano de la « General »* (Classique du cinéma muet de 1927. De et avec Buster Keaton).
- *Kirikou et les bêtes sauvages* (Film d'animation de 1998 franco-belge salué par la critique et le public).
- *L'histoire sans fin* (Film fantastique de 1984, de Wolsfgang Petersen tiré du célèbre livre éponyme de Michael Ende).
- *Petites z'escapades* (6 films d'animation qui n'ont pas trouvé leur place dans les salles de cinéma et réalisés en pâte à modeler, dessins, collages et marionnettes animées, et destinés aux très jeunes enfants, dès l'âge de 3 ans).
- *SOS Brigades de secours* (9 courts métrages réalisés avec des marionnettes sortis en 2002).

- *Charlie et la chocolaterie* (Cette comédie pour enfants de Tim Burton est une adaptation cinématographique du roman de Roald Dahl).

L'association co-organise par ailleurs des projections-débat autour de certains films. Le lundi 25 septembre 2006 par exemple, en partenariat avec la section de Longwy de la Ligue des droits de l'homme, le film *Indigènes* était projeté accompagné d'un débat. Mercredi 13 Décembre 2006, le comité local ATTAC Pays-Haut et l'association Mieux-vivre, en collaboration avec *J'aime le cinéma*, organisait un débat à l'issue de la séance de 20 H 30 du film *Une vérité qui dérange* de David Guggenheim. Enfin, l'association propose des tarifs préférentiels selon les catégories de public comme en atteste ce tableau en libre accès sur le comptoir du multiplexe.

Tarifs des séances *J'aime le cinéma*

PUBLICS	Participation par Personne	Participation « J'aime le cinéma »	Autre Participation	Prix Total Entrée
ART et ESSAI Soirées à thème Festival	6 €	/	/	6 €
SCOLAIRES Maternelles et primaires	2 €	1.5 €	/	3.5 €
Collèges et Lycées	2.5 €	1.5 €	/	4 €
ASSOCIATIONS (Jeunesse, Plus de 60 ans, Centres aérés, APF)	4 €	1 €	/	5 €
Associations C.L.I.L.E (Conseil Général)	2 €	1 €	2 € (Conseil général)	5 €
Ciné en fête	0 €	3.5 €	/	3.5 €
CAS PARTICULIERS	Majoration de 1 € pour les films longs			

L'association organise la promotion des séances par le mail et le courrier classique et par le magazine mensuel et hebdomadaire du multiplexe, justement appelé « Le Mag » ou encore par des tracts disponibles sur un présentoir avant de monter les marches vers les salles ou devant les caisses comme celui-ci-dessous.

SEANCES ART ET ESSAI

Proposées par J'aime le cinéma à Utopolis 6Euros

A Noter, des modifications de dates pour les prochaines séances :la projection du film Clara et moi est reculée d'une semaine (la copie n'étant pas disponible avant). Nous vous proposerons une autre comédie, toujours en version originale sous titrée en français

Vendredi 30 Juillet (20h00), Dimanche 1er Août (17h00) et Mardi 3 Août (20h00)



Durée : 1h 36mn.

L'Amour, six pieds sous terre (Plots with a view)

Comédie britannique de Nick Hurran

Avec Alfred Molina, Brenda Blethyn, Christopher Walken, Naomi Watts, Lee Evans

A Wrottin-Powys, Boris, entrepreneur de pompes funèbres, et Betty, femme au foyer insatisfaite, se retrouvent réunis le jour où la belle-mère de Betty meurt, et leur amour de jeunesse recommence. Entre-temps, un nouvel entrepreneur de pompes funèbres s'installe dans le village pour révolutionner le métier en ayant recours à des méthodes publicitaires pour attirer le chaland.

Vendredi 6 Août (20h00), Dimanche 8 Août (17h00) et Mardi 10 Août (20h00)



Durée : 1h 26mn.

Clara et moi

Comédie romantique française de Arnaud VIARD

Avec Julie Gayet, Julien Boisselier, Sacha Bourdo, Cyril Bedel

Antoine a 33 ans. Il est idéaliste, perpétuellement insatisfait et à la recherche du grand amour. Un jour, Antoine rencontre Clara : elle est belle, libre et généreuse et Antoine succombe instantanément. Ils sont faits l'un pour l'autre et n'ont jamais rien connu de tel. Mais la vie n'est pas si simple...

Vendredi 13 Août (20h00), Dimanche 15 Août (17h00) et Mardi 17 Août (20h00)



Durée : 1h 38mn.

Super size me

Documentaire américain de Morgan SPURLOCK

Le fast-food est partout. 37 % des adolescents américains ont un problème de poids. Deux adultes sur trois sont atteints de surcharge pondérale ou d'obésité. Morgan Spurlock a traversé les Etats-Unis et interrogé des spécialistes dans plus de vingt villes, le fil rouge de ce documentaire étant une expérience que Morgan Spurlock décide de mener sur lui-même : sous la surveillance attentive de trois médecins, le voilà au régime MacMuffin, Big Mac, Royal Cheese, frites et coca.

2.2- L'association *Le Ciné-Club*

Le *Ciné-Club* du Pays-Haut fêtera en 2008 ses 50 ans. Réunissant 40 municipalités dont 6 belges et luxembourgeoises, l'association propose la projection de films en salle et actions pédagogiques. Pour Fabrice Montebello, le *Ciné-Club* du Pays-Haut connaît son apogée en 1976, deux ans avant la crise de la sidérurgie locale. Son activité s'étendait alors sur toutes les communes du bassin de Longwy-Villerupt (105.000 habitants en 1975 dont 40.000 actifs et 22.000 ouvriers, soit près de 55 %) et bénéficiait en partie de l'activisme culturel caractéristique du militantisme associatif, de l'esprit des MJC et de l'éthique communiste. Il présentait le profil sociologique traditionnel des Ciné-Clubs des années cinquante. Les 1.519 adhérents se répartissaient en 1.000 élèves étudiants, 200 enseignants (professeurs ou instituteurs) et 200 divers (docteurs, cadres, employés, professions libérales, secrétaires, commerçants), pour une vingtaine d'ouvriers. Aujourd'hui, à titre de comparaison, le *Ciné-Club* ne compte plus que 150 adhérents venant d'une quarantaine de communes dont les principales sont Longwy et Cosnes-et-Romain. Ils se répartissent en 100 retraités, quarante enseignants, 5 à 6 professions libérales, 5 divers. Quelques personnes se joignent occasionnellement aux adhérents selon l'attractivité des films proposés.

Les séances du *Ciné-Club* se déroulent depuis 2005 au multiplexe. Son objectif n'a pas changé. Il consiste toujours à aider « ceux qui le désirent à se forger un regard critique sur les œuvres cinématographiques ». Son mot d'ordre est « l'individu prime sur le consommateur », l'éducation du spectateur est jugée nécessaire car il faut « combattre sa passivité face au formatage des programmes cinématographiques [131]». A cette fin, les films sont choisis dans tous les registres et toutes les époques. Ces projections sont assorties de présentation et de jeux concours. Il multiplie par ailleurs les interventions en milieu scolaire (du CE2 au Lycée).

Aujourd'hui, entre 45 à 75 personnes viennent régulièrement voir les films réalisés par des grands cinéastes du cinéma mondial (Keaton, Chaplin, Welles) mais également par des auteurs plus récents mais déjà reconnus par la critique (Amenabar, Gus Van Sant, Audiard).

[131] C'est ainsi qu'est présentée l'association dans « Longwy Notre ville », le magazine d'information municipal, n°152, janvier-Février 2007.

Programmation du *Ciné-Club* de 2001 à 2007

2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007
06/11/2001 Merci pour le chocolat Claude Chabrol (France, 2000)	08/10/2002 La pianiste Michel Hanecke (France, 2001)	21/10/2003 Ivre de femmes et de peinture Im Kwon-Taek (Corée, 2002)	19/10/2004 21 grammes Alejandro Gonzales (USA, 2003)	18/10/2005 Locataires Kim Ki-Duk (Corée du sud, 2004)	10/10/2006 Va, vis et deviens Radu Mihaileanu (Roumanie 2005)
20/11/2001 Le magicien d'oz Victor Fleming (USA, 1939)	22/10/2002 No Man's land Danis Tanovic (Bosnie-Slovénie, 2000)	18/11/2003 Le ballon blanc Jafar KANAHI (Iran, 1994)	16/11/2004 Elephant Gus Van Sant (USA, 2003)	08/11/2005 Quand la ville dort (USA, 1950)	24/10/2006 Gentille Sophie Fillieres (France, 2005)
18/12/2001 Les glaneurs et la glaneuse Agnès Varda (France, 2000)	19/11/2002 La flèche et le flambeau Jacques Tourneur (USA, 1950)	02/12/2003 Intervention divine Elia Suleiman (Palestine, 2002)	30/11/2004 Les temps modernes Charlie Chaplin (USA, 1936)	22/11/2005 Maria pleine de grâce Joshua Martson (Colombie et USA, 2004)	14/11/2006 Match point Woody Allen (USA, 2004)
15/01/2002 Kippour Amos Gitai (Israël, 2000)	03/12/2002 La source Ingmar Bergman (Suède, 1960)	16/12/2003 L'inconnu du nord express Alfred Hitchcock (USA, 1951)	14/12/2004 Depuis qu'Otar est parti Julie Bertucelli (France, 2003)	06/12/2005 Les mots bleus Alain Corneau (France, 2004)	28/11/2006 Le petit lieutenant Xavier Beauvois (France, 20005)
29/01/2002 Le mécano de la générale	14/01/2003 Sur mes lèvres Jacques Audiard (France, 2001)	13/01/2004 L'homme sans passé Aki Kaurismaki (Finlande, 2002)	04/01/2005 Blind shaft Li Yang (Chine, 2003)	10/01/2006 La soupe au canard Léo MacCarey (USA , 1933)	J12/12/2006 Iburo Lee Jung-Hyang (Corée du sud, 2005)
05/02/2002 La nuit du chasseur Charles Laughton (USA, 1955)	28/01/2003 A domani Gianni Zanasi (Italie, 1999)	27/01/2004 Deux amis Spiro Scimone-Francesco Sframeli (Italie 2002)	18/01/2005 La jeune fille à la perle Peter Webber (G. B, 2004)	24/01/2006 Holy lola Bertrand Tavernier (France, 2004)	09/01/2007 Keane Lodge Kerrigan (USA, 2004)
05/03/2002 Dancer in the Dark Lars Von Trier (Danemark, 2000)	11/02/2003 Le cameraman Edward Sedgwick-Buster Keaton (USA, 1928)	24/02/2004 Les aventures de robin des bois Michael Curtiz (USA, 1938)	01/02/2005 Le fils d'elias Daniel Burman (Argentine, 2003)	07/02/2006 La chute Olivier Hirschbiergel (Allemagne, 2004)	23/01/2007 L'affaire Josey Aimes Niki Caro (USA, 2005)
19/03/2002 Harry, un ami qui vous veut du bien Dominik Moll	18/03/2003 Comment j'ai tué mon père Anne Fontaine (France, 2001)	02/03/2004 The Magdaleine sisters Peter Mulan (Irlande, 1960)	01/03/2005 Le chemin de la liberté Philip Noyce (Australie, 2003)	07/03/2006 La flibustière des antilles Jacques Tourneur (USA, 1951)	06/03/2007 Ivanohé Richard Thorpe (USA, 1952)
02/04/2002 Bread and Roses Ken Loach (G. B. 2000)	01/04/2003 Chantons sous la pluie Stanley Donen-Gene Kelly (USA, 1953)	16/03/2004 Le pianiste Roman Polanski (Pologne, 2002)	15/03/2005 Les fraises sauvages Ingmar Bergmar (Suède, 1958)	21/03/2006 Avanim Raphaël Nadjari (Israël, 2004)	20/03/2007 Sophie Scholl Marc Rothemund (Allemagne 2006)
23/04/2002 Ester Kahn Arnaud Desplechin (France, 2000).	15/04/2003 Les autres Alejandro Amenabar (Espagne, 2001)	30/03/2004 L'auberge espagnole Cedric Klapisch (France, 2002)	29/03/2005 Travail d'arabe Christian Philibert (France, 2002)	04/04/2006 Mar adentro Alejandro Amenabar (Espagne 2004)	24/04/2007 BrokeBack Mountain Ang Lee (USA 2005)
14/05/2002 Billy Elliot Stephen darly (G B, Stephen Darly).	13/05/2003 Un enfant de calibre Luigi Comenci (Italie, 1987)	20/04/2004 Moi César 10 ans et demi 1.39 mètres Richard Berry (France 2003)	12/04/2005 M le maudit Fritz Lang (Allemagne 1931)	18/04/2006 Chantons sous la pluie Stanley Donen-Gene Kelly (USA, 1953)	22/05/2007 Pave Lackeen Perry Ogden (Irlande, 2005)
28/05/2002 Drôle de dame Marcel carnet (France 1937)	27/05/2003 Intimité Patrick Chéreau (France 2001)	11/05/2004 Le troisième homme Carol Reed (G.B .1949)	03/05/2005 Sur les quais Elia Kazan (USA 1954)	09/05/2006 Le papillon Philippe Muyl (France, 2002)	29/05/2007 Volver Pedro Almodovar (Espagne, 2006)
			17/05/2005 Osama Siddiq Barmak (Afghanistan, 2004)	23/05/2006 De battre mon coeur s'est arrêté Jacques Audiard (France, 2004)	

Comme dans les années 50, le *Ciné-Club* de Longwy reste promoteur d'une « culture populaire sans le peuple »[132] car il ne concerne paradoxalement que peu d'ouvriers : "le maximum qu'on a été c'est 1500 adhérents, 1000 élèves étudiants, 200 enseignants (professeurs ou instituteurs) et 200 divers (docteurs, cadres, employés, professions libérales, secrétaires, commerçants), pour une vingtaine d'ouvriers seulement » déclare Robert Bardelli. Mes observations confirment la rareté des classes populaires (employés, ouvriers) au profit des eseignants, commerçants ou professions libérales telles que des médecins mais aussi et surtout des retraités.



Aidé de ces dispositifs d'intéressement, l'arrivée du multiplexe a permis aux spectateurs de Longwy de se rendre d'avantage au cinéma.

3- Utopolis en chiffres

Présenter les chiffres d'Utopolis revient à donner de manière assez classique les chiffres de fréquentation (3.1) et les entrées réalisées par les films à succès à Longwy (3.2).

[132] MONTEBELLO, F. 1997, *op. cit.*, p. 142.

3-1. La fréquentation

Depuis 2002, le nombre d'entrées du multiplexe atteint plus ou moins 275 000 entrées en moyenne alors que Le Rex (ancien complexe de la ville de 3 salles) n'atteignait que péniblement 100 000 entrées en 1990 et 25 000 à la fin des années 90 (le spectateur préférant se rendre au multiplexe de Thionville à 45 km de Longwy). L'arrivée du multiplexe a donc permis d'attirer de nouveau les longoviciens au cinéma dans leur ville. Si on se réfère à l'étude CNC-médiamétrie de 2003, le cinéma aurait dû attirer entre 4,1 et 6 entrées par habitant, selon que l'on considère ou non les villes frontalières du Luxembourg et de la Belgique [133] soit plus de 300 000 entrées dans tous les cas. Il n'a réalisé que 232 000 entrées cette année là mais dès 2004, 306 000 entrées étaient comptabilisées.

En 2002 et 2003, à partir d'un relevé de 50 plaques d'immatriculation sur le parking du multiplexe, j'ai remarqué une part de 15% de voitures[134]venant de Belgique et le même chiffre du Luxembourg (soit le tiers des entrées au total). Les villes concernées étant Arlon, Aubange et Messancy pour le premier et Rodange et Pétange pour le second. Le multiplexe a donc bien bénéficié de sa situation géographique frontalière. Cependant, l'ouverture d'un complexe à Arlon, en Belgique, en 2004 a fait chuter l'effectif belge jusqu'à devenir presque insignifiant en 2005 comme le suggère une autre observation des plaques d'immatriculation des voitures sur le parking[135].

Les habitués viennent plutôt les dimanche et lundi, notamment « parce qu'ils savent que c'est 6 euros et parce qu'ils seront tranquilles » m'atteste Fabien, agent d'accueil au multiplexe. Les retraités et personnes du troisième âge viennent très régulièrement le dimanche pour la séance de 17h et en semaine, dans l'après-midi mais rarement en soirée. Les jeunes viennent le vendredi et le samedi soir à partir de vingt heures et les familles le dimanche après midi et aussi le samedi. Les couples viennent plutôt le dimanche soir. Le mercredi et le dimanche matin attirent les enfants puisqu'ils ne sont pas à l'école ce jour là. Les parents les déposent

[133] La population du bassin d'emploi de Longwy compte 82 700 habitants pour 49 communes mais aucune commune frontalière. Celle du Pôle européen de développement compte plus de 120 000 habitants.

[134] Voir en annexe le relevé détaillé.

[135] Le relevé des plaques numérologiques des voitures indique seulement une tendance car une partie non négligeable ne va pas au cinéma mais se rend au restaurant ou aux bars du multiplexe.

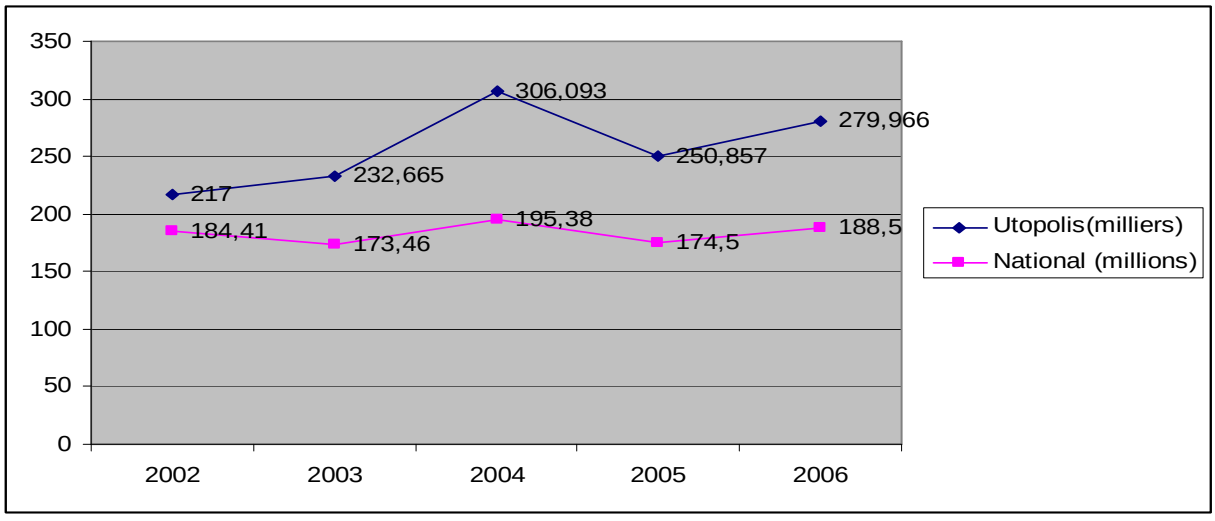
souvent ou les accompagnent voir un film familial. Dès le lundi, j'observe souvent des habitués ou des personnes seules largement moins nombreuses en Week-end. Malgré tout, beaucoup d'étudiants de l'IUT de Longwy se rendent encore à Kinépolis, le multiplexe de Thionville. Par exemple, sur les 87 étudiants que j'ai interrogés, une trentaine le fréquente encore. Les raisons sont diverses : l'offre plus élargie (« plus de diversité de films, meilleurs horaires de diffusion »), le confort (« les salles sont plus grandes »), ou le dépaysement (« on ne voit pas toujours les mêmes têtes »). D'autres spectateurs préfèrent encore se rendre au multiplexe Utopia situé sur le plateau du Kirchberg au Luxembourg car ils sont travailleurs frontaliers comme Jean-Pierre, 42 ans, comptable financier, pour qui « c'est plus simple après le boulot ! ».

Fréquentation occasionnelle du Kinépolis de Thionville (57) par les étudiants de Longwy (n=87)

	Nb. Citations	**Fréquence**
Non réponse	6	6,9 %
Oui	52	59,8 %
Non	29	33,3 %
Total	**87**	**100 %**

Une première observation du box office local montre qu'il subit exactement les mêmes variations que le Box Office national.

Comparaison de l'évolution du nombre d'entrées local et national



La semaine cinématographique du 14 février 2007 signe le record de fréquentation à Utopolis-Longwy. 13 400 spectateurs ont profité des vacances de Carnaval pour s'offrir une place dans le célèbre *Taxi* et/ou pour s'émouvoir devant l'histoire exceptionnelle de *La Môme*. Ainsi, cette semaine de la Saint Valentin détrône celle du 23 juin 2004 durant laquelle Utopolis avait accueilli 11700 spectateurs grâce, entre autres, à *Shrek 2* et *Harry Potter*. En 2006, le film *Les Bronzés 3*, malgré un très fort démarrage (aussi réussi que celui de *Taxi 4*), n'était pas parvenu à lui seul à dépasser les prouesses du monstre vert et du jeune sorcier. *La Môme* et *Taxi 4*, dans une association aussi improbable que réussie, y parviendront en 2007.

3.2- L'offre de films à Utopolis

Le décalage entre le nombre de films projetés et le nombre de salles a pour conséquence que certains films ne sont proposés qu'un petit nombre de fois. Le cinéma offre en moyenne en effet 13 films par semaine pour 7 salles seulement. Un tel système que la direction dit subir, n'a pas que des effets positifs pour le spectateur comme en témoigne Anthony, 28 ans, brancardier à l'hôpital de Mont-Saint-Martin, qui regrette que le film qu'il était venu voir ne soit plus à l'affiche :

> J'étais venu pour voir *Team America* mais ils l'ont pas à l'affiche…je suis déçu, c'est souvent qu'ils ont pas les films quand ils sortent. C'est énervant…A Kiné (Kinépolis, multiplexe de Thionville à 45 km de Longwy), ils ont tous les films quand ils sortent ! Ici apparemment, c'est plus compliqué.

Le même problème est survenu avec le film *Ray*, une biographie du célèbre chanteur Ray Charles, mais Bruno Trombini, le directeur du multiplexe, s'en explique :

> On nous l'a retiré au bout d'une semaine parce qu'effectivement il dure deux heures 32. Ils nous ont dit si vous ne faites pas trois séances par jour on vous le retire donc le film est parti au bout d'une semaine malheureusement.

Il m'explique alors que, du fait de la concurrence entre un grand nombre de films, ceux qui arrivent en deuxième semaine, voir en troisième semaine, sont effectivement moins bien exposés que les autres en terme de programmation. Le problème concerne, selon lui, tous les cinémas[136]:

---

[136] Un rapide parcours de la presse nationale qui traite également de ce phénomène et qui interroge les professionnels, confirme ce que dit Bruno Trombini :

Le Monde, 2005. L'inflation des films provoque un embouteillage en salles, 13 avril 2005.
Le Monde, 2005. On constate un phénomène de zapping », interview de Marin Karmitz, 13 avril 2005.

> Nous avons trop de films par semaine, mais ce n'est pas seulement les multiplexes c'est pas la faute des multiplexes, c'est tout le cinéma qui est comme ça. Chaque semaine il y a environ 15 films qui sortent, donc il faut bien que ces films-là trouvent des les écrans. (…) C'est un grand débat au sein de la Fédération du cinéma et des distributeurs. C'est un problème d'équilibre pour les sorties de films. Le problème c'est que les distributeurs entre eux ne se font pas de cadeaux. Ils sortent les films quand ils ont envie de les sortir. Quand ils pensent que c'est le meilleur moment pour le sortir …C'est normal ils défendent un peu leurs produits mais nous on subit ça ! Quand on n'a que sept salles et quand tu sais qu'on passe déjà 15 films par semaine, c'est évident que l'on ne peut pas faire plus et que souvent on doit moins exposer des films en deuxième semaine !

Si environ 15 films sortent chaque semaine au multiplexe, ils sont peu nombreux à pouvoir remplir les salles. Ceci explique que de 2002 à 2006, les 30 premiers du classement annuel ci-dessous permettent au multiplexe de cumuler plus de 55 % des entrées en moyenne. Durant, ces 5 années, sur les 150 premiers films en terme d'entrées, j'observe que 110 d'entre eux sont des films américains (action, aventures, comédies, films d'animation) et 33 seulement sont des films français (contre 95 et 43 au niveau national). Les genres remportant le plus de succès parmi ces derniers sont des comédies : *Taxi 3* (premier au Box Office), *Chouchou*, *Tais-toi*, *La Beuze*, *Le boulet* ou encore *L'enquête corse*.

BOX OFFICE LOCAL					**BOX OFFICE NATIONAL**				
2002	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**
Astérix	Taxi 3	H. Potter 3	H. Potter 4	Bronzés 3	Astérix	Némo	Les choristes	H.P.4	Bronzés 3
Harry Potter2	Némo	Shrek2	Star Wars 3	Camping	H.P 2	Seigneur anneaux	Shrek 2	Star wars3	Pirates 2
Spider Man	Chouchou	Podium	Brice de Nice	L'âge de Glace2	Seigneur anneaux	Taxi 3	Harry Potter	Monde de Narnia	L'Age de glace 2
Seigneur ds anneaux 2	Seigneur ds anneaux 3	Rivières Pourpres	Guerre ds mondes	Pirates Caraïbes 2	Spider man	Matrix 2	Indestructibles	Brice de Nice	Arthur
Men In Black 2	Bruce tout puissant	Les choristes	Madaga--scar	Da Vinci code	Star Wars 2	Chouchou	Spider Man	Charlie et la…	Camping
Le boulet	Tais-toi	Le jour d'après	Le monde de Narnia	Arthur et les Mini.	Ocean 11	Pirates des Caraïbes	Long Dimanche	Guerre des mondes	Da vince code
Ocean's Eleven	Matrix reloaded	Un long dimanche	Mr et Ms Smith	La doublure	MIB II	Arrête-moi si tu peux	Podium	King Kong	Prête-moi ta main
Star Wars 2	Pirates des. caraïbes	Indestruc-tibles	Hitch	Indigènes	Meurs un autre jour	Matrix 3	Frère des ours	Madagascar	Je vous trouve Très beau
Monstre et C	8 Mile	Spider man 2	Iznogood	Le monde de Narnia	8 femmes	Livre de la Jungle 2	Deux frères	Million D. Baby	Casino royale
Signes	Arrête-moi si …	Frère des ours	4 fantas--tiques.	Je vs trouve très beau	Minority report	Terminat. 3	Gang de requins	Mr and Ms Smith	La doublure
Meurs un autre Jour	Mauvais esprit	Gang de requins	Mon beau père…	Ne le dis à personne	Monstres et Cie	Tais-toi	Ocean 12	Les poupées Russes	Indigènes
Scoobidoo	Fast and furious 2	I robot	La coccinelle	Prête-moi ta main	Le boulet	X-Men2	Les 11 command.	Palais royal	Ne le dis à personne

Ecran Total, 2005. Le problème de la rotation accélérée des films, 25 mai 2005.
Le Figaro économie, 2005. La prolifération des films, casse-tête des distributeurs, 13 mai 2005.
FRODON, J.-M. 2006. Y a-t-il trop de films en salle ? *Cahiers du cinéma,* n°618.

Minority Report	X Men 2	Les 11 command.	Transpor-teur	X Men 3	Planète au trésor	Bruce tt puissant	Troie	Iznogood	X Men 3
Dragon Rouge	Terminator 3	2 frères	Charlie et la chocol.	Miami Vice	Auberge espagnole	Gangs of NY.	Le jour d'après	Chicken Little	Eragon
L'âge de Glace	American Pie 3	Le village	King Kong	Garfield 2	L'âge de glace	8 Mile	L'enquête corse	Wallace et Gromit	Volver
Le seigneur des anneaux	Le livre de la jungle	L'enquête corse	Joyeux Noël	Casino Royale	Scoobidoo	La Beuze	Fahrenheit 9/11	Les 4 fantastiq.	Oss 117
45 jours, 45 nuits	Bad Boys 2	Passion du Christ	M. Dollar Baby	Cars	Parle avec elle	American Pie 3	Le village	La légende de Zorro	Le diable en prada
Le Raid	Seigneur anneaux2	Les Dalton	Benjamin Gates	Fast and Furious	Signes	Bad Boys 2	Le dernier samouraï	Hitch	Hors de prix
Stuart Little2	La Beuze	Troie	Palais Royal	Eragon	Stuart Little 2	Kill Bill 1	Bridget Jones 2	Joyeux Noël	Cars
Harry potter	Matrix 3	Le dernier samaritain	Bob L'éponge	Rebelles de la Forêt	Etre et avoir	2 fast 2 furious	Le dernier trappeur	Kirikou 2	Fauteuils d'orchest.re
XXX	Gang of NY	RRRR	Wallace et Gromit	W. Trade Center	Mr Batignole	Hulk	Rivières pourpres 2	Espace détente	MI III
Ma femme s'appelle	Le cercle	Van Helsing	The Ring 2	Bambi 2	Spy game II	7 ans de mariage	I, robot	Marche de l'empereur	Les infiltrés
Somme de ttes les peurs	Destination finale	Spider man 2	Baby Sittor	Nanny Mc Phee	Peter Pan	Anges se déchainent	36 quai des orphèvres	Mon beau père…	Bambi II
Mr batignole	Hulk	Double zéro	Constantin e	Nos voisins les homm.	Embrassez qui vous voudrez	18 ans après	Mariages…	Aviator	Azur et Asmar
La planète aux trésors	Gomez et tavares	Seigneur anneaux 3	Légende zorro	Le diable en Prada	Dragon rouge	Cœur des hommes	Les Dalton	The Island	Miami Vice
Lilo et Stich	Daredevil	Garfield	Espace détente	Destination Finale 3	Le pianiste	Scary Movie 3	Double zéro	Ray	Les rebelles de la forêt
3 Zéro	L. Croft 2	Mariages	The Island	MI3	Panic Room	Daredevil	La passion du Christ	Match point	Superman returns
Panic Room	7 ans de mariage	Ocean's 12	Batman Begins	Happy Feet	Le voyage de Chihiro	Intolérable cruauté	Rrrrr	Batman begins	Nos voisins les hommes
Peter pan	18ans après	Pôle express	Chicken Little	Poséidon	Amen	Good Bye Lenin	Comme une image	Les frères Grimm	Happy Feet
Blade 2	Charlie's angels	Gothika	La chute	Superman Returns	Blade 2	Lara Croft 2	Le roi arthur	Tout pour plaire	Nos jours heureux

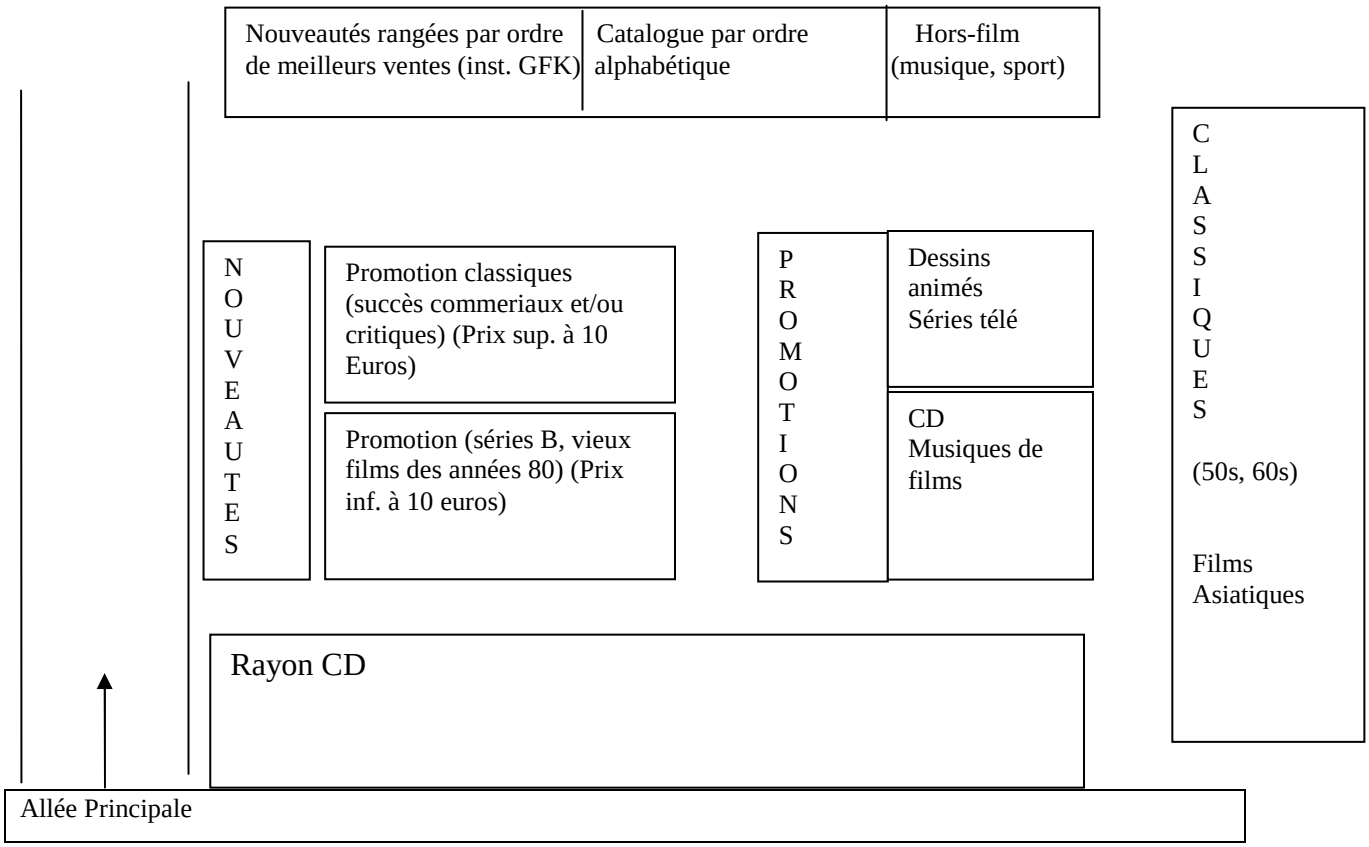
B- L'offre de films à Auchan[137]

L'état des lieux de l'offre de DVD à Longwy au début des années 2000 est rapide car les ventes sont concentrées en un seul point : pas de Fnac ni de Virgin Mégastore. Seul le magasin Auchan propose un rayon important de DVD et il ne propose pas de cassettes VHS. Son offre de classiques du cinéma, si elle s'est accrue depuis l'ouverture du magasin, n'est pas comparable à celle d'une Fnac par exemple. De même, on ne trouve pas à Longwy de

[137] Le magasin Auchan a constitué la seule implantation d'entreprise à Longwy en 2003 où l'offre d'emploi purement locale est faible. Sur 3 600 offres d'emploi en 2004, 45 % d'offres provenant de Belgique et du Luxembourg. En 2002 et 2003, cela représentait respectivement 25 % et 33 %, environ 50 % d'après «Dimensions Socio-économiques de la mobilité transfrontalière ». Actes du séminaire transfrontalier Eures-oie (EURopean Employment Services – Observatoire Interrégional de l'Emploi) organisé les 14 - 15 mars 2005 à Luxembourg-Kirchberg, dans le cadre de la Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union Européenne Sur le bassin de Longwy, le mouvement des offres d'emploi est faible. Aucune nouvelle implantation hormis l'hypermarché Auchan en 2003.

petits magasins d'occasions qui offrent des films (anciens ou nouveaux) à bas prix. Pour accéder aux classiques, mieux vaut donc se rendre à Metz à la Fnac ou au Virgin (à 60 Km) ou les acheter sur internet. L'observation du rayon des DVD de Auchan Longwy et de son évolution reste, malgré tout, une bonne manière d'approcher la consommation cinématographique à domicile du fait de son succès. Le responsable du rayon Vidéo de Auchan a, par exemple, considérablement augmenté le stock de vieux films depuis son arrivée en 2003 au magasin, suite aux demandes nombreuses qu'il a reçues. Il avait constaté dès son arrivée une demande dans ce sens de la part de ses clients alors que les rayons en étaient vides au profit des nouveautés. Ces dernières constituent cependant, encore et de loin, « le plus gros des ventes » avec les séries télé, selon lui. Les comédies françaises du passé comme les Louis de Funès, les Coluche, les Fernandel intéressent beaucoup la population locale « parce qu'elles plaisent à toutes les communautés et notamment à la communauté maghrébine importante à Longwy Mt-St-Martin » toujours selon le responsable du rayon.

Plan du rayon DVD de Auchan Longwy



Ce plan du rayon est resté immuable depuis l'ouverture du magazin. La logique qui préside à la fixation des prix également selon le chef de rayon, Mr Vizade : 1) plus le film est récent, plus il est cher. 2) plus il a eu du succès par le passé (commercial ou critique) plus il est cher.

Les nouveautés sont placées face à l'allée principale du magasin pour attirer l'œil du client : les affiches publicitaires des films tout justes sortis à la vente, y sont imposantes. Le prix est alors fixé aux alentours des 20 euros et il a peu varié de 2003 à 2007. Par contre, le prix des films plus anciens a lui, fortement baissé. De même, en 2007, au bout de quelques mois, un film passe plus rapidement de 20 à 14 euros 99. C'est le cas, par exemple de *King Kong* (le remake de Peter Jackson), *Le nouveau Monde, Mission Impossible III, Flight Plan, Indigènes*. Juste derrière cet étalage des nouveautés, figurent en effet deux autres adossés l'un à l'autre qui proposent les offres promotionnelles (films de Alfred Hitchcok, Sidney Pollak, Oliver Stone, Clint Eastwood, ou Stallone et Schwarzenegger mais aussi des comédies françaises comme *Didier*, *Taxi*, *Astérix* ou *Chouchou* sont disponibles au prix de 9,99 euros.

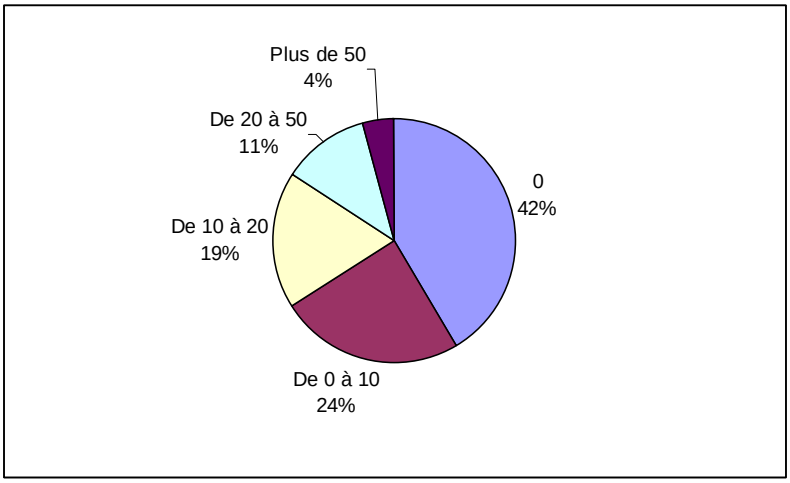
Le second présentoir propose des films à 4 euros 99 cts qui sont pour l'essentiel des films d'action des années 80 souvent considérés comme des films de série B tels que *Starforce, L'œil du cobra, A.D.N, Best of the Best, StreetFighter, Karaté tiger* ou la collection des premiers films de Jackie Chan. Des films français des années 60/70 y figurent également (Lino Ventura, Dary Cowl et Jean Gabin).

Un troisième étalage regroupe les promotions à 12 euros 99 suivantes et mêle classiques du cinéma et films récents : *Munich, Flashdance, Le Parrain, Forrest Gump, Règlement de compte à OK Coral, World Trade Center, Les incorruptibles, Fanfan la tulipe, Tron, Le nouveau monde, Le couperet, Pulp Fiction, Lord Of War, Bridget Jones 1 et 2, Le père noël est une ordure, Les affranchis, Tout sur ma mère*. Sur le côté gauche du rayon (si nous nous situons dans l'allée centrale), les films présentés respectent un classement des meilleures ventes hebdomadaires en France (proposé grâce à l'institut GFK). Puis, toujours sur ce côté gauche, les films relativement récents sont proposés par ordre alphabétique. Enfin, les DVD dits « hors film » (documentaires et sport) sont proposés de même que les séries télé anciennes ou récentes toutes regroupées par coffret.

Les classiques se situent au fond du rayon. Ils se caractérisent par un prix qui n'a guère varié entre 2003 et 2007(autour de 20 euros). J'y relève la présence de *Ben Hur, Bonny and Clyde*,

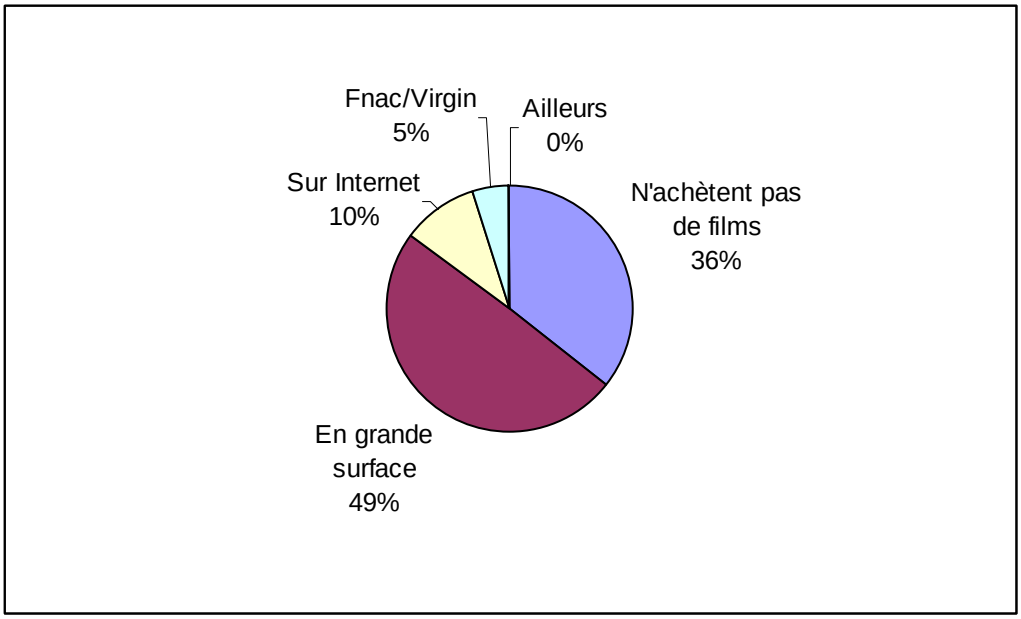
des films d'Humphrey Bogart, de Buster Keaton, Charlie Chaplin, Alfred Hitchcock, Stanley Kubrik, de John Wayne, Michael Cimino, Martin Scorcese, Francis Ford Coppola ou Steven Spielberg. Ils sont tous rangés par nom de réalisateur. Leur prix ne varie pas « parce que ça se vend toujours » d'après le chef de rayon. Les longoviciens que j'ai interrogés par questionnaire (n=210) déclarent acheter entre 1 et 10 films par an pour 24,3 % d'entre eux et 18,6 % entre 10 et 20 films. Ils sont autant, soit 41,4 % à ne pas acheter de films.

Nombre de films achetés par les longoviciens (n=210)



Auchan est le lieu privilégié d'achat de films pour les longoviciens et notamment pour les 87 étudiants de l'IUT que j'ai interrogés.

Lieu privilégié d'achat de films par les étudiants (n=87)



Parmi les nouveautés, les étudiants déclarent, pour 40, 2 % d'entre eux, acheter surtout des films vus et appréciés lors de leurs sorties au cinéma. En seconde position viennent les films qu'ils achètent car ils savent qu'ils ont fait beaucoup d'entrées (32,2 %) loin devant les films bien notés par la critique (12,6 %).

Motifs de l'achat de films pour les étudiants (n=87)

	Nb. citations	**Fréquence**
Non réponse	26	29,9 %
Des films que vous avez vus au cinéma	35	40,2 %
Des films que vous n'avez pas vus au cinéma mais qui ont eu du succès lors de leurs sorties en salle	28	32,2 %
Des films que vous n'avez pas vus mais qui sont bien notés par les professionnels du cinéma	11	12,6 %
Vous n'achetez pas de nouveautés	5	5,7 %
Total observations	**87**	**100 %**

C- La location de films à Longwy

Un habitant de Longwy désireux de louer des films a le choix entre 3 distributeurs automatiques accessibles jour et nuit et deux magasins aux horaires uniquement diurnes. Le premier se situe à Longwy-Haut sur la place principale (place Darche) et le second à Longwy-Bas devant un grand parking et non loin de la place principale (place Leclerc) (la ville est clairement divisée en deux puisque Longwy-bas est dans la vallée alors que Longwy-haut est sur le plateau à 400 mètres d'altitude). Les 3 distributeurs dispersés dans la ville (2 à Longwy-Haut et un à Longwy-Bas) appartiennent à l'un des deux magasins qui lui-même appartient à la franchise Vidéo-Futur[138].

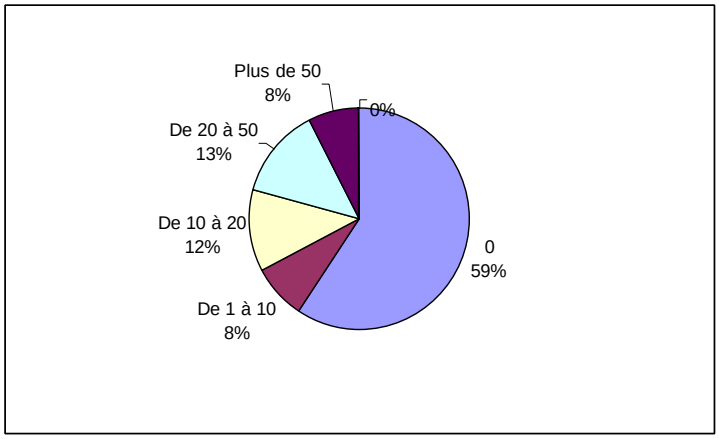
Les 3 distributeurs proposent chacun, 24h sur 24 et 7 jours sur 7, environ 2 000 films, la personne qui veut louer un film est alors invitée à le choisir à partir de listes prédéfinies : le Hit parade des meilleures locations nationales, le réalisateur, l'acteur principal du film, la liste des nouveautés, les films classés par genre (polar/thriller, horreur, action aventure, comique comédie, émotion, science-fiction, enfants, musicaux, guerre, didactique, érotique ou enfin

[138] L'enseigne vidéo-futur compte en France plus de 550 magasins louant des DVD vidéo selon son site internet.

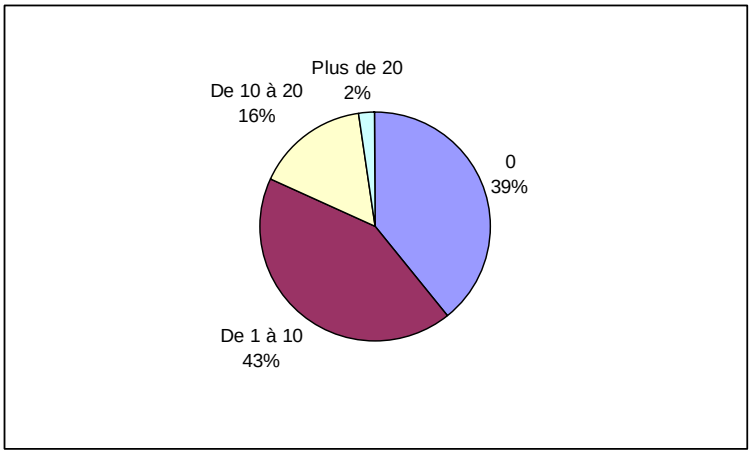
pornographique). Le coût d'une location au distributeur est réglé par carte bancaire soit 3,30 € pour 1 jour + 1,50 € la journée suivante. La « carte privilège » permet de louer son film deux fois moins cher et de bénéficier d'opérations permanentes et de recharger sa carte à des tarifs avantageux. D'après les deux vendeuses du magasin Vidéo Futur, deux différences majeures caractérisent l'offre en magasin et l'offre en distributeur. D'abord, alors que les distributeurs proposent les dernières nouveautés, le magasin propose également des films plus anciens, des années 90 ou même des années 70 ou 80. Je citerai par exemple, *Dune*, *Scarface*, *Raging Bull*, *Shining*, *Taxi Driver*, *Les affranchis*, *Vol au dessus d'un nid de coucous*, *The Wall*, *Adieu ma concubine*, *The Mission*, *Voyage au bout de l'enfer*, la série des *Rocky* pour les plus anciens et pour les plus récents, *Le 5ème élément*, *Armageddon*, *La Môme*, *Matrix*, *Scream* ou encore la série des *Batman* débutée par Tim Burton. Ces films sont conservés à la location car ils « marchent toujours » selon Sandrine, vendeuse. Ensuite, l'offre en magasin est plus fournie en films dramatiques ou films d'auteur : par exemple, en mars 2007 figuraient en rayon, mais pas en distributeur automatique, des films comme *Little miss sunshine*, *Frida*, *Melinda et Melinda*, *Le pianiste*, *Effroyables jardins* ou *Jeux d'enfants*. L'offre du magasin y est également plus riche en films français comme par exemple, *Caché*, *Parlez-moi d'amour*, *Le temps qui reste*, *Toute la beauté du monde*, *Va, vis deviens*, *De battre mon coeur s'est arrêté*, qui n'étaient pas ou plus disponibles au distributeur.

Aucune donnée statistique ne m'a été donnée par le magasin Vidéo Futur malgré mon insistance. Je ne connais donc pas le nombre d'abonnés ni la composition précise de la clientèle. Selon les vendeuses, les hommes entre 25 et 40 ans louent des films d'action, horreurs ou thrillers. D'après elles, ce sont eux qui louent le plus de films. Les hommes à partir de 40 ans louent surtout des thrillers ou des comédies. Pour les femmes, leur location est variée même si les comédies américaines comme françaises dominent. Seuls 16 % des étudiants de l'IUT que j'ai interrogés louent des films plusieurs fois par mois contre 30 % pour l'ensemble de la population longovicienne. Les étudiants déclarent louer surtout leurs films au distributeur automatique (plus de 80 % de ceux qui louent) et ils le font surtout le vendredi et le samedi.

Nombre de films loués par an par les longoviciens (n=210)



Nombre de films loués par an par les étudiants (n=87)



Vue d'un des distributeurs du magasin de Longwy-Bas



A la fin de l'année 2006, les films les plus loués aux distributeurs par les longoviciens étaient *Destination Finale 3*, *Saw 2*, deux films d'horreur américains et *Camping* et *La doublure*, deux comédies françaises. Mes observations (j'habite non loin du principal distributeur de Longwy-Haut) font état d'une fréquentation des distributeurs répartie sur la semaine avec des pics les mercredi après-midi, grâce aux lycéens, et le Week-end. Les vendredi, samedi et dimanche, les films sont loués jusque tard la nuit. Un second établissement qui fait également office de kiosque à journaux, loue des films à Longwy-Haut. L'offre y est similaire en terme de genres proposés (comme le montre la photo ci-dessous) mais réduite en terme de quantités et ne possède aucun film plus vieux d'un an. J'aurai l'occasion de revenir sur le rôle de conseiller dévolu au gérant du magasin (cf. Partie 2, Chapitre 3). L'offre de films via la location de DVD n'a cependant cessé de se réduire année après année. Là encore, aucun commerçant n'a bien voulu me fournir des chiffres. Par contre, la cause est entendue : le téléchargement de films sur internet et notamment le téléchargement pirate en est la cause d'après eux. Le distributeur automatique devant lequel je passe tous les jours à Longwy-Haut, n'a cessé de perdre des clients en quelques années seulement. C'est sans surprise qu'en Juillet 2008, je constatais que l'espace commercial concerné était à louer.

Vue du magasin de Longwy-Haut



D- Les prêts à la seule médiathèque de la région de Longwy, celle de Mont St Martin

En mars 2007, la médiathèque de Mont-Saint-Martin, ville mitoyenne de Longwy, comptait 682 membres actifs dont 426 femmes. Par actif, il faut entendre les personnes louant effectivement des livres, DVD ou CD au cours du mois passé soit un total de 1510 personnes inscrites. Les 2/3 venaient de la ville de Mont St Martin et 1/3 des villes extérieures dont Longwy, la principale. Seules les personnes ayant plus de 16 ans ont le droit d'emprunter des DVD soit potentiellement 395 personnes. Le fond est composé de plus de 430 DVD environ et mon inventaire, établi à partir du catalogue de la médiathèque, a permis d'identifier les films en présence comme suit :

Le fonds de DVD de la médiathèque

Genre	Nombre	Part %
Documentaires	94	21,6%
Drame	91	21,00%
DA	53	12,20%
Comédie dramatique	47	10,90%
Comédie	44	10,10%
Spectacle humour	23	5,30%
Aventure	22	5,00%
Fantastique	14	3,20%
Thriller	11	2,50%
Horreur	9	2,00%
Action	7	1,60%
Science fiction	5	1,10%
Policier	5	1,10%
Films documentaires	3	0,70%
Comédie romantique	3	0,70%
Espionnage	2	0,40%
Total	**434**	**100**

Les documentaires occupent près de 22% des DVD du fonds juste devant les films dramatiques. Ils sont consacrés à la musique, à la géographie, à l'éveil des enfants ou le sport de haut-niveau ou le sport pour tous avec des conseils. Il faut souligner la part importante de spectacles humoristiques où toutes les grandes stars actuelles du rire en France sont représentées : Jamel Debbouze, Gad El maleh, Franck Dubosc, Elie Seimoun, etc.

Films de la médiathèque rangés par genre
(sauf documentaires, spectacles humoristiques et séries télévisées)

Genre	Nombre	Fréquence de citation
Drame	91	28,70%
DA	53	16,70%
Comédie dramatique	47	14,80%
Comédie	44	13,80%
Aventure	22	6,90%
Fantastique	14	4,40%
Thriller	11	3,40%
Horreur	9	2,80%
Action	7	2,20%
Science fiction	5	1,50%
Policier	5	1,50%
Films docu	3	0,90%
Comédie romantique	3	0,90%
Espionnage	2	0,60%
Guerre	1	0,30%
Total	**317**	**100,00%**

Si on ne tient pas compte des DVD concernant les spectacles humoristiques, les documentaires et les séries télé, on note parmi les films la part importante de drames (28,7%), de dessins animés (16,7%), de comédies dramatiques (14,8%) et de comédies (13,8%).

Films de la médiathèque selon le pays d'origine

Pays	Nombre	Fréquence de citation
Usa	155	48,90%
France	131	41,32%
Angleterre	6	1,90%
Japon	6	1,90%
Espagne	5	1,50%
Italie	5	1,50%
Yougoslavie	2	0,60%
Allemagne	1	0,30%
Belgique	1	0,30%
Brésil	1	0,30%
Argentine	1	0,30%
Canada	1	0,30%
Chine	1	0,30%
Israël	1	0,30%
Total	**317**	**100,00%**

Les films américains représentent près de la moitié des films possédés (48,9 %) devant les films français (41,3%). Loin derrière, on trouve des films anglais (Stephen Frears), espagnols (Pédro Almodovar) ou japonais.

Films de la médiathèque selon la décennie d'origine

Décennie	Nombre	Fréquence de citation
2000	241	76%
1990	42	13,20%
1980	19	6%
1970	5	1,50%
1960	3	0,90%
1950	6	1,90%
1930	1	0,30%
Total	**317**	**100%**

Les films sont des films récents pour 76 % d'entre eux. Les films des années 90 ne représentent que 13,2 % ceux des années 80 (6%). Les films de plus de 30 ans ne représentent qu'une toute petite part du fond, moins de 5 % au total. L'achat des films à la médiathèque est effectué par les personnes en poste de manière collégiale : « on est 6 (femmes), on a des goûts différents, ça couvre des genres très différents ! » et informée : « on regarde quels films ont marché, on regarde quels films ont eu des récompenses, on fait gaffe au bouche à oreille ». La sélection tient compte également des suggestions des membres de la médiathèque déposées dans un cahier prévu à cet effet. Parmi ces dernières, pour le mois de Mars 2007, j'ai relevé les films suivants : *More*, *Poseidon*, *Land Of The Dead*, *4 étoiles*, *Peter Pan*, *Les Aristochats*, *Plum le petit ours*, *Du vent dans les saules*, *La mouette et le chat*, *Azur et Assmar*, *Mission Impossible 3*, *des films indous*, *Duelist*, *The Blade*, *Ma femme est une gangster* ainsi que divers dessins animés japonais.

E- Les films à la télévision

En plus des chaînes classiques et du câble (60 % des spectateurs interrogés me déclarent regarder des films sur les chaînes du câble spécialisé et/ou sur canal plus), le spectateur longovicien regarde depuis les années 50 Télé Luxembourg, devenue RTL puis RTL 9, une chaîne avant tout régionale et disponible maintenant sur le câble partout en France. Des émissions telles que *Bienvenue chez vous* : rendez-vous bi-quotidien (tous les midis de 12h00 à 12h30 et l'après-midi de 17h40 à 18h10) sur l'actualité en Lorraine et quelques rendez-vous phare, tels qu'une émission consacrée aux grands clubs lorrains de Football, assurent la

fidélité des spectateurs de Longwy. Ainsi, 35 % des spectateurs que j'ai interrogés déclarent regarder au moins un film par semaine sur la chaîne. Historiquement, c'est notamment grâce à RTL que le public du nord de la Lorraine et spécialement celui de Longwy a pu diversifier sa culture cinématographique. La classe ouvrière locale a fréquenté non seulement de façon régulière les salles de cinéma dans sa jeunesse, mais l'a introduit dans le cercle familial, par l'intermédiaire de la télévision[139]. RTL télévision a toujours diffusé et mélangé les genres de films, films d'auteurs récompensés et films de série B tout en privilégiant dans sa programmation des films américains et notamment des films tout public favorisant une réception familiale. Plus de deux films par soir et 3 par jour sont ainsi diffusés quotidiennement sur RTL9 anciennement Télé-Luxembourg (depuis plus de 50 ans) participant du même coup à une culture filmographique élargie pour le spectateur de Longwy bien avant l'apparition du câble et de Canal Plus. Dès 1975, Jacques Navadic[140] signale que 9 films sont diffusés chaque semaine soit 450 par an[141]. Des années 70 aux années 2000, la chaîne ne s'est guère détournée de cette spécialité.

Les genres de films les plus diffusés sur la chaine sont la comédie américaine, la science fiction, le film d'action et le fantastique[142]. Il faut également rappeler que RTL TVi et la RTBF (aujourd'hui La une et La deux), chaines belges font également historiquement partie du paysage audio-visuel du spectateur longovicien du fait de la proximité frontalière. Ces chaînes belges ont une programmation proche des chaînes françaises telles TF1 ou M6 (fictions et séries françaises et américaines) et sont largement regardées par les longoviciens comme en témoigne cette pleine page du magazine télé du Journal local « Le Républicain Lorrain ».

[139] Cf. MONTEBELLO, F. 2005, *op. cit.*, p. 165.

[140] En 1955, Jacques Navadic est entré à RTL et a été pendant dix ans les fonctions de Directeur des programmes de RTL-Télévision.

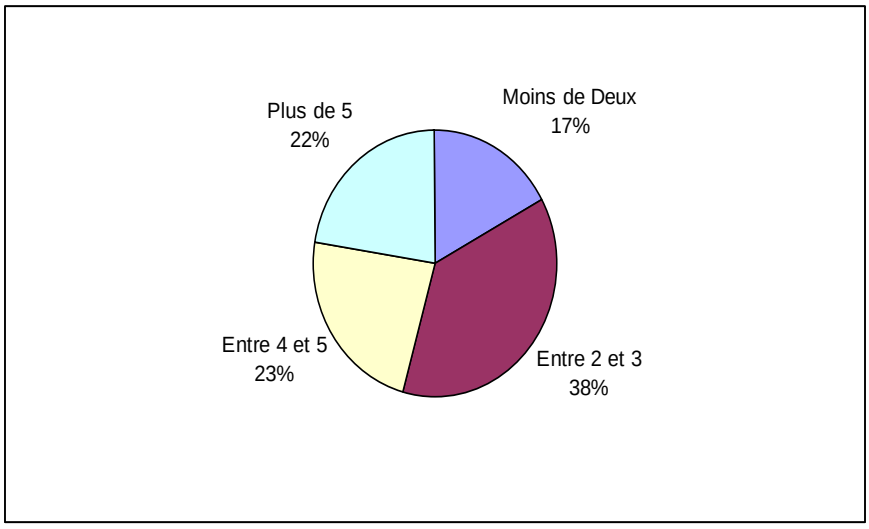
[141] NAVADIC. J, 1975. *Télé-Luxembourg a vingt ans*. Paris : Editions France-empire, p. 245.

[142] Voir en annexe le relevé des films projetés sur la chaîne que j'ai classés par genre.

Les chaînes belges : pleine page du TV Hebdo du 24 au 30 join 2006

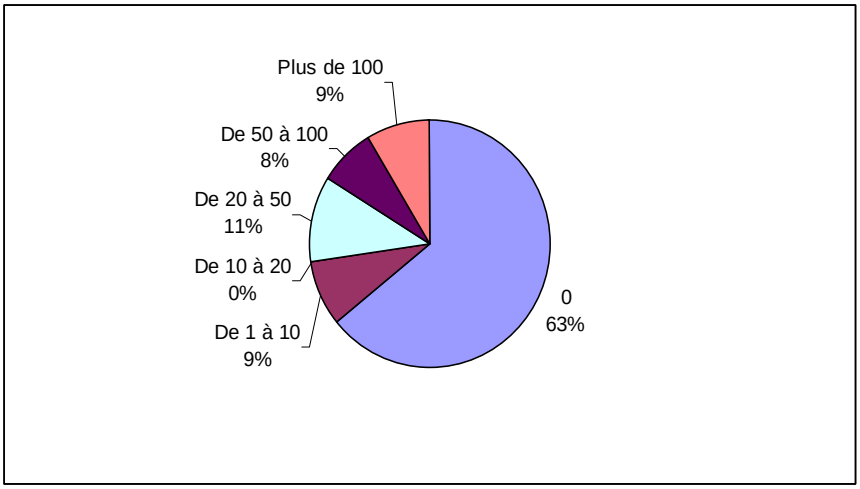

Le Républicain Lorrain
MAGAZINE
TV Hebdo
Chaînes frontalières
NOTRE RÉGION
Programmes du dimanche 24 au samedi 30 juin 2007
The Girl Next Door
Lundi, 20.20 • La Une
Equilibrium
Mardi, 20.30 • La Deux
De l'amour
Dimanche, 20.35 • La Deux

Nombre de films regardés par semaine (télé, cinéma etc.) par les longoviciens (n=210)



En plus des films diffusés à la télévision ou loués, le spectateur peut télécharger des films sur internet. C'est ainsi que près de 25 % des spectateurs déclarent télécharger plus de 20 films par an, notamment les plus jeunes d'entre eux comme je le montrerai par la suite.

Nombre de films téléchargés par an par les longoviciens (n=210)



Conclusion

Au début des années 2000, Longwy reste une ville peu attrayante dont l'économie est sous dépendance luxembourgeoise. Le multiplexe Utopolis en offre d'ailleurs une preuve éclatante (la maison mère Utopia est luxembourgeoise), mais sa fréquentation rappelle aussi que Longwy reste une ville où l'on va au cinéma. La fin des cinémas de quartier à Longwy a été précipitée par la fin de la sidérurgie mais également par l'arrivée de nouveaux supports dans les années 80[143] (location de vidéos, Canal Plus). Cependant, au début des années 2000, jamais l'offre et la consommation de cinéma n'y a été aussi importante si on considère toutes les possibilités d'y voir un film. C'est ce qui explique que les spectateurs de Longwy regardent entre 2 et 3 films tous supports confondus et deux séries télévisées différentes par semaine. Derrière ce constat, la mutiplicité des pratiques chez une même personne semble être le cas le plus courant.

PARTIE I- PRATIQUES, PROCEDURES D'EXPERTISE ET PREFERENCES DES SPECTATEURS LONGOVICIENS

[143] Cf. MONTEBELLO, F. 2005. *op. cit.*, p. 180.

PARTIE I- PRATIQUES, PROCEDURES D'EXPERTISE ET PREFERENCES DES LONGOVICIENS

Introduction

A Longwy comme ailleurs, l'expérience du cinéma prend plusieurs formes. Elle s'inscrit dans des moments et des lieux différents : regarder un film à la maison, faire une sortie cinéma pour y voir une nouveauté, se repasser un DVD qu'on aime bien, regarder la même série télé chaque soir mais avec un plaisir intact, « zapper » sur son téléviseur à la recherche du bon film etc. Parfois même, certains aspects de l'expérience du cinéma sont d'ailleurs propres à Longwy, à son histoire ou au mode de vie de ses habitants. Dans tous les cas, elle dépend de l'engagement du spectateur en situation. La pluralité des pratiques (chapitre 1), les procédures d'identification et d'évaluation de la qualité lors de la sortie cinéma (chapitre 2), le lien entre certains spectateurs et certains films (chapitre 3) et l'inscription locale de la qualité (chapitre 4) seront les quatre moments forts de mon observation.

CHAPITRE I- LES PRATIQUES CINEMA à LONGWY

Introduction

Les études de la fréquentation des films ont l'habitude de ne considérer que la sortie cinéma et de classer celle-ci selon des catégories qu'elle considère distinctement. Pour le spectateur, on distingue son âge, son sexe, sa profession, son niveau d'instruction, son lieu d'habitat et ses habitudes de fréquentation. Pour les films, on le classe selon son genre, sa nationalité, son auteur, son producteur, le studio et le box office[144]. L'ensemble des films accessibles au consommateur est pourtant susceptible de s'inscrire dans des dispositifs socio-techniques différents de consommation (au cinéma, chez soi). Les dispositifs, nous rappellent Christian Bessy et Francis Chateaureynaud, « permettent des économies interprétatives, des attributions (de fonctions, de responsabilités, de propriétés, etc.) ». Les auteurs insistent par ailleurs sur le fait que « les corps ne peuvent exprimer leur qualité qu'au travers des dispositifs[145] ». Ce sont donc des ressources pour l'acteur qui permettent, comme pour les cadres dans la microsociologie de Goffman, « dans une situation donnée, d'accorder du sens à tel ou tel de ses aspects, lequel autrement serait dépourvu de signification[146]». Tout comme la consommation musicale qui repose plus sur l'écoute d'un disque que celle d'un concert[147], la consommation cinématographique inclut le film regardé à domicile et ne se limite pas à la sortie cinéma. Il convient donc, si l'on veut rendre compte de cette consommation, d'observer les différentes formes de spectacle et la manière dont elles s'articulent pour les spectateurs.

[144] Cette classification des chiffres du cinéma est notamment celle du CNC.

[145] BESSY, C. et CHATEAUREYNAUD, F. 1995. *Experts et faussaires. Pour une sociologie de la perception*. Paris : Métailié, p. 245.

[146] GOFFMAN, E. 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Editions de Minuit, p. 19.

[147] Cf. HENNION, A. et alii. 2000, op. cit., p. 221.

Le plébiscite accordé aux films de divertissement au Box Office du multiplexe de Longwy semble ainsi moins résulter de préférences absolues que de pratiques différenciées en matière de consommation cinématographique. Derrière la profusion des genres de films, des supports de visionnage et des modes d'attention aux films des longoviciens, se cache une organisation réfléchie de leurs pratiques. L'observation au niveau local des classifications et du sens qui préside à ces classifications pour les spectateurs eux-mêmes montre que le spectateur ne réserve pas sa pratique à un seul genre de film. Si le genre agit quelquefois en tant que repoussoir[148] (« je ne suis pas film d'horreur »), il agit, le plus souvent, comme indicateur d'un type de plaisir que le spectateur lui associe en contexte. Ce dernier d'ailleurs refuse de classer son goût dans des genres particuliers et d'en exclure d'autres, si bien qu'au contraire, il en cite plusieurs comme Georges, 30 ans, cadre au Luxembourg, fils d'ouvrier :

> Moi en musique j'écoute de tout, j'écoute Sardou, d'ailleurs au Lycée, on s'est bien foutu de moi, mais j'écoute aussi de la techno en boite…Dans le cinéma, c'est pareil, ça dépend, faut pas dire j'aime pas, faut essayer !

Les spectateurs manifestent, en fait, leur sens pratique et leur capacité à utiliser les différentes opportunités offertes par le marché pour « fabriquer du plaisir »[149]. La formulation technique ou sociologique du genre donne, en effet, l'illusion d'une prévisibilité de leur choix, alors qu'il ne s'agit jamais que d'une anticipation de leur geste de consommation, interdisant de prédire et la qualité effective des objets à venir et leur conduite à leur égard[150]. L'insistance qui est accordée par l'interviewé à la situation d'épreuve – « ça dépend »- et sur l'incertitude qui caractérise la situation - « faut essayer », interdit de réduire la consommation cinématographique soit à un certain genre de films, soit à un certain genre de spectateur. Elle oblige au contraire à observer comment les individus composent eux-mêmes la situation en fonction des qualités qu'ils reconnaissent aux objets et aux personnes qui s'engagent dans cette situation[151]. En ce sens, on analysera comment à Longwy, s'articulent les catégories telles que — « jeune », « vieux », « féminin », « dramatique», « américain » pour donner naissance à des formes de spectacle telles que « film du sam'di soir », « film pour la

---

[148] L'expression est d'Emmanuel Ethis. Cf. ETHIS. E, 2005, *op. cit*.

[149] Sur le cinéma en tant que « technique du corps », voir : LEVERATTO, J.-M. 2006. Les techniques du corps et le cinéma. *Portique*, n°17, « De Marcel Mauss à Norbert Elias. Marcel Mauss et les techniques du corps ».

[150] Sur le film de genre et le spectateur, cf. FARADJI, H. 2003. L'expérience du spectateur face au film de genre : le double miroir. *Les cahiers du Gerse*, « L'expérience d'aller au cinéma », n°5.

[151] BOLTANSKI, L. et THEVENOT, L. 1991. *De la justification. Les Économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.

maison », « teen movie » ou encore la « Ladie's Night » (le film, une comédie romantique le plus souvent, est projeté uniquement devant des femmes). Tout se passe comme si l'usage qu'il fait du cinéma, conduit moins à définir le genre au sens de caractéristiques techniques (science fiction, western, policier) que de « formes du spectacle ». Le spectacle, rappelle Jean-Marc Leveratto, est inséparable du spectateur et de son engagement personnel[152]. C'est que, pour le spectateur ordinaire, le « film du samedi soir », le « Teen movie », le « film pour les filles » n'existent pas sans une certaine connaissance pratique du cinéma. Le genre n'est donc pas seulement une catégorie d'interprétation qui en ferait, pour l'observateur, un spectateur « classé par son classement » au sens de Pierre Bourdieu. L'existence d'une grande variété de formes de spectacle témoigne, au contraire, du fait qu'il segmente moins ses goûts que ses pratiques, grâce à des mises à disposition de soi-même différentes selon les cadres même de ses expériences[153].

Après avoir rappelé comment s'articulent à Longwy les principales pratiques cinéma entre consommation en salle et consommation à domicile (section I), je m'attacherai plus précisément à comprendre les situations de sortie en groupe au cinéma (section II) et le plaisir grandissant que les spectateurs retirent des séries télévisées (section III).

[152] LEVERATTO, J.-M., 2005, *op. cit.*

[153] GOFFMAN, E. 1991. *op. cit.*

Section I- La consommation cinématographique : un ensemble diversifié de pratiques

Les premiers résultats de l'enquête (I) montrent une consommation du cinéma morcelée entre différents dispositifs[154] (chez soi, au cinéma etc.) et selon la qualité du spectateur (homme, femme, jeune, âgé, cadre, ouvrier etc.). Si au final, le nombre de films ne diffère pas selon ces qualités, les usages des films semblent dépendants de ces dispositifs (II).

I- Données chiffrées

La passation d'un questionnaire auprès de 210 longoviciens et 70 étudiants choisis au hasard révèle que le nombre de films comme la manière de les regarder diffère quelque peu selon que l'on soit jeune ou vieux, hommes ou femmes comme le montrent les outils statistiques que j'ai choisis. Il est surtout édifiant de constater le morcèlement de la consommation, pour un même spectateur, entre films regardés en exclusivité en salle et ceux regardés à la maison (à la télévision, sur support DVD achetés, loués ou encore copiés ou téléchargés sur internet). La consommation de films ne se réduit donc plus comme dans l'observation du Longwy des années 50 par Fabrice Montebello à la consommation en salle. Par ailleurs, tous supports confondus, les longoviciens regardent, à présent, plus de 2 films par semaine en moyenne, ce qui est plus important que ces mêmes longoviciens dans les années 50.

La population enquêtée auprès de 210 longoviciens est composée de 55,7% d'hommes et de 44,3% de femmes. Elle se partage selon les catégories d'âge et socio-professionnelles du tableau ci-dessous et constitue une représentation imparfaite de la population réelle de Longwy. Elle intéresse surtout par le fait qu'elle concerne des catégories socio-professionnelles telles que les ouvriers et les employés réputés moins disposées aux loisirs de sortie et aux pratiques cultivées que d'autres telles que les professions intermédiaires et professions intellectuelles supérieures. Elle sous-estime largement la part des personnes de plus de 60 ans réputés peu friands de cinéma et focalise ainsi l'attention sur les plus jeunes.

[154] Voir ce que j'entends par dispositif ici dans le chapitre II de la partie introductive.

Catgéories socio-professionnelles et âges des enquêtés (n=210)

Age	Les interrogés	Fréq.	Pop. Longwy Insee[155]	Profession	Les interrogés	Fréq.	Pop. Longwy Insee
15-19	25	11,9	7,6	**Cadre et prof. Intermédiaires et enseignants**	22 + 9	14,7	13,59
20-24	25	11,9	8,3	**Employé**	74	35,2	15,74
25-34	48	22,8	19	**Ouvrier**	41	19,5	16,5
35-49	59	28	23,3	**Sans activité professionnelle + étudiants**	17 + 34 = 51	24,3	30
50-59	37	17,6	12,1	**Retraité**	17	8	21,9
60 et +	16	7,6	29,45	**Etudiant**	34	16,2	NR
TOTAL	**210**	**100**			**210**	**100**	

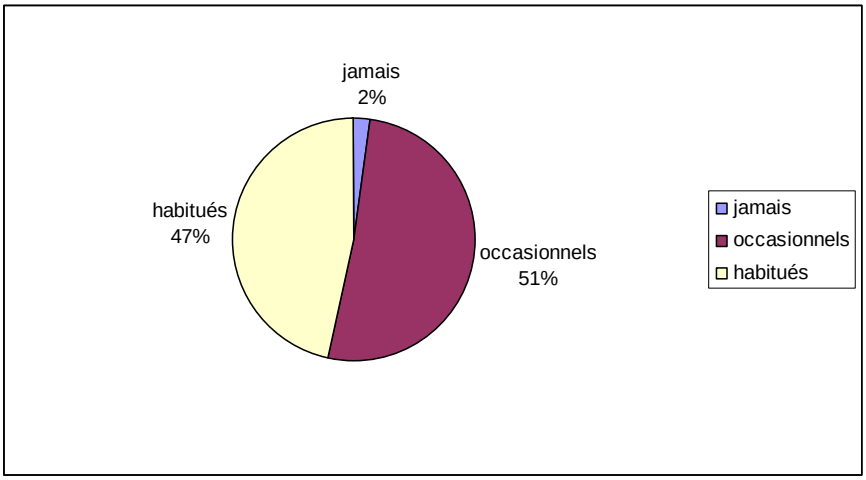
1- La sortie cinéma

En 2005, à Longwy, 42, 9 % (contre 33 % au niveau national[156]) des personnes se rendent au cinéma au moins une fois par mois et sont donc des réguliers au sens du CNC. Pour le C.N.C, les « assidus » et les « réguliers » constituent les « habitués ». Les « assidus » vont au moins une fois par semaine en moyenne au cinéma alors que les « réguliers » y vont au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine. A cela s'ajoutent les « occasionnels » qui s'y rendent au moins une fois par an et moins d'une fois par mois. 4 % des spectateurs longoviciens (contre 4,5 % au niveau national) seulement sont des assidus, puisqu'ils fréquentent le cinéma chaque semaine. 57,1 % des spectateurs longoviciens (contre 62,5 % au niveau national) sont des occasionnels et fréquentent le cinéma moins d'une fois par mois. Comme le montre le test du Chi2 qui consiste à mesurer l'écart entre une situation observée et une situation théorique et d'en déduire l'existence et l'intensité d'une dépendance entre deux variables, la sortie cinéma n'est pas, à Longwy, une pratique réservée aux jeunes, pas plus qu'elle n'est liée à la profession ou au sexe. Elle reste cependant comme au niveau national où les 15-24 ans représentent 20 % du public mais 27,6 % des entrées[157], variable selon l'âge. Par exemple, sur les 87 étudiants interrogés, 46 % d'entre eux déclarent être des habitués de la sortie cinéma.

[155] Recensement de 1999 : http://www.recensement.insee.fr/ Site consulté en mai 2007.

[156] Cf. http://www.cnc.fr

Fréquentation annuelle du cinéma par les étudiants (n=87)



2- La location et le téléchargement de films

Ce sont les hommes, entre 25 et 40 ans, qui louent le plus de films. Les plus jeunes louent systématiquement des films qui allient action et fantastique/science fiction dont les films de super héros sont emblématiques ou des comédies selon les employés des deux magasins de location de la ville.

Influence de la variable âge sur la pratique de la location de films des longoviciens (n=210)

	Nbre de personnes louant entre 0 et 10 films	**Entre 10 et 20 films**	**Entre 20 et 50 films**	**Plus de 50 films**	**Total**
15-24 ans	31	5	10	4	50
25-34 ans	32	5	8	3	48
35-49 ans	36	12	3	8	59
50 ans et +	42	3	7	1	53
Total	**141**	**25**	**28**	**16**	**210**

Comme le montre le test du Chi2, la location des films décroît avec l'âge. Les plus de 50 ans louent peu par rapport aux autres catégories d'âge. Du fait de l'accessibilité des films sur internet, cette pratique de la location subit les effets du téléchargement internet. Certains professionnels du cinéma de la ville m'ont ainsi fait part de leur inquiétude face à ces pratiques où hommes et jeunes en général semblent télécharger beaucoup plus de films que les plus âgés ou les femmes. Le test de dépendance du Chi 2, établi à partir du tableau suivant,

[157] Cf. http://www.cnc.fr

est très significatif. On voit clairement que les hommes téléchargent beaucoup plus de films que les femmes : sur 30 longoviciens qui téléchargent ou se font prêter plus de 50 films par an, 26 sont des hommes.

Influence de la variable sexe sur le téléchargement ou le prêt de films copiés (n=210)

	0 film	**Nbre de personnes qui téléchargent entre 1 et 20 films**	**Entre 20 et 50 films**	**Plus de 50 films**	**Total**
Homme	52	26	13	26	117
Femme	66	15	8	4	93
Total	118	41	21	30	210

Le test du Chi 2 révèle également une dépendance significative entre la variable âge et le nombre de films téléchargés. Si les jeunes à Longwy et notamment les étudiants constituent une catégorie qui va beaucoup au cinéma, ils téléchargent également beaucoup (23 % déclarent télécharger plusieurs films par mois) ou empruntent beaucoup de films téléchargés (26 % d'entre eux). A l'inverse, les plus âgés téléchargent ou se font prêter peu de films. Parmi les jeunes de 15 à 24 ans, peu d'entre eux déclarent ne pas télécharger de film.

Influence de la variable âge sur la pratique du téléchargement de films (n=210)

	Nbre de personnes qui ne téléchargent ou ne se font prêter aucun film	**Entre 1 et 10 films**	**Entre 20 et 50 films**	**Plus de 50 films**	**TOTAL**
15-24 ans	19	11	6	6	50
25-34 ans	32	4	6	6	48
35-49 ans	32	13	7	7	59
50 ans et +	35	13	2	2	53
Total	118	41	21	21	210

Le tableau suivant permet de préciser cette prégnance du téléchargement chez les jeunes. En effet, les étudiants que j'ai interrogés (au nombre de 87) sont 23 % à télécharger plusieurs films par mois.

Fréquence du téléchargement de films sur internet des étudiants de l'IUT de Longwy (n=87)

	Nombre de citations	Fréquence
Non réponse	13	14,9%
Jamais	12	13,8%
Quelques fois dans l'année	23	26,4%
Une fois par mois	9	10,3%
Plusieurs fois par mois	20	23%
Plusieurs fois par semaine	7	8%
Une fois par semaine	3	3,4%
Total	87	100%

Ce constat va dans le sens des enquêtes nationales concernant la Video On Demand, pratique qui consiste à télécharger des films payant sur internet. On y apprend qu'en France, les utilisateurs de la Video on Demand sont majoritairement des hommes, âgés de 25 à 34 ans, actifs. Si 4,4 % des internautes ont déjà consommé en vidéo à la demande, ce taux s'élève à 6,2 % pour la population masculine et à 2,8 % seulement pour la population féminine. Les 15-19 ans représentent 12,3 % des internautes et 9,0 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande. Les seniors (50 ans et plus) composent 30,7 % de la population internaute et 18,6 % de celle des usagers de la VOD. Les utilisateurs des services de VOD sont plus fréquemment âgés de 25 à 34 ans (7,7 % des internautes contre 4,4 % tous âges confondus[158]).

Enfin, le test du Chi 2 réalisé à partir des données du tableau ci-dessous montre que ceux qui téléchargent le plus de films sont également ceux qui vont le plus au cinéma. Par exemple, les spectateurs assidus au cinéma sont également ceux qui téléchargent ou empruntent plus de 20 films par an.

Téléchargement et fréquentation du cinéma des longoviciens (n=210)

	Jamais au cinéma	Occasionnel	Réguliers	Assidus	Total
Entre 0 et 20 Films téléchargés par an	28	71	46	14	159
Plus de 20 films téléchargés par an	8	12	22	9	51
Total	36	83	68	23	210

[158]Cf.http://www.cnc.fr/CNC_GALLERY_CONTENT/DOCUMENTS/publications/etudes/PublicVOD061206.pdf

3- La collection des films

Il faut signaler que le nombre de films regardés, toutes formes de consommation confondues (chaîne de télévision, Home Cinema, salle de cinéma), n'est pas affecté par le jeu des variables sociologiques. Par contre, si on considère le nombre de films possédés, sur cassette enregistrée, films copiés sur cd rom ou achetés, alors les hommes semblent collectionner davantage de films que les femmes. Comme le montre le test du Chi 2 établi à partir des données du tableau ci-dessous, la dépendance est très significative. Plus de de la moitié des longoviciens enquêtés possèdent ainsi plus de 50 films, mais les 2/3 sont des hommes.

Influence de la variable sexe sur le nombre de films possédés (n=210)

	Entre 0 et 10 films possédés	**Entre 10 et 50 films possédés**	**Entre 50 et 100 films**	**Entre 100 et 150 films**	**Entre 150 et 200 films**	**Plus de 200 films**	**Total**
Homme	12	30	22	12	7	34	117
Femme	19	42	18	2	5	7	93
Total	31	72	40	14	12	41	210

Dans ce tableau, on voit claireméemnt que sur 67 longoviciens qui possèdent plus de 100 films, 53 sont des hommes.

L'acte d'achat explique en partie la taille des dvdthèques personnelles. Elle représente bien souvent une alternative à la sortie cinéma lorsque la famille est nombreuse et que les revenus du ménage sont insuffisants. Corinne , mariée, deux enfants et ouvrière (son mari est employé à la mairie), témoigne du rapport qualité/prix qui justifie l'achat de films sur support DVD parfois au détriment de la sortie cinéma.

> Les DVD, si je les achète c'est pour les gosses, je leur mets un Disney, ils les regardent 50 fois et ça s'use pas, c'est pas comme les cassettes. Moi j'aime bien les DVD avec des histoires romantiques mais je regarde aussi les dessins animés avec les gosses. Ils sont assis devant la télé et moi j'en profite pour faire mon repassage. Comme *L'âge de glace* c'est formidable aussi pour les enfants et les grands. *Shrek* aussi, bon ils le regardent, on l'a regardé au moins 50 fois ce film et le n°2 aussi et pourtant on a été le voir au cinéma mais dès qu'il est sorti, je l'ai acheté quoi, parce que je sais que les gosses ils vont le regarder encore et encore…c'est pas perdu ! En même temps, on peut pas aller au cinéma, sinon c'est tout de suite, combien…200 balles ? Sans parler des bonbons !

C'est donc un calcul économique (« on peut le regarder plusieurs fois ») qui justifie, pour Corinne, l'achat de films pour les enfants mais aussi pour la location de films pour elle et son mari plutôt que l'achat.

> **Vous achetez des films pour vous et votre mari ?**
> Non on les regarde à la télé ou on les loue comme ici, je me suis loué *Aviator*.

Corinne préfère acheter les films dont elle sait par avance qu'il sera souvent regardé par ses enfants plutôt qu'un film qu'elle ne verra qu'une seule fois, avec son mari. Dans ce dernier cas, elle préfère le louer ou se contenter des films qui passent à la télévision.

4- La série télévisée

Les spectateurs regardent près de deux séries télévisées différentes par semaine. Il s'agit cependant d'une pratique essentiellement jeune et féminine. La dépendance entre les deux variables (sexe et nombre de séries télé différentes regardées par semaine), que mesure le test du Chi 2, est très significative. Par exemple, sur 46 longoviciens qui regardent plus de 3 séries télévisées par semaine, 35 sont des femmes.

Nombre de séries télévisées différentes regardées par semaine selon le sexe (n=210)

	0 série télé regardée	**1 série télé regardée**	**2 séries télé regardées**	**Plus de 3 séries télé regardées**	**Total**
Homme	37	41	28	11	117
Femme	6	13	39	35	93
Total	43	54	67	46	210

La dépendance entre le nombre de séries télévisées regardées et l'âge est également très significative. Par exemple, sur 67 longoviciens qui regardent 2 séries télévisées différentes par semaine, 26 ont entre 15 et 24 ans.

Influence de la variable âge sur le nombre de séries télé regardées (n=210)

	0 série télé regardée	**1 série télé regardée**	**2 séries télé regardées**	**Plus de 3 séries télé regardées**	**Total**
15-24 ans	6	9	26	9	50
25-34 ans	8	12	12	16	48
35-49 ans	10	16	22	11	59
50 ans et +	19	12	12	10	53
Total	43	54	67	46	210

Il existe donc bien parfois une différence de pratique entre les plus jeunes, les plus vieux, les hommes, les femmes mais pas de différence en terme de consommation globale de films. Aussi, la différenciation des pratiques concerne-t-elle d'abord la plupart des spectateurs, susceptibles de regarder des films à la télévision, au cinéma, sur ordinateur, seul, avec des amis ou en faisant son repassage jusqu'à en constituer un comportement statistiquement majoritaire à Longwy. C'est ce qui explique qu'il est difficile de catégoriser les spectateurs selon des pratiques bien distinctes comme dans l'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) que j'ai effectuée.

5- La structure de la consommation cinématographique à Longwy

L'AFCM permet de représenter sur un même graphique à deux dimensions l'ensemble de toutes les modalités de toutes les variables et les individus interrogés. Dans ce cas précis qui porte sur 210 longoviciens interrogés, les variables choisies sont celles qui concernent les caractéristiques des individus interrogés et celles qui concernent leurs pratiques. Pour les premières, il s'agit bien sûr de l'âge, du sexe, de la profession et pour les secondes, il s'agit du nombre de séries télé regardées, du nombre de films achetés, téléchargés, possédés ou loués.

Seulement 22,1 % de la dispersion des individus est expliquée par les deux axes qui rassemblent les variables choisies. Ce chiffre révèle qu'un même spectateur est suceptible d'avoir des pratiques hétérogénes, ce qui rend difficile un classement définitif. Quatre groupes se distinguent cependant :

- Le premier est celui de femmes (une trentaine), plutôt employées, qui regardent beaucoup de séries télévisées différentes par semaine (notées st2et3) et qui ne possèdent pas beaucoup de films (FP 0-50).

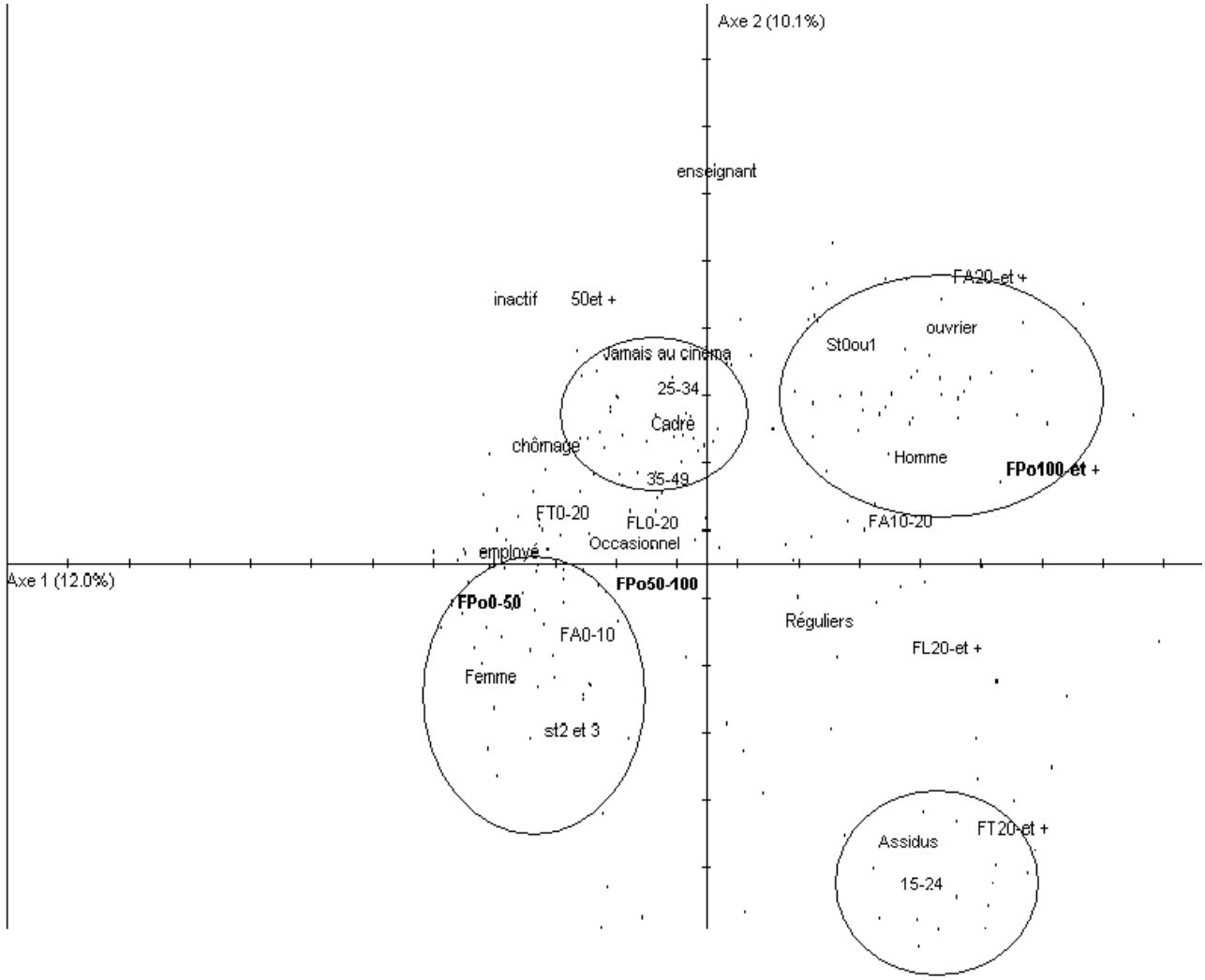
- Le second groupe (une trentaine également) semble constitué par des hommes, plutôt ouvriers, qui regardent peu de séries télévisées (st0ou1) mais qui possèdent beaucoup de films (FP 100-150) et qui en achètent plus que les femmes (FA20 et +).

- Le troisième groupe (25 individus), au centre du repère, semble plus difficile à caractériser. Il est constitué d'individus âgés de 25 à 50 ans, cadres et chômeurs, ils

possèdent moins d'une centaine de films, vont peu au cinéma mais en regardent tout de même entre 2 et 3 par semaine tous supports confondus (selon une autre AFCM effectuée et qui intègre la variable « nombre de films regardés »).

- Le quatrième groupe (une douzaine d'individus) est constitué de jeunes (-20 ans), assidus au cinéma, qui téléchargent également beaucoup de films.

L'AFCM des pratiques des spectateurs



Légende : St = Nombre de séries télé regardées ; FA = Nombres de films achetés ; FT = Nombre de films téléchargés ; FP = Nombre de films possédés ; FL = Nombre de films loués.

Dans l'ensemble, avec plus de 2 films vus par semaine en moyenne, sur des supports différents et dans des configurations différentes, la question de l'organisation de la

consommation du spectateur peut-être posée et avec elle, l'examen des formes qu'elle prend à Longwy.

II- Les usages du film à Longwy

Le classement des films ayant réalisé le plus grand nombre d'entrées chaque année de 2002 à 2006 place les films d'action, de science fiction ou les comédies devant les films dramatiques ou d'auteur. Des plaisirs différenciés du cinéma (« voir un film au cinéma, c'est pas pareil que voir un film à la maison ») (A) et un mode de vie typiquement local (B) expliquent le choix majoritaire pour ces genres de films lors de la sortie cinéma.

A- La sortie au cinéma et le choix des films

Les historiens du cinéma connaissent l'impact des innovations techniques sur les goûts des cinéastes, qu'il s'agisse de la caméra 16 mm (plus légère, plus maniable et sans bruit) qui a favorisé les tournages en extérieur et le changement d'esthétique ou qu'il s'agisse du passage au parlant qui démultiplie la complexité des scénarios. On méconnaît au contraire, les conséquences de cette évolution technique sur le spectateur et la multiplication des plaisirs qui en découlent car on néglige la gestion, par le spectateur de son engagement personnel. Eric Darras signale, par exemple, qu'il y a des pièces que l'on peut regarder à la télévision, mais que l'on n'irait pas voir au théâtre, des musiques que l'on écoute à la radio, mais que l'on n'achèterait pas en disque[159]. Ignorer la gestion par le spectateur de cet engagement personnel, revient à négliger la fabrication par le spectateur de son propre plaisir[160]. Le discours de Belkacem, 23 ans, serveur dans un Snack puis employé du seul cyber-café de la ville, l'illustre très bien. Il me confie son impatience à l'idée de voir enfin *La guerre des mondes* (Film de science fiction de Steven Spielberg sorti en 2005) qu'il espère semblable à *Independance Day* (film de science fiction de Roland Emmerich sorti en 1997 et ayant connu un grand succès en salle[161]).

---

[159] DARRAS, E. 2003. La pluralité des réceptions féminines. Remarques sur quelques usages distanciés, imbriqués et identitaires des produits culturels. *Questions de culture*. DONNAT, O. Sous la dir. Paris : La Documentation française. La modélisation de cadre dont parle Erving Goffman éclaire ce qui se passe ici.

[160] Cf. LEVERATTO, J.-M., 2006, *op.cit*.

[161] 5 578 075 spectateurs sont allés voir *Independance Day* en France. Le film a par ailleurs réalisé plus de 303 Millions de dollars aux USA lors de sa sortie et 816 Millions de dollars de par le monde. Le Box office de *La*

Tu aimes bien ces films ?
Quand je vois qu'il y en a qui critiquent ces films, ils ont rien compris au cinéma et à la vie ! Si c'est pour y voir des films bas de gamme, autant rester à la maison et regarder RTL 9 et *Derrick*.

Il n'y a pas de bons films français ?
Il commence à y avoir des bons films français avec des effets spéciaux comme ceux de Luc Besson mais en général niveau qualité d'image, tout ça, ça vaut pas un film américain. C'est pas des films que j'irais voir au cinéma. Je ne suis pas anti cinéma français mais faut pas tout mélanger. Tu compares pas une 205 avec une Audi A4.

Belkacem, tout comme ses grands frères est un grand consommateur de films en salle et à la maison. Comme le montre son discours, il adopte ses choix de films au mode de consommation. Du même coup, pour Belkacem, et comme l'avait déjà constaté Fabrice Montebello, le plaisir que lui procure le cinéma « n'est pas vécu comme un phénomène de honte culturelle par les principaux intéressés, ni comme l'expression d'un plaisir illégitime et au rabais »[162]. Bien au contraire, l'affirmation de l'amour du cinéma américain en règle générale mais surtout lors de la sortie en salle est « claire, franche, sans ambiguïté »[163]. Aurélien, 23 ans, étudiant en licence de communication compartimente également ses pratiques en fonction des modes de consommation.

Est-ce que t'as des genres de films que tu préfères aller voir au cinéma et des genres de film que tu préfères voir à la maison ?

Ah oui ! En général au ciné je vais voir des films fantastiques, thriller, ou des films à voir au ciné pour apprécier à fond le spectacle…Par exemple : *Star Wars III*. Par contre chez moi je regarde plus facilement des comédies ou des films sérieux, par exemple en mangeant ou pour me détendre... mais je trouve que ça ne vaut pas le coup d'aller les voir au ciné. J'y vais parfois voir des comédies quand je fais des sorties entre amis...

Ce comportement pourrait expliquer que, si ce sont bien les films américains qui sont préférés par les spectateurs, c'est, paradoxalement, la présence de comédies françaises à l'affiche qui permet au multiplexe de réaliser des records d'entrées comme en 2006 où sortent successivement *Les Bronzés 3* et *Camping*. Un communiqué de presse officiel du groupe Utopia portant sur la fréquentation de l'année 2005, en atteste : « Utopolis Longwy a fortement souffert d'une chute globale du marché français de 10,10 %. En plus, Longwy a du

---

guerre des mondes est du même ordre : 3 900 000 spectateurs en France, plus de 234 millions de dollars aux USA et 591 Millions de par le monde. L'accueil critique du film est très bon en France (source : http://www.allocine.fr/, http://www.boxofficemojo.com et http://cinema.encyclopedie.films.bifi.fr).

[162] L'expression date de 1955, la reconnaissance par l'Etat de 1961.

[163] MONTEBELLO, F. 1997, *op. cit.* p. 477.

faire face à un manque flagrant de titres nationaux performants. Ce qui s'est traduit par une diminution de 16,57% de visiteurs. Avec 250 698 tickets vendus, le site a toutefois atteint un score estimable[164] ».

La forme de la séance de cinéma, dès lors qu'elle garantit un confort visuel et auditif supérieur à la télévision, affecte donc la consommation cinématographique. L'anticipation de cette qualité technique et esthétique propre à la diffusion sur un grand écran, oriente le choix des films qui se prêtent à un tel confort. Corrélativement, le spectateur réserve pour la maison, la consommation de films qui n'exigent pas une telle qualité de réception comme dans l'exemple de Jennifer, 27 ans, agent d'accueil au club sportif de la ville. Elle fréquente le cinéma régulièrement, loue et télécharge beaucoup de films et en possède plus d'une centaine. Elle déclare aimer tous les genres de films mais reconnaît préférer regarder des films d'action ou de science fiction au cinéma et des films dramatiques, psychologiques ou films biographiques à la télévision.

> Je m'intéresse à plein de trucs, je passe de la science fiction à l'action en passant par les films à l'eau de rose aussi jusqu'à Almodovar ! Ca dépend de mon humeur, je passe du coq à l'âne. Je peux m'intéresser à des trucs que certains qualifient de débiles et à des trucs pointus. Pour moi, y a pas de films plus intelligents que d'autres. Tu peux pas dire que les films d'action, c'est des films pour les neuneus. Le cinéma, soit tu y vas pour te cultiver, soit tu y vas pour te distraire. Il n'y a que les personnes limitées intellectuellement pour ne rechercher dans le cinéma que les films intelligents. Mais c'est vrai qu'au cinéma, si tu veux, c'est plutôt les films à effets spéciaux qu'est-ce que tu veux bon mais à la maison je regarde de tout.
>
> Le fantastique, c'est mon genre préféré, mais par contre, les films en costume, j'aime aussi *La reine Margot* ! Tu vois, je passe du coq à l'âne, de *Rocky* à *La reine Margot* ! J'aime *La reine Margot*, parce que j'adore l'histoire de France, je sais pas pourquoi, je sais pas expliquer le pourquoi du comment hein, je suis désolé…Tout ce qui a trait à l'histoire m'intéresse. J'ai bien aimé aussi *Léon* et *La ligne verte*. *La ligne verte* c'est vraiment super. C'est réel, le fait de juger les gens sur leur apparence, j'espère que les gens l'ont vu de la même façon que moi. Moi j'en ai pleuré.
>
> **Tu l'as vu où ?**
> Chez moi, je l'ai loué, je pensais pas que c'était aussi bien. C'est le genre de film typique que j'aurais pas été voir au cinéma parce que bon il dure longtemps, c'est un film dramatique bon tu vois ce que je veux dire hein ?
> C'était quand, la semaine dernière je crois, j'ai vu *Mémoires d'une Geisha* mais c'est magnifique attends !

[164] *Le groupe Utopia décide de strictes mesures afin de retrouver une rentabilité améliorée*. Communiqué de presse, Luxembourg, le 4 mai 2006.

Tu l'as vu où ?
Chez moi encore en DivX (nb : film copié ou téléchargé) mais bon je veux dire ça change rien c'est magnifique attend, les décors, les costumes, je t'ai dit j'aime bien les costumes moi.

Comme le montre son discours, la qualité supérieure du spectacle offert par la salle de cinéma par rapport à celui de la télévision pèse sur le choix des films. Il ne faut cependant pas en déduire que les films à grand spectacle choisis lors de la sortié cinéma perdent de leur intérêt au domicile. Il n'est pas rare chez les jeunes en effet, de télécharger ces films et ce, souvent avant même leur sortie sur les écrans du multiplexe, en version québecoise sur les serveurs d'échanges de fichiers sur Internet[165]. Aurélien, 23 ans, étudiant en culture et communication à Metz, témoigne :

Tu télécharges ? Combien de films par semaine ?
Oui je télécharge. Je dirais un film par semaine ou toutes les 2 semaines. Il m'arrive de télécharger des films qui viennent juste de sortir au cinéma. Des fois c'est des versions pourries, faut dire la vérité…mais des fois ça va. Ce qui craint par contre c'est la qualité du doublage. Les québecois sont pas très forts. Tu vois que les lèvres sont pas synchro avec les mots. Des fois t'as un drôle d'accent limite pas supportable. Mais bon, c'est des films que j'irais pas voir au cinéma de toute façon.

Une étude du CNC datant de 2004 nous apprend que le phénomène est national. En effet, 36.4% des films sortis en salle sur la période sont disponibles en version pirate sur internet. 24% des films français sont piratés contre 84.8% des films américains. En moyenne, un film en version française est disponible 37 jours après sa sortie en salle. Un film américain est par contre disponible 17 jours avant sa sortie en France (du fait de l'exploitation "décalée"). 1/3 des films sont disponibles avant leur sortie en salles mais aucun film français n'est disponible avant sa sortie, contre 60% pour les films américains.

L'achat tout récent d'un grand écran Plasma de plus d'un mètre de diagonale par la famille d'Axel (une famille d'origine ouvrière avec deux enfants de 13 et 16 ans) témoigne de cette volonté de reproduire, à domicile, le plaisir de la salle de cinéma. Axel possède une centaine de DVD et quelques dizaines de films téléchargés sur internet bien qu'il fréquente de manière assidue le multiplexe avec sa famille.

[165] Cette enquête a été réalisée par le CNC en collaboration avec l'ALPA (L'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle) entre le 1er août 2003 et le 31 juillet 2004. Elle ne concerne que les films possédant une piste sonore française et quelqu'en soient l'origine (Master, Camcoder, DVD/VHS promotionnel, DVD).

Qu'est-ce que ça change un grand écran de télé comme vous avez dans le salon ?
Ca donne plus d'envergure au film, on rentre plus dans le film, ça pète plus et on rentre plus dans le film, plus facilement même si ça vaudra jamais le cinéma mais c'est déjà ça !
Tu vas beaucoup au cinéma ?
Oui deux fois par semaine ! Je vais souvent à Utopolis mais je vais aussi voir une grosse sortie à Kinépolis tous les deux trois mois ! (note : Kinépolis est un autre multiplexe situé à Thionville, à 45 minutes de Longwy, plus fréquenté et avec des salles effectivement plus grandes). Mais Utopolis j'y vais avec mes copains quand j'ai envie. Kinépolis, les salles sont plus grandes avec des écrans plus grands. La salle 1 et 10 sont HDDC, la qualité d'image est supérieure, c'est de la haute définition !

Vous voyez la différence ?
Oui on la voit, le son aussi est meilleur !

Le fait d'avoir un écran de télé immense, ça ne vaut pas le cinéma ?
Non, c'est encore différent, c'est à part ! Le cinéma c'est le cinéma ! Voir un film avec des centaines de personnes mais l'écran plasma c'est mieux que l'écran ordinaire, c'est sûr ! J'aime bien quand y a du monde c'est pour ça que je préfère Kinépolis à Utopolis !

Si la sortie au cinéma permet de mieux apprécier le spectacle, la consommation au domicile est l'occasion d'explorer et de diversifier sa consommation.

B- Une consommation plus exploratoire au domicile

Regarder un « film à la maison » est la pratique dominante des spectateurs de Longwy au début des années 2000. Là encore, on note l'effet du mode de consommation sur le choix du film. Que ce soit par l'intermédiaire des chaînes de télévision, par la location ou par le téléchargement, les spectateurs semblent moins sélectifs quant au choix du genre de film. Voyons les exemples du téléchargement (1) ou de la télévision (2).

1- Le téléchargement

50% des étudiants qui téléchargent déclarent le faire « juste pour voir » c'est-à-dire par curiosité. David, 25 ans, étudiant, télécharge par exemple beaucoup de films, ce qui lui permet de laisser libre cours à sa curiosité et de « tenter des trucs » comme il dit :

Si tu veux le Div X il coûte rien, c'est gratuit, au pire les gens perdent 2 heures, c'est pas la mort, ça permet de tenter des trucs. Moi je suis désolé, j'ai pas les sous pour aller au ciné toutes les semaines. Au cinoche, t'as plutôt intérêt à bien jouer le coup, c'est quand même 50 balles. Mais bon c'est rare quand j'aime pas un film. Ah si *Tanguy*, j'ai trouvé pitoyable, sinon j'arrive toujours à trouver des trucs bien dans un film !

Tu vas plus vers des films qui sont pas forcément dans tes cordes alors ?
Ben oui, je veux dire, j'ai découvert un tas de trucs grâce à ça. Déjà le cinéma « Made in Hong Kong », j'aurais jamais claqué de la tune là dedans. Avec le DivX tu peux te permettre, tu tentes des trucs et parfois tu découvres des pépites. Par exemple, je me suis mis à Scorcese récemment…ben je te jure, c'est la claque !

Une enquête du Département des études, de la Prospective et des Statistiques (DEPS) et du Centre National de la Cinématographie (CNC) datant de 2005, relève le même souci d'exploration chez les jeunes 9040 enquêtés. Sept motifs principaux de téléchargement de fichiers à contenu culturel se dégagent : un motif d'aisance (« par simplicité et facilité d'usage »), un motif de conservation (« pour les conserver »), un motif d'échange (« pour les échanger »), un motif d'échantillonnage ou de *sampling* (« pour les voir, écouter ou jouer une fois »), un motif d'exploration (« pour les découvrir et les tester »), un motif financier (« pour éviter de payer ») et enfin un motif d'offre (« parce que vous trouvez tout ce que vous voulez ») [166].

2- Les films diffusés à la télévision

Regarder un film diffusé par une chaîne de télévision permet au spectateur de voir pratiquement les mêmes films que ceux projetés en salle (la nouveauté en moins), et surtout de voir des films avec un minimum d'engagement personnel (possibilité de changer de chaîne, de faire autre chose dans l'instant si le film ne plaît pas et prix nul). La délégation du choix du film à la chaîne de télévision permet ainsi de découvrir des films qu'on ne serait pas aller voir ou qu'on n'aurait pas loué. Patricia, 51 ans, ouvrière et grande consommatrice de films à la télévision, décrit clairement ce savoir-faire du spectateur de cinéma à la télévision.

Comment tu fais, tu regardes le programme télé avant de choisir ton film ?
Oui et non…ça dépend. Y a des fois, je vais zapper jusqu'à ce que je tombe sur un film à peu près bien et je vais m'y tenir.

Comment tu fais pour savoir si le film est bien ?
Ca dépend. Je regarde les acteurs si j'en connais, je regarde aussi l'histoire…si c'est une comédie, un film policier. Des fois, je sais vite si c'est un grand film ou

[166] NICOLAS, Y, « Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair ». *Développement Culturel*, n° 148 – Juin 2005. http://www.culture.gouv.fr/culture/editions/r-devc/dc148.pdf consulté le 29 mai 2007.

pas. Il suffit de voir le jingle au début du film. Si c'est la 20th Century Fox, la MGM avec le lion, bon, déjà là tu sais que ce sera pas mauvais. Quand on était gosse, dès qu'on voyait ces jingles, on savait qu'on avait le droit à un grand film. J'ai gardé l'habitude. Bon ce qu'il y a de bien avec un film à la maison c'est que si le film il te plait pas…ben qu'es-ce tu fais ? Tu zappes et on en parle plus alors que le film au cinéma y a des fois c'est long quoi !

Regarder un film à la télévision est, on le voit, l'occasion de se laisser dérouter[167] et suprendre par leur qualité. C'est ainsi que l'importance de la consommation de films à domicile pour Sylvianne, 45 ans, aide à domicile, s'explique à la fois par des conditions socio-économiques (elle a trois enfants qu'elle éduque seule) mais également par le plaisir de « tomber par hasard sur des bons films ». Elle ne va pas du tout au cinéma et achète relativement peu de films.

Tu as beaucoup de films enregistrés ?
Oui mais si tu regardes bien, il manque souvent le début (rires). Je suis là, je regarde un film comme ça tu vois, après je me dis qu'il est bien, je cherche une cassette et j'enregistre ! Je suis déjà tombée sur des films à la télé mais jamais j'aurais été les voir au cinéma et pourtant je les ai adoré. J'avais rien d'autre à faire, bon je regarde je me dis je vais regarder 5 minutes, bon et après t'es intrigué donc tu regardes un peu plus et puis tu veux connaître la fin et après tu te dis, punaise c'était un bon film ! Alors qu'au début même si tu m'avais payé j'aurais pas été le voir au cinéma. Mais ça, ça me le fait surtout pour les vieux films, les films en noir et blanc qui passent sur le câble !

Richard, 40 ans, ouvrier, fils de sidérurgiste, vit à Villers-la-Montagne, un petit village proche de Longwy, site industriel exemplaire de l'impulsion du Pôle Européen de Développement (PED). Dans son cas, c'est surtout sa situation familiale qui explique sa consommation de cinéma à domicile. Il souligne cependant le plaisir de regarder des films qui, au premier abord, ne « paient pas de mine » mais qui, une fois vus, se révèlent « vachement bien ».

Qu'est-ce qui vous empêche de venir plus souvent (au cinéma) ?
Ben disons que jusqu'à maintenant je travaillais en trois postes donc c'était un peu le bordel. J'avais des enfants et ben, on était tenu ! Faut dire qu'on venait voir des films pour toute la famille.

Donc c'est pas tellement le prix alors ?
Avant peut-être oui, mais maintenant le gros problème c'est le temps, les enfants sont grands, mais le problème c'est le temps ! Je préfère regarder les films à la télé quand je tombe dessus, j'aime bien des fois on tombe sur des films comme ça qui sont bien, en fin de compte. Des fois y a des films, ils

[167] Le terme est celui de Laurent Fleury. Cf. FLEURY, L. 2006. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*. Paris : Armand Colin, Coll. 128, Sociologie, p. 113.

> paient pas de mine comme ça et puis on les regarde comme ça, juste pour voir et à la fin, ils sont vachement bien, moi je préfère la télé.

L'autogestion de la séance de cinéma programmée à la maison (film loué, téléchargé ou diffusé à la télévision), rapproche ainsi la réception cinématographique de l'écoute de la radio car « on en est plus distant mais aussi on a une chance d'entendre des choses que, par son seul choix personnel, on n'aurait pas entendues (regardées) [168]». C'est ce qui explique la plus grande diversité, en terme de genre, des films regardés au domicile par rapport à ceux vus en salle ainsi qu'une consommation plus exploratoire que lors de la sortie cinéma.

C- Une consommation plus diversifiée au domicile

Cette diversité est confirmée par trois indicateurs qui, cumulés, démontrent chez les spectateurs de Longwy un intérêt pour des films ayant des genres, des origines et des époques différents : les films préférés des étudiants (1), les chiffres de vente de DVD par l'hypermarché Auchan (2) et l'observation des dvdthèques de 43 spectateurs (3).

1- Les films préférés des étudiants longoviciens

La démarche exploratoire et moins sélective qui caractérise la consommation de films à domicile explique que, parmi les films préférés des étudiants, figurent des films dramatiques ; genre qu'ils n'affectionnent pourtant pas, à priori, comme le montre ce tableau où ils déclarent que ce sont les films d'action et les comédies qui ont leur préférence.

Genres de films préférés par les étudiants (n=87)

	Nombre de citations	**Fréquence**
Action	34	39%
Comédies	20	23%
Horreur/épouvante	8	9,1
Films catastophes	5	5,7
Science fiction	5	5,7

[168] HENNION, A. et alli, *op. cit.*, p. 229.

Aventures	3	3,4
Drame	3	3,4
Comédies sentimentales	3	3,4
Films de Guerre	2	2,2
Animations	2	2,2
Policiers	1	1,1
Fantastique	1	1,1
Biographies	0	0
Westerns	0	0
Thriller	0	0
Total	**87**	**100**

La majorité des 175 films préférés des 87 étudiants concerne des sorties récentes, ce qui démontre une composante générationnelle dans l'attachement aux films, un horizon d'attente propre aux jeunes. Pour Emmanuel Ethis et Emmanuel Pedler, l'horizon d'attente d'une génération est : « la manière dont les œuvres produites en leur temps façonnent le regard des membres d'une classe d'âge » [169]. On relève cependant la présence de films plus anciens et notamment des films dramatiques reconnus par la critique tels que la trilogie du *Parrain* (cité 7 fois et oscar du meilleur film), de *Scarface* (cité 3 fois), *JFK* (cité 3 fois et oscar du meilleur film), *Taxi Driver* (cité 2 fois, drame, palme d'or à Cannes) qui n'ont pu qu'être découverts soit à la télévision soit en vidéo, étant donné leur âge et la faible offre de classiques en salle à Longwy[170]. Alors que dans une autre question, ils déclaraient aller voir surtout des films d'action et les comédies au cinéma, les films qu'ils disent préfèrer (à 90 % américains) sont par contre des drames devant les comédies et la science-fiction. Parmi ces derniers, on distingue :

> *La Ligne verte* et *Le Parrain* (cités 7 fois),
> *Taxi Driver, Le Grand Bleu, Scarface, La Liste de Schindler, Gladiator, Braveheart, Il faut sauver le soldat Ryan* (3 fois),
> *Rocky, Million Dollar Baby, Les bronzés, Matrix* (2 fois).

[169] PEDLER, E. et ETHIS, E. 1994. En quête de réception : le deuxième cercle. *Réseaux*, n°68, pp. 85-103.

[170] A l'exception du *Ciné-Club* mais après vérification, ces films n'ont pas été diffusés lors des 5 dernières années.

Parmi les films ou comédies dramatiques qu'ils citent, on relève également des films largement consacrés par la critique :

> *American History X, Bagdad Café, Brazil, Collision,*
> *Il était une fois dans le Bronx, La dolce Vita,*
> *La passion du Christ, La vie est belle,*
> *La vie est un long fleuve tranquille, Le 8ème jour,*
> *L'impasse, Memento, Malcom X, Old Boy, Pi,*
> *Menace to Society, Sur la route de Madison, Sweet sixteen,*
> *Voyage au bout de l'enfer, Une hirondelle a fait le printemps*.

On note également un plaisir décomplexé qui ne se soucie guère des questions de légitimité culturelle si j'en juge, la présence de genres différents dans ces listes de films préférés.

> *Bagdad café* (comédie dramatique), *Mary à tout prix* (une comédie), *Just Married* (comédie sentimentale), *Pretty Woman* (comédie sentimentale), *La liste de Schindler* (drame), *Seul au monde* (drame).

> *Le ciel, les oiseaux et ta mère* (comédie), *Bone collector* (action), *Man on fire* (action), *Million dollar baby* (drame et oscar du meilleur film), *Collision* (drame et oscar du meilleur film).

Le second indicateur qui permet d'objectiver cette consommation diversifiée des films à Longwy provient des données fournies par le commerce des DVD.

2- Les films les plus vendus à Auchan

D'après le CNC, en France, les ventes de DVD de films américains en valeur (478,62 millions d'euros) surpassent largement celles des DVD de films français (374,03 millions d'euros). A Longwy, la tendance est identique d'après les deux chefs du rayon Vidéo et Musique d'Auchan qui s'y sont succédés. En mai 2007, les DVD vendus étaient ainsi majoritairement américains. Les ventes, pour les six premiers mois de l'année, se partageaient entre :

Aventure, action et science fiction (50 000 euros), Comédies (26 000 euros), Drame et comédie dramatique (20 000 euros)[171].

Extrait du relevé des ventes de DVD à Auchan

FILMS	**UNITES VENDUES depuis Noël 2006 au 01 mai 2007.** (entre parenthèses, les commentaires de Mr V., chef de rayon).
Fast and Furious 3	315
Joyeux Noël	233 (gros succès)
Don Camillo (coffret 2 films)	76
Laurel et Hardy	100
Bourvil (coffret)	58
Je vous trouve très beau	74
Miami Vice	186
L'âge de glace 2	733: demande ici est très élastique pour les produits qui concernent la jeunesse.
Le Cri	850 (Film qui traite de la crise de la sidérurgie à Longwy d'abord diffusé sur France 2)
King Kong	729 + 200 (Version collector)
Narnia :	558 + 106 (Version collector)
Harry Potter	1189 + 676 (Version collector)
Pirates Des caraïbes 2	2150
Bronzés 3	787 : décevant vu le nombre d'entrées réalisées en salle. Classé premier en 2006 à Utopolis Longwy.
Camping	800
Da Vince Code	542 : décevant vu le nombre d'entrées réalisées en salle
Le diable s'habille en Prada	154 (en 1 mois)
Indigènes	237 (en 1 mois, gros succès)
Dirty dancing	116 à 4 euros 99 (gros succès qui s'explique par le succès du film et son prix actuel)
World Trade center	118 Coffrets à 50 euros
Séries télé	(Les séries télé attirent les adultes qui ne téléchargent pas ou pour qui le téléchargement de toute une saison est trop long)
Samantha	134
Prison break	150
La petite maison dans la prairie	73
Desperate Housewive	135
Mr Bean	86
Les frères Scott	74

On note d'après la structure du chiffre d'affaire du rayon DVD et ce tableau, que les films dramatiques connaissent un plus grand succès à la vente qu'en salle. Des nouveautés telles que *Le Cri*, *Indigènes* et *Joyeux Noël* connaissaient par exemple un succès très important à la vente en 2007. Mais le niveau important des ventes de films et comédies dramatiques provient également de la constante attractivité de films plus anciens. Mr Vizade, chef de rayon, se dit

[171] Les chiffres, censés rester secrets, m'ont été communiqués par Mr Vizade, chef de rayon. Les chiffres des années précédentes n'étaient pas disponibles mais étaient, m'assure Mr Vizade, équivalents.

surpris par le niveau des ventes de films anciens tels que : *La liste de Schindler (drame, 1993), Le cercle des poètes disparus (drame, 1989), 6ème sens (drame, 2000), Elephant Man (drame, 1989), Philadelphia (drame, 1994), Les incorruptibles (Policier, drame, 1987), Le nom de la rose (drame, 1987), Lost in Translation (comédie dramatique 2004), Amélie Poulain* (comédie dramatique, 2001), *In The Mood For Love (drame, 2000), Edward aux mains d'argent (drame, 1994), Casino (drame, 1996), Danse avec les loups (Western, drame, 1990), Truman Show (comédie dramatique, 1998), American History X (Drame, 1999), Léon (Drame, 1991), Le grand Bleu (Drame, 1988).*

Il est édifiant de constater également la pérénnité du succès de comédies anciennes telles que les *Don Camillo* sortis dans les années 60 et les films de Bourvil (*Le cerveau, Le mur de l'atlantique, La grande vadrouille*, *Les grandes gueules*, *La cuisine au beurre*). Il est tout aussi édifiant de relever que le film *Les Bronzés 3* ou *Da Vinci Code*, pourtant grands succès en salles à Longwy, se vendaient, en comparaison, plutôt mal en DVD. Pour Mr. Vizade, la raison est simple : « Les films sont pas terribles. Les gens se sont rués pour aller les voir en salle mais ils se sont vite rendu compte que c'était pas super… ». Au contraire, des films tels qu'*Indigènes*, *Le Cri* ou *Joyeux Noël*, connaissaient eux, un succès supérieur à celui obtenu lors de leur sortie en salle. Là encore, Mr Vizade a sa propre explication : « Les films sont bons, les gens qui les ont vus, viennent les acheter pour les avoir chez eux…Ceux qui les ont pas vus en salle, ils ont entendu dire qu'ils étaient bien. Du coup, ils se rattrappent en rachetant le DVD ». Les films pour enfants ou pour la famille, tels que *L'âge de glace*, *Narnia* ou *Harry Potter* ont connu le même succès en salle et en DVD. Pour Mr Vizade, « c'est normal parce que tous les produits jeunesse se vendent plus facilement car ça plait à toute la famille et les gosses adorent ». Enfin, le succès des séries télé a été croissant depuis l'ouverture d'Auchan. En 2007, la saison 1 de *Prison Break, une série télé américaine,* est première des ventes dans cette catégorie malgré un prix de vente du coffret autour des 50 euros devant *Desperate Housewives* une autre série américaine et *Samantha,* une mini-série française connaissaient également un grand succès comme le souligne Mr Vizade : « on est constamment en train de bourrer le rayon avec les séries télé. Je ne dirais pas que ça se vend aussi bien que les films parce que c'est cher mais en terme de chiffre global, on se rapproche ! ». L'observation des médiathèques personnelles confirme, enfin, cette tendance à la diversité de la consommation de films remarquée à Auchan.

3- Les médiathèques personnelles[172]

L'examen attentif de 43 listes de films possédés par des longoviciens est un autre moyen d'objectiver l'éclectisme dont se réclament les spectateurs. La population enquêtée, à cette fin, n'est pas stritement représentative de la population longovicienne car elle sous-estime la part des personnes âgées et sur-estime celle des hommes, et celle des étudiants. Elle intéresse cependant justement parce qu'elle met l'accent sur les jeunes adultes dont les professionnels du cinéma à Longwy et ailleurs regrettent pourtant leur manque de curiosité.

Collectionneurs de films selon l'âge

Age	15-19	20-24	25-34	35-49	50-59	60 +
43	4	4	13	11	10	2

Collectionneurs de films selon le sexe

Sexe	Homme	Femme
43	25	18
100%	56%	44%

Collectionneurs de films selon la Catégorie Socio-Professionnelle

CSP	Sans emploi	Ouvrier	Employé	Cadre	Enseignant	Etudiant ou Lycéen	Retraité
43	4	6	10	5	5	9	4
100	9,70%	12,10%	24,30%	12,10%	12,10%	19,50%	9,75%

Les titres des films ainsi relevés ont été classés par genre, date de sortie nationale en France, pays d'origine, et support (DVD, cassette neuve, cassette enregistrée, Div X). A chaque fois, j'ai établi une moyenne pondérée, par genre, par date, par support etc. pour ne pas accorder trop d'importane à un seul spectateur qui possèderait, par exemple, énormément de films dramatiques, de films des années 90 ou de films sur support cassette. J'ai donc simplement additionné les parts relatives de chaque catégorie pour chaque spectateur et divisé le résutat par le nombre de médiathèques enquêtées soit 43.

[172] La méthode n'est pas sans biais selon moi et m'incite à une certaine prudence. Par exemple, certains spectateurs ne possèdent pas de films mais vont au cinéma toutes les semaines. Comment être sûr que les films qu'ils possèdent sont des films qu'ils ont effectivement vus et appréciés ? Beaucoup de spectateurs possèdent plus de 200 films, je ne peux pas interroger les personnes sur les raisons qui les ont amenées à posséder chacun de ces films : certains films sont possédés mais encore dans leurs plastiques d'emballage et « jamais vus ». Avec le DivX, les spectateurs téléchargent des centaines de films parfois sans jamais les regarder. Certains films sont certes possédés mais non achetés ou achetés par un proche. Ils font partie de la dvdthèque mais ils sont là un peu

Il est édifiant de constater tout d'abord que si la part des films et comédies dramatiques ne dépasse jamais les 15% des entrées au multiplexe lors de la période 2002-2006, elle est dépassée et représente 24,5 % lorsqu'on s'intéresse au détail des films collectionnés. Les films d'action, de science fiction et fantastique, une fois regroupés, représentent eux, 23 % des films possédés. Enfin, la comédie représente, si on inclut la comédie romantique et la comédie musicale, près de 22 % des films possédés.

Films des médiathèques personnelles classés par genre

Total	Thriller	Action	Comédie	Comédie musicale	Comédie romantique	Film d'animation	Comédie Dramatique	Drame
100,00%	4,39%	11,53%	19,52%	0,48%	1,78%	5,86%	4,80%	19,69%

Science-Fiction	Fantastique	Policier	Aventure	Horreur	Docu.	Guerre	Western
7,09%	4,43%	7,28%	5,90%	2,68%	1,30%	1,79%	1,49%

Ce sont les films d'origine américaine qui sont le plus souvent rencontrés dans les médiathèques des longoviciens : 68 % des films contre 24 % de films français. Il faut toutefois souligner la part non négligeable de films d'origine asiatique (4,24 %) et d'autres pays européens, comme l'Italie, l'Angleterre, l'Espagne et l'Allemagne (en tout 4 %).

Films des médiathèques personnelles classés par pays d'origine

Total	France	USA	Italie	Asie	Angleterre	Espagne	Allemagne
100,00%	23,83%	67,89%	0,18%	4,24%	0,54%	0,63%	2,69%

Quel que soit le support de film (cassette neuve, DVD, DivX, film enregistré à la télévision), les films les plus récents sont aussi les plus rencontrés dans ces médiathèques personnelles : 53 % des films datent des années 2000. On observe cependant, une quantité non négligeable de films plus anciens : 24,34 % proviennent des années 90, 11,48 % datent des années 80, 5,27 % des années 70, 3,87% des années 60, 1,89 % des années 50, et moins d'1 % d'entre eux proviennent d'époques antérieures.

---

par hasard. M'inscrivant dans une sociologie pragmatique, je ne peux me décider à tenir une posture normative

Films des médiathèques personnelles classés par année de sortie (décade)

Total	Années 2000	Années 90	Années 80	Années 70	Années 60	Années 50	Années 40	Années 30
100,00%	52,28%	24,34%	11,48%	5,27%	3,87%	1,89%	0,63%	0,24%

Cette présence au domicile des spectateurs de films plus anciens est rendue possible par la possibilité de les enregistrer lorsqu'ils sont diffusés à la télévision ou de les télécharger sur internet. C'est ce que permet de vérifier ce tableau ci-dessous où on constate que les DVD et cassettes vidéo neuves ne représentent que 50 % des supports où sont enregistrés des films. Les films enregistrés à la télévision sur cassette vidéo ajoutés aux films copiés sur des CDRom qu'on appelle communément Div X sont aussi nombreux (50 %).

Films des médiatèques personnelles classées par support

Supports	DVD	Div X	Cassette neuve	enregistrée
100,00%	43,60%	31,10%	6,88%	18,42%

Par ailleurs, nombreux sont les longoviciens de mon échantillon qui possèdent des séries télévisées enregistrées à la télévision, téléchargées sur internet, parfois intégralement (plusieurs saisons) par les plus jeunes ou achetées en DVD sous forme de coffret. Les séries télévisées les plus rencontrées sont : *Lost* (aventures), *Urgences* (drame), *Prison Break* (action), *Desperate Housewives* (comédie dramatique), *Alias, 24H, Les experts* (tous trois des policiers), *Stargate* (science fiction), *Un gars une fille* et *Kamelot* (formats courts humoristiques). J'aurai l'occasion, ci-après, de revenir sur ce plaisir des séries télévisées.

L'observation de la consommation cinématographique sous toutes ses formes à Longwy, révèle un éclectisme dans la consommation des films. L'observation de la sortie cinéma révèle un choix plus restreint en terme de genres de films notamment du fait de la sortie en groupe et une concentration de la sortie le Week-End.

sur la compétence des spectateurs à partir de ces listes.

III- Le triomphe du film vu le sam'di soir à Utopolis-Longwy

Malgré la concurrence du Home Cinema, le multiplexe attire de plus en plus de spectateurs depuis son implantation en 2002. Mais la fréquentation des spectateurs n'est pas uniformément répartie. Elle varie selon les jours de la semaine et les différences de fréquentation entre le Week-end et le reste de la semaine sont ainsi encore plus marquées qu'au pour la moyenne nationale. Le vendredi, par exemple, est extrêmement fréquenté à Longwy et compense un début de semaine où le multiplexe peine à attirer des spectateurs.

Variations selon les jours de la semaine de la fréquentation à Utopolis

	Lundi	**Mardi**	**Mercredi**	**jeudi**	**vendredi**	**samedi**	**dimanche**
Moy. Longwy	9%	8 %	9,5%	7,3%	19%	25%	19.3
Moy. Nationale[173]	11,8	9,8	12,5	8,4	9,9	28,4	19,2

Le succès de la sortie du week-end par rapport au reste de la semaine s'explique par le rythme de vie des longoviciens (A) et par le fait qu'elle reste, pour les plus jeunes, synonyme de rencontre et de sorties entre célibataires (B).

A- La sortie cinéma du Week-end : la seule possible à Longwy ?

La population active de Longwy est constituée dans le courant des années 2000 de plus de 40 % de travailleurs transfrontaliers, une part qui augmente depuis les années 90. Au Luxembourg, leur principal lieu de travail est la capitale luxembourgeoise (près de 30% des actifs longoviciens s'y rendent).[174] Viennent ensuite plusieurs communes du Sud du Luxembourg, dont les deux principales sont limitrophes avec la France : Esch-sur-Alzette (avec 14%, contre 11.2% pour l'ensemble des frontaliers lorrains) et Pétange (7.5% contre 2.8%)[175]. Près de la moitié des actifs de la ville travaillent au Luxembourg. Près de 15 000 personnes dans l'agglomération longovicienne prennent ainsi leur voiture, 1000 personnes prennent le bus car elles travaillent dans des villes luxembourgeoises peu éloignées comme

[173] Source : cnc - cesp et, à partir de 1993, cnc - médiamétrie enquête "75 000 cinéma".

[174] Chiffres IGSS : Inspection Générale de la Sécurité Sociale au Luxembourg.

Esch-sur-Alzette et Rodange ou Pétange et 640 prennent le train. Il faut bien compter, en moyenne un trajet travail domicile d'environ une heure[176]. Ceci explique que les spectateurs du multiplexe de Longwy reportent leur sortie cinéma au Week-end.

Mohamed, 32 ans, cadre à Luxembourg-ville, m'explique, en parlant de Longwy, que « c'est une ville dortoir ! ». Mireille, 35 ans, cadre dans la même ville et Patricia 51 ans, ouvrière dans une blanchisserie du Luxembourg depuis 20 ans, confirment les conséquences de ce trajet quotidien sur leurs sorties cinéma qu'elles réservent donc pour le Week-end comme pour tous leurs loisirs.

Mireille :

> Quand on rentre à 7 ou 8 H du Lux, on a pas envie d'aller au cinéma. Qui plus est, les horaires du cinéma ne sont pas adaptés pour de nombreux spectateurs. En soirée, c'est 18H 30, 21 H…mais 18H30, c'est trop tôt, et 21H c'est trop tard !

Patricia :

> Je rentre du boulot à 17h, je me suis levée à 6h du mat'pour commencer à 7h, je fais 42h semaine, tout ce que je peux faire quand je rentre, c'est de regarder *Les feux de l'amour*. Plus ? Je peux pas…Ressortir et aller voir un film pour m'endormir en plein milieu ? Non merci !

La faible fréquentation du cinéma en semaine est également accentuée par le petit nombre d'étudiants de la ville selon Bruno Trombini, le directeur du multiplexe : « les jeunes à Longwy ne sont pas assez nombreux, Il nous manque des étudiants, c'est eux qui vont au cinéma en semaine ». Effectivement, Longwy ne possède pas de facultés, hormis un I.U.T. La majorité des jeunes se rend donc soit à Metz (60 Km) soit à Nancy (130 km) pour y suivre des études universitaires, ce qui réduit d'autant plus le public susceptible de venir en semaine. Charleyne et Claire, par exemple, étudiantes à Metz et à Nancy la semaine, rentrent chez leurs parents le Week-end et en profitent alors pour se rendre au cinéma. Elles sont venues voir la comédie française *Brice de Nice* ce samedi :

---

[175] Source : IGSS Inspection Générale de la Sécurité Sociale au Luxembourg.

[176] Longwy est relié à Luxembourg Ville quinze fois par jour : 6 Allers/9 Retours mais 5 allers le matin et 7 retours en soirée. Cf. Les transports tranfrontaliers dans les agglomérations transfrontalières. La Mission Opérationnelle Transfrontalière (M.O.T.), Juillet 2002. Ce travail, qui a été mené entre février et juillet 2002, a été commandé par la Direction des Transports Terrestres et la Direction Générale de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Construction du Ministère de l'Equipement, des Transports, du Logement, du Tourisme et de la Mer.

Vous venez souvent au cinéma ?
Non on ne vient pas souvent.
Pourquoi ?
Moi c'est parce que je suis plus à Nancy qu'à Longwy et aussi parce que j'ai pas de sous !
Moi c'est pareil.

Quant aux étudiants de l'IUT de Longwy, ils vont surtout au cinéma en groupe le Week-end. Le cinéma, situé en dehors de la ville, est éloigné de leur lieu de vie universitaire d'environ 8 Km (Résidence et IUT mais aussi le Lycée pour les lycéens). Aller au cinéma nécessite alors une voiture ou quelqu'un pour les y emmener. Leur consommation, du même coup, s'inscrit dans la sortie du Week-end également comme le montre ce tableau :

Fréquentation hebdomadaire du multiplexe par les étudiants (n=87)

	Nombre de citations	**Fréquence**
Non réponse	5	5,7 %
Lundi	0	0 %
Mardi	0	0 %
Mercredi	8	9,2 %
Jeudi	1	1,1 %
Vendredi	34	**39,1 %**
Samedi	46	**52,9 %**
Dimanche	25	**28,7 %**
Ça dépend	8	9,2 %
Total	**87**	**100 %**

B- La sortie en Week-end pour voir du monde

Le directeur du Multiplexe insiste sur le fait que le public de la ville est « rurbain ». Longwy-même ne compte que 15 000 habitants, ce qui ne permet pas un brassage et un flux continu et soutenu des spectateurs souligne Bruno Trombini. Un spectateur, Carlos, 38 ans, cariste au chômage depuis que l'usine Daewoo de Mont-Saint-Martin a fermé, regrette qu'à Utopolis-Longwy « les salles sont à moitié pleines même quand il s'agit de gros films ». Mohamed, 35 ans, ouvrier au chômage, qui « voit toujours les mêmes têtes » quand il vient, souligne les conséquences de la localisation géographique sur la fréquentation en semaine du multiplexe. La sortie au cinéma donne l'occasion aux jeunes de s'installer à la terrasse du bar situé dans le Hall pour discuter et multiplier les rencontres. Regarder le film peut, du même coup, devenir secondaire. Djamal, 32 ans, intérimaire magasinier, vient tous les Week-ends. Il se surprend parfois à changer de projet dès lors qu'il rencontre au café un ami ou deux avec qui discuter

tout simplement. Carlos continue d'ailleurs, de se rendre au multiplexe de Thionville (à 45 Km de là) pour ces mêmes raisons.

> Je vais souvent au Kinépolis de Thionville
>
> **Mais pourquoi, il y a quand même 45 km de route ?**
> Parce qu'il y a plus de monde, les salles sont meilleures et plus grandes et ça fait plus la sortie ! Il y a plus de cafés et c'est plus grand, il y a plus d'ambiance. Là-bas surtout, il y a des filles !

Pour Carlos qui rajoute que « là bas, surtout, il y a des filles…[177]», le plaisir cinématographique n'est pas séparable du plaisir de la sortie entre amis et de la drague. Il se souvient, par exemple, avoir vu « de sacrées daubes quand même dans les films d'action » mais avoir passé, ensuite, des bonnes soirées au bar. La sortie cinématographique, de ce point de vue, débute bien avant la projection du film pour se terminer bien après, autour d'un verre. Ceci justifie, depuis le 1er avril 2007, l'ouverture de L'Hacienda, un restaurant mexicain avec piano-bar, juste à côté des deux autres anciens bars du Multiplexe.

La sortie cinéma reste donc, à Longwy, un rituel du week-end [178] qui donne au film la valeur d'un événement fort séparé de la vie quotidienne. Plusieurs modifications d'horaires ont été proposées aux spectateurs pour tenter de pallier à la faible fréquentation du multiplexe en semaine. Par exemple, dès novembre 2004, la direction a réduit le nombre de séances du soir (20h et 22h) à une seule séance (21h) pour « laisser le temps aux gens qui rentrent du travail, de manger et de venir après » selon Mr Trombini. La forte attractivité du week-end (vendredi, samedi et dimanche), est rendue visible par le maintien des deux horaires habituels en soirée (20h et 22h ou 22h30) pour « donner plus de liberté aux spectateurs » et parce qu'ils peuvent alors plus facilement « manger tôt et se coucher tard » toujours selon Bruno Trombini. Le multiplexe proposait, en 2007, des places à 6 euros pour les lundi, mardi, jeudi à 18h pour rendre attractives ces plages horaires. Seul le mercredi n'en bénéficiait pas du fait de son

[177] L'information n'est donnée que du bout des lèvres avec un sourire qui recherche une certaine connivence de ma part et que je pourrais traduire par « on se comprend n'est-ce pas ? ».

[178] Anne Pâquet rappelle qu'alors que « le support lourd et dispendieux du film 35mm ne permettait qu'une diffusion limitée dans le temps et dans l'espace, la vidéo banalise la sortie d'un film, la privant en partie de son caractère d'événement fort, puisque tout un chacun sait que l'œuvre se retrouvera, une fois retirée des écrans, sur la tablette d'un vidéoclub, disponible quand il le voudra bien ». L'approche ritualiste n'éclaire donc qu'une partie seulement de ce qu'est l'acte d'aller au cinéma. PAQUET, A. 2003. Un regard anthropologique sur le rituel de la salle obscure. *Les cahiers du Gerse*, « L'expérience d'aller au cinéma », n°5, automne 2003.

attractivité en tant que jour de sortie des nouveautés. Axel, 16 ans, par exemple, « adore » se rendre aux projections en avant-première ou en 1er jour de sortie nationale :

> J'adore me dire que je suis le premier à y aller, à découvrir un film…et le lendemain dire à mes potes que j'ai vu tel film et je leur donne mon avis…parfois pour les emmerder, je les menace de leur dire la fin. J'ai déjà été voir des films moyens plutôt que des supers à cause de ça. Tout ça parce que je préfère voir les films qui sont tout nouveaux. Je sais c'est très con !

En plus d'être concentrée le week-end, la fréquentation du multiplexe a également la particularité d'être une activité collective où l'on remarque que certains groupes choisissent régulièrement certains genres de films.

Section II- La consommation de cinéma en groupe

La très grande majorité des sorties cinéma s'effectue en groupe, c'est-à-dire en famille, couple, amis ou collègues de travail. C'est aussi le cas des étudiants comme le montre ce tableau.

Fréquentation du cinéma et groupes de sortie des étudiants (n=87)

	Nb. Citations	Fréquence
Non réponse	2	2,30%
Seuls	0	0%
En famille	13	14,90%
Avec des amis	59	67,80%
En couple	13	14,90%
Total	**87**	**100,00%**

Cette sortie en groupe nécessite de s'entendre sur le choix du film et il est souvent difficile de composer avec les aspirations de chacun. Plusieurs situations rencontrées dans le Hall illustrent ainsi cette difficulté parfois de s'accorder :

1ère situation : Adrien, 16 ans est venu voir le film *Boudu* (une comédie française) avec ses copains

> **Quel film allez-vous voir ?**
> On va voir *Boudu*. Mais bon on attend des copains qui sont venus aussi et donc je pense qu'on va aller voir le même film.
> **Tu aurais choisi ce film si tu étais venu seul ?**
> Peut-être pas. Je serais plus allé voir *Mon beau-père et moi* (une comédie américaine). C'est un copain que nous attendons d'ailleurs qui nous a dit qu'il allait voir *Boudu* alors on s'est dit, moi et ma copine, pourquoi pas ?

2nde situation : Un homme, 39 ans, directeur des ressources humaines dans une entreprise d'électronique de Longwy, et son fils d'environ 10 ans sont venus voir *Vaillant*, un dessin animé.

> **Vous regardez des films d'Art et d'Essai parfois, des films d'auteur ?**
> Je voudrais bien mais j'ai pas le temps pour ça. C'est tout juste si j'ai le temps d'amener le gosse au cinéma. Faut faire un choix !

Sortir en groupe oblige donc chacun à « partager » la même chose même si l'on est partagé sur son intérêt[179]. Les exemples qui suivent vont nous permettre de le vérifier à travers les genres de consommation privilégiés par certains groupes[180] lors de la sortie au cinéma. La sortie entre adolescents, par exemple, entraîne souvent le choix du « Teen Movie » (A), la sortie entre filles celui de la comédie sentimentale (B). Les enfants choisissent le plus souvent des dessins animés ou des films familiaux lorsqu'ils se rendent au cinéma le mercredi après-midi et le dimanche (C). D'autres consacrent leurs sorties aux films projetés par *J'aime le cinéma* ou ceux projetés par le *Ciné-Club* (D) en semaine. Parmi eux, beaucoup viennent seuls.

A- La sortie entre ados et le « teen movie »

La fréquentation du cinéma par les adolescents a essentiellement lieu le samedi soir d'après mes informateurs sur place (agents d'accueil) et d'après mes observations. Elle s'intègre alors dans une sortie en groupe et précède souvent une sortie dans un bar ou une boîte de nuit du Luxembourg ou de la Belgique toute proche, comme l'illustre cet extrait d'entretien avec Noémie et Sarah, 18 et 19 ans, lycéenes.

> **Vous allez voir quel film ?**
> Noémie : *Hitch* (Une comédie romantique avec Will Smith). Parce que j'ai vu des extraits à la télé ça a l'air intéressant.
> **Vous venez souvent au cinéma ?**
> Noémie : Oui assez souvent. Deux ou trois fois dans le mois
> Sarah : ça dépend ça dépend des week-end. Ya des fois on sort alors…
> Sarah : y a des fois, on fait les deux…on se fait un cinéma et après on sort (rires)
> **Vous sortez où ?**
> Aux 3 brasseurs à Athus (en Belgique), ça dépend…des fois on va au Lux. (Luxembourg).

[179] ETHIS, E. 2005. *op. cit.*, p. 8.

[180] J'aurai l'ocassion de revenir sur ce point à propos des procédures d'identification et d'évaluation de la qualité lors de la sortie cinéma. Cf. Chapitre 2, Partie 2.

Les films choisis en général par ces jeunes adultes sont des films qui privilégient action et/ou comédie. Parfois même le film leur est clairement destiné. C'est le cas de *American Pie 3*, 15ème au Box Office du multiplexe en 2003 et dont le synopsis est le suivant :

> Jim et Michelle vont enfin se marier ! Michelle, qui rêve d'un mariage parfait, rameute sa famille et ses amis, et embauche une demoiselle d'honneur canon : sa jeune soeur. Jim demande le concours de ses trois inséparables copains, témoins de tant de frasques mémorables...[181].

Le Teen Movie est donc exemplaire du fait qu'on ne peut évaluer la qualité du film sans prendre en compte l'engagement corporel du spectateur. C'est ce que nous rappelle Yves, 38 ans, cadre au Luxembourg, en relativisant sa propre conduite de spectateur :

> Je ne vais pas voir les films d'action ou les comédies avec des lycéens tout ça, c'est pour les jeunes, j'ai passé l'âge ! Mon fils est fan des *American Pie*, moi je trouve ça d'une nullité pas possible mais bon, c'est une question de génération.

La sortie entre filles et après celle des ados, très symptomatique du lien entre groupe et film choisi.

B- La sortie entre filles et la comédie sentimentale

Venir voir une comédie sentimentale est typiquement d'une pratique de spectatrices qui prennent plaisir à venir voir « entre filles » des comédies romantiques dont *Bridget Jones* est emblématique au début des années 2000. Les hommes aiment pourtant également regarder ces films, mais à leur domicile et à l'initiative de leur compagne à laquelle ils délèguent la responsabilité de cette consommation. Selon un agent d'accueil du multiplexe, la sortie cinéma entre filles s'effectue souvent en semaine :

> **Est-ce que tu sais quels sont les films qu'elles viennent voir ?**
> Elles viennent voir des films ou des comédies romantiques, des films de nana quoi ! Elles viennent en bande !
> **Quel âge ont-elles ?**
> Je sais pas…la trentaine ou moins…des fois c'est la mère et la fille pour venir voir Sandra Bullock !

Certes, dans les faits, les spectatrices sont plus nombreuses que leurs homologues masculins à venir voir au cinéma des comédies romantiques telles que *Bridget Jones*, *In her Shoes*, ou

D'une rive à l'autre. Mais les hommes qui regardent ces films à la maison ne sont pas des exceptions :

> **Quels films vous allez voir d'habitude ?**
> Tout ! Sauf les films romantiques…je n'aime pas voir ça au cinéma, je crache pas dessus quand ça passe à la maison, mais au cinéma non ! Je tiens à ma réputation ! Non, je plaisante ! (rires) Quand ma copine regarde, moi aussi je regarde voilà c'est tout ! Ca détend, je n'irais pas voir ça au cinéma, mais à la maison, c'est bien, ouais ça mange pas de pain !

Le programme régulier de la « Ladie's Movie Night » mis en place par Utopolis est une manière d'exploiter ce phénomène de « sortie entre filles » pour dynamiser la fréquentation en semaine du cinéma. Des cadeaux sont offerts par les commerçants locaux lors de ces soirées « réservées aux filles » dont Marie et Nadia (30 ans) (Directrice des Ressources Humaines et Coiffeuse) pour lesquelles la « Ladie's Night » est devenue un label de qualité et la garantie d'une soirée sentimentale et festive. Elles sont venues voir le film *Je déteste les enfants des autres*, une comédie qui traite de la relation parents-enfants.

> **Vous connaissiez avant la Ladies Night ?**
> Oui
> **Le film, en lui-même, vous intéresse ?**
> Oui c'est *Je déteste les enfants des autres* (rires).
> On a vu sur le Républicain Lorrain concernant cette Ladies' Night. La dernière fois c'était bien. Un film avec Cameron Diaz. Quand on voit Ladies' Night on se dit que ça peut être bon.

[181] Cf. www.allocine.fr

Page centrale du magazine culturel et mensuel de Longwy « Le Mag »



C- Les films pour enfants

Les mercredi et dimanche après-midi voient une très bonne fréquentation de la part des enfants. Le cinéma organise, à cet effet, des séances spéciales pour fêter des anniversaires juste après le film projeté notamment. Les parents déposent l'enfant devant le cinéma qui retrouve ensuite ses camarades avec lesquels il va déguster un gâteau juste après le film. La salle réservée au goûter est décorée des affiches publicitaires pour ce genre de films : *Pirates des caraïbes*, *Cars*, *Les Indestructibles*, *Shrek* et *Ratatouille* par exemple. La direction multiplie une programmation maximale de ces films les mercredi et dimanche et multiplie des formules tarifaires toutes faites :

Ciné popcorn : 1 séance au choix + 1 popcorn + 1 boisson soft (40ml), si vous optez pour cette formule, nous mettrons la salle de réception à votre disposition (sous réserve de disponibilité), le tout pour 8 euros.

Ciné bowling : 1 séance au choix + 1 crèpe + 1 boisson soft + 1 part de gâteau anniversaire + 1 partie de bowling pour 14,50 euros pour les moins de 11 ans; 16,50 euros pour les plus de 11 ans avec une partie de bowling supplémentaire.

L'intérêt pour les parents de ce type de formule est clairement de déléguer au multiplexe l'organisation des loisirs des enfants. Pendant ce temps, ils peuvent en effet se rendre au restaurant, choisir un autre film ou quitter le multiplexe.

Les formules « enfant ». Publicité visible sur le site internet du multiplexe



D- Les habitués du *Ciné-Club* et de *J'aime le cinéma* : aimer se retrouver autour d'un bon film

Assister aux séances du *Ciné-Club*, plus encore que celles de *J'aime le cinéma*, est l'occasion pour moi d'observer que ces rendez-vous célèbrent autant le plaisir commun des grands films, que celui de se retrouver entre amis. Les spectateurs se connaissent manifestement depuis longtemps : on se fait la bise, on prend des nouvelles des enfants, on s'interpelle à travers la salle, on blague. Ce gentil chahut prend fin dès que l'obscurité envahit la salle. L'attention portée aux films est alors sérieuse, presque révérencieuse. La levée des sièges et le départ de la salle ne suivent pas immédiatement l'apparition du mot fin : on lit les crédits sur l'écran et on attend que la lumière revienne. Ensuite, on fait attention aux derniers mots de Robert Bardelli qui encadre ces séances, et qui présente les prochaines avant de saluer les membres. Parfois, des jeux où on teste la culture cinématograpique des spectateurs présents sont organisés avec des DVD de classiques du cinéma à gagner. Un spectateur explique ce plaisir de la sociabilité qui se noue au *Ciné-Club* :

> Moi ça fait très longtemps que je viens, ça fait 20 ans ! J'ai grandi avec Robert Bardelli. Je ne vais pas voir d'autres que ces films. Je ne suis pas cinéma ni télé. Le *Ciné-Club*, c'est ma seule fenêtre sur le cinéma. Ce sont des films de valeur confirmée. On fait un panorama sur le cinéma mondial. Ce qui m'intéresse encore plus, c'est en VO (…) Je suis retraité de l'enseignement. Y a beaucoup d'enseignants au *Ciné-Club* dont certains travaillent avec Robert dans leur école.
>
> J'ai été à l'école avec Robert. Avant Utopolis, on avait un cinéma à Rehon, j'habitais pas loin, on se retrouvait entre copains et même si on était pas copains, on est devenu copains. Le fait de venir de temps à autres, de revoir les gens, on échange deux trois mots, bon ça se passe comme ça, avec le temps, on se connaît ! Moi, ça fait 20 ans !

Si la plupart des habitués de ces deux associations viennent seul (c'est encore plus vrai pour *J'aime le cinéma*), ils aiment pourtant retrouver dans la salle des amis ou des connaissances pour partager une passion commune pour les bons films et s'échanger des nouvelles. D'autres spectateurs, qui viennent seuls également, revendiquent le plaisir à choisir un film qui correspond exactement à leur goût à cette occasion de la sortie individuelle au cinéma.

E- La sortie seule en semaine

Les agents d'accueil du multiplexe, Fatima et Fabien déjà interrogés, attestent que les spectateurs qui viennent seuls évitent ceux qui viennent en groupe et privilégient, pour cela, les jours de semaine plutôt que le Week-end. Les spectateurs qui viennent seuls le font pour plusieurs raisons, à commencer par celles du confort et de la tranquilité. Le Week-end est synonyme, pour eux, de forte affluence, de brouhaha et de risque de se retrouver mal placés dans la salle. Mais d'autres motivations plus personnelles entrent en jeu. Yves, 38 ans, cadre au Luxembourg, jouit régulièrement d'une « permission de sortie » accordée par sa femme et vient donc seul en semaine voir des films qu'il ne pourrait voir en famille.

> Y a des films où il y a de la violence ou des scènes de sexe ou d'horreur comme maintenant (le film *Saw*), bon, moi j'aime bien mais à la maison, je pourrais pas les regarder avec les gosses. Ma femme me laisse venir parce qu'elle sait que c'est mon petit plaisir, j'ai toujours été ciné, ça me permet de me retrouver un peu, de prendre du temps pour soi. C'est ma permission de sortie ! Je vois des films qui me correspondent plus. Ca me dérange pas de venir seul et surtout ça dérange pas ma femme ! (rires) Elle est pas très cinéma…Bon je vais pas la forcer.

Anne-Marie, 55 ans, représente un autre cas de figure. Fille de sidérugiste, elle a toujours vécu à Rehon, ville de cités construites pour loger les sidérurgistes des aciéries de Longwy. Au chômage depuis peu, elle cumule les emplois précaires, les ménages etc. Comme elle le dit elle-même, elle a « passé l'âge » et se contente aujourd'hui du chômage en attendant la retraite. Elle est venue au cinéma grâce ou à cause d'une déprime et d'une rencontre avec une amie plus jeune. Elle aime tous les genres de films. Chez elle, la sortie individuelle se combine avec la sortie accompagnée : elle va voir des films dramatiques lorsqu'elle est seule et accompagne son fils (20 ans) pour voir des films à grand spectacle.

> Je ne suis pas trop série télé. Moi ce qui me dérange, c'est que j'aime pas « à telle heure c'est tel feuilleton… ». Je veux ma liberté ! Tandis qu'un film, je décide tel jour à telle heure, je veux tel film…Je regarde « Le mag » avec les horaires, je regarde l'heure et tac tac tac et je vois tiens dans 20 mn ils passent le film là, bon j'y vais ! Je vais voir le film ! Si je tombe sur une série télé je regarderai pour me dire tient qu'est-ce que les autres regardent, pour voir de quoi ça parle.

L'entretien avec Anne-Marie nous confirme la gestion que chaque spectateur fait de sa consommation en fonction non seulement du film mais aussi du cadre de sociabilité qui lui correspond.

> Avec mon fils, on va voir des films comme *Harry Potter*, *Le seigneur des anneaux.* Mais c'est pour moi aussi ! J'aime bien aller voir ces films là avec mon fils ! Je

suis ouverte ! Là je veux aller voir *Le locataire*, un film coréen mais je sais que ça intéresse pas mon fils !

Eviter le Week-end permet ainsi de regarder des films avec d'avantage de tranquilité comme le souligne Anne-Marie dans la suite de l'entretien :

Vous allez quel jour de la semaine au cinéma ?
J'évite le mercredi et le Week-end. Y a trop de monde et les gens ne sont pas respectueux. Surtout les jeunes foutent le bordel ! J'y vais le lundi, le mardi ou le jeudi, mais ça dépend !

Par rapport à la consommation cinématographique à Longwy dans les années 50 observée par Fabrice Montebello[182], la possibilité de regarder un film seul et notamment chez soi, n'est pas sans conséquences du point de vue du contrôle parental. Aujourd'hui, il n'est pas rare pour un enfant ou un adolescent d'avoir sa propre télévision ou son ordinateur dans sa chambre. C'est le cas des enfants de Patrick, 45 ans, ouvrier à l'usine du chocolatier Ferrero (une usine d'Arlon en Belgique à 20 mn de Longwy) et qui rend compte de cette situation à l'occasion d'une discussion sur la série de films *Don Camillo* qu'il affectionne particulièrement. De lui-même, il fait un constat édifiant de l'evolution de la consommation cinématographique telle qu'il l'a connue et celle, actuelle, de ses enfants.

Tu les as vus quand ?
J'avais 8, 9 ans, on avait qu'une seule télé c'est pas comme maintenant, on était tous devant la télé. Maintenant les gosses ont une télé dans leur chambre. Tu perds le contact…maintenant les gens perdent le contact familial autour de la télé. Les mœurs d'aujourd'hui. Tu peux plus regarder ce qu'ils regardent. T'as du mal des fois, t'espères qu'ils font pas de conneries mais bon…maintenant c'est encore pire avec Internet, ils surfent, ils téléchargent comme des fous ! Moi la grande, bon, elle télécharge, c'est clair bientôt je vais avoir les flics à la maison, moi je te le dis !

C'est cette consommation à domicile qu'il importe maintenant d'examiner à travers notamment l'exemple des séries télévisées.

[182] Pour Fabrice Montebello, « ce sont les salles liées aux usines (Gouraincourt-Cinéma et Sainte-Anne) qui se montrent le plus sensibles au discours sur la nécessaire protection de l'enfance vis à vis d'images pouvant se révéler dangereuses. Le rigorisme moral à l'égard des enfants rejoint ici le paternalisme des maître de forges et le prolonge »[182]. MONTEBELLO, F. 1997, *op. cit*, p. 112.

Section III- Le plaisir de la série télévisée

Alors que mon enquête ne portait initialement que sur les longs-métrages, j'ai dû, à l'invitation du spectateur lui-même, considérer comme équivalent au film produit par le cinéma la série télévisée. Les spectateurs déclarent, en moyenne, regarder près de 2 séries télé différentes par semaine, soit autant que les films et 20 % d'entre eux en regardent plus de 3. Enfin, les séries télévisées occupent plus de 8 % des fictions possédées par les longoviciens interrogés. C'est ce qui fait dire à certains : « je ne suis pas cinéma mais par contre je suis plutôt séries télé ! ».

Nombre de séries télé regardées par semaine par les longoviciens (n=210)

	Nb. Citations	Fréquence
Aucune série télé	43	20,5
1 seule série télé	54	25,7%
2 séries télé	67	31,9%
3 séries télé	29	13,8%
4 séries télé et plus	17	8,1%
Total	210	100%

Part des films et séries télévisées dans 43 médiathèques personnelles

Nature de la fiction	Film	Série télé
100,00%	91,69%	8,31%

Les femmes sont, enfin, clairement les plus grandes consommatrices de séries télévisées. Dans ce dernier tableau, le test du Chi2 fait apparaître clairement que le nombre de séries télé différentes regardées chaque semaine est très dépendant de la variable sexe. Par exemple sur 29 spectateurs qui regardent 3 séries télé différentes par semaine, 23 sont des femmes.

Nombre de séries télé regardées selon le sexe (n=210)

	Aucune série télé	1 série télé par semaine	2 séries télé par semaine	3 séries télé par semaine	4 séries télé par semaine	Total
Homme	37	41	28	5	6	**117**
Femme	6	13	39	24	11	**93**
Total	**44**	**46**	**69**	**29**	**15**	**210**

Le succès de la série télévisée à Longwy dans les années 2000 est édifiant : les étudiants de l'IUT, par exemple, déclarent regarder autant de films que de séries télé, quel que soit leur genre, homme ou femme. 30 % d'entre eux déclarent d'ailleurs regarder plus de séries télé que de films à leur domicile. Le plaisir de la série télé repose, d'après les spectateurs, sur la sociabilité qui se noue autour d'elle (I) et sur sa qualité (II).

I- Sociabilité et série télévisée

Le succès de la série télévisée est inséparable de la sociabilité amicale ou professionnelle. Elle est un prétexte autant que le produit d'une sociabilité locale. Le discours de Véronique qui commence à répondre à mes questions en utilisant le « je » puis qui finit en utilisant le « on » en est symptomatique. Comptable à l'Hôpital de Mont Saint Martin, Véronique, 28 ans, possède quelques dizaines de DVD et de cassettes VHS. Elle ne sort plus au cinéma qu'occasionnellement, depuis l'arrivée de son premier enfant.

> ***Desperate Housewives* et *Les feux de l'amour* sont quand même des séries différentes non ?**
> Oui *Les feux de l'amour*, c'est niais, l'un couche avec l'autre…(rires) je sais pas pourquoi je regarde !
>
> **Mais alors pourquoi c'est nul et pourquoi c'est bien en même temps ?**
> Je me reconnais plus dans *Desperate Housewives* quand même. Une intrigue avec le voisinage. Je sais pas (elle revient sur *Top Model*), c'est peut-être les acteurs, on a envie de voir des acteurs ensemble, enfin des personnages ensemble mais ça se passe jamais alors ça nous énerve.
> **Top Model c'est nul mais c'est bien ?**
> Oui ! Par contre je peux rater *Top Model* mais pas *Desperate Housewives*.
>
> **En même temps tu peux rater *Top Model* une semaine, t'as rien raté de l'histoire.**
> Tu peux même rater 1 an, t'as rien raté ! (rires) Ma sœur me raconte si j'en ai raté un. Ce qui est marrant, on en discute avec ma sœur. Des fois un personnage meurt et rescucite. Un enfant qui naît et qui grandit très vite !
>
> **Y a des incohérences ?**
> Oui ! Alors on rigole. Quand je bossais, on en parlait au boulot, ça passe le temps. Tout le monde regarde. Même si t'es pas branché au départ, t'es obligée de regarder à force d'en entendre parler à droite à gauche au boulot. Et puis même, t'es intrigué tu vois ce que je veux dire ? Les filles, elles en parlent au boulot comme si c'était génial, bon à force tu regardes ! C'est comme ça que je me suis mis à *Sex in the City* par exemple.

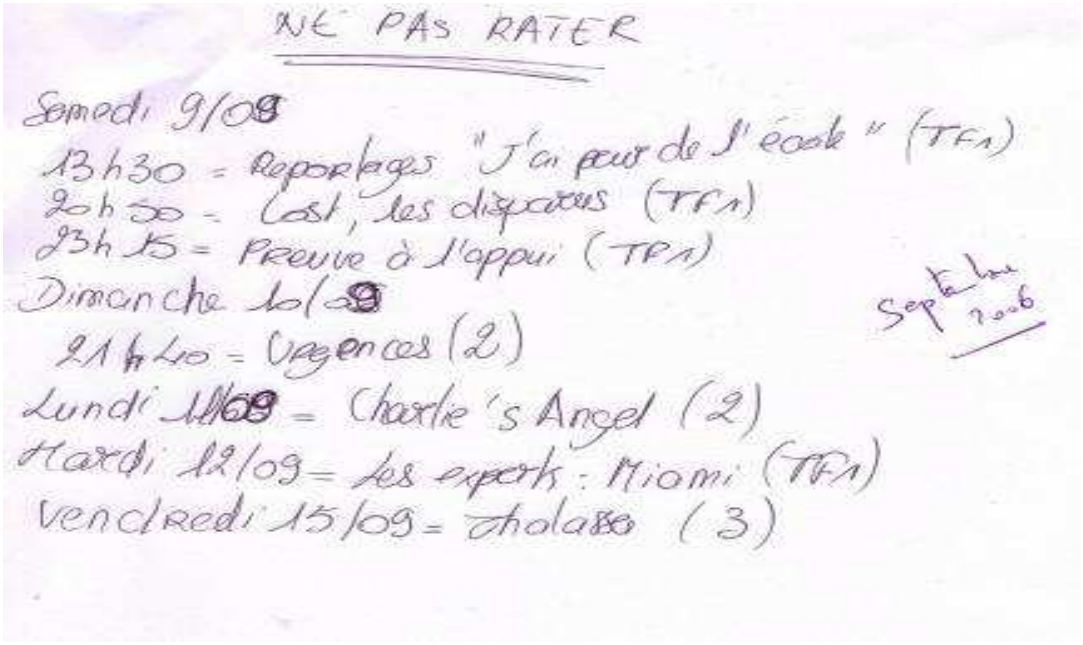
Cette passion pour les séries télévisées est, pour Véronique, soutenue par les échanges avec sa sœur ou avec ses collègues de travail et le plaisir que lui procure ce partage. C'est ce que confirme, une autre spectatrice, Patricia, 51 ans, ouvrière au Luxembourg, qui vit seule et qui sort peu au cinéma :

> *Urgences*, quand ils le passaient dimanche soir, je le regardais tout le temps ! Après ils l'ont passé en fin de soirée et quand on enregistre ça fait pas le même effet. Parce que le lendemain au boulot, tout le monde en a déjà parlé et t'as même plus envie de le voir parce que tu connais déjà tout de l'épisode !

Si certaines séries sont jugées niaises et regardées avec détachement comme l'a bien montré cet entretien avec Véronique dans le cas de *Top Model*, d'autres, de par leur qualité, captivent jusqu'à en devenir un événement familial, un plaisir hebdomadaire comme l'était, dans les années 20, le film à épisode. C'est de cette convivialité dont me parle Audrey, 25 ans, professeur des écoles, et qui cultive une passion pour les séries télévisées.

> **T'aimes bien les séries télé ?**
>
> Ce qui a de bien dans les séries télé du type *Dolmen*, *Zodiaque* (deux séries françaises) ou *Lost (série américaine)*, c'est le dépaysement ! On sort de notre Longwy, de notre train train maison, boulot, dodo. Les intrigues sont bien aussi. Des fois y a des méchants ou des garces qu'on reconnaît chez nos proches, des comportements qu'on connaît parce qu'on les a subi ! Mais ils savent aussi nous tenir aussi faut dire, ils savent comment nous faire devenir accroc ! Même les mecs ils craquent ! Mon frangin fait comme tout le monde, il regarde, c'est familial maintenant…bon faut dire qu'il regardait aussi pour Ingrid Chauvin (elle parle de la série de l'été *Dolmen*), bon c'est vrai qu'elle est belle et ben tant mieux comme ça on est tous à regarder !

Se basant sur le programme télé, Audrey tient régulièrement à chaque début de semaine une liste des émissions, films mais surtout séries télé qu'elle ne souhaite pas manquer. Une telle démarche met en évidence le sérieux avec lequel elle envisage, ce qui n'est pourtant que des moments de divertissement en famille. Elle a bien voulu me donner un exemplaire de ce genre de liste qu'elle scotche, presque systématiquement, sur le rebord de son meuble de télévision.



La réception télévisuelle est donc inséparable « des interactions ordinaires en milieu familial, au sein des groupes de pairs, dans les sociabilités de voisinage et de travail [183]». Ces extraits d'entretien nous rendent sensibles à la manière dont se constitue une culture de la fiction télévisuelle. Les prochains entretiens nous renseigneront sur la manière dont se construit une expertise de leur qualité.

II- La qualité des séries télévisées

Pour de nombreux spectateurs de cinéma la série télévisée fait partie intégrante de leur consommation cinématographique[184]. Loin d'être vécue comme un plaisir au rabais par rapport aux longs métrages, le jeu de la hiérarchisation interne (on compare les séries entre elles comme on compare les films entre eux) montre, au contraire, la relative auonomie du genre. Pour les spectateurs que j'ai interrogés, comme pour Martin Winckler, « les séries télé ne constituent pas un "sous-genre" inférieur – par la qualité, l'ambition, l'inspiration – au cinéma[185] ». Certaines d'entres elles sont, par exemple, souvent comparées avantageusement à certains films de cinéma. Jugées plus rythmées, plus denses, moins longues, elles permettent

[183] MACE, E. 2001. Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés. Les trois moments de la configuration médiatique de la réalité : production, usages, représentations. *Réseaux*, « La presse magazine », n° 105 - FT R&D/Hermès Science Publications.

[184] Le nombre des personnes interrogées ne permet pas d'étayer des conclusions statistiquement probantes.

[185] WINCKLER, M. 2005. *Séries télé. De Zorro à Friends, 60 ans de téléfictions américaines*. Paris : Librio-Flammarion, p. 11.

même, parfois, de faire l'économie de la sortie cinéma. Germain, par exemple, 52 ans, vit avec sa mère dont il s'occupe. Récemment retraité (cheminot), il loue ou se fait prêter des films copiés occasionellement mais il ne va plus au cinéma. Il se passionne, depuis qu'il est retraité, pour les séries télévisées. Comme pour Véronique, précédemment interrogée, le temps libre lui a permis de se passionner pour les séries télévisées qu'il ne regardait pas autrefois.

> **Et maintenant tu vas au cinéma ?**
> Je sais pas pourquoi, je suis plus autant intéressé qu'avant. J'ai enregistré plein de films, c'est des cassettes V 2000 dans les années 70-80. J'en ai des cartons pleins mais dès les années 90, plus rien ou presque ! J'ai eu trop d'emmerdes dans ma vie...J'ai arrêté d'aller au cinéma. Bon je me laisse aller à voir des films de temps en temps à la télé mais c'est tout. Je suis plutôt branché série télé maintenant. Ils font des supers séries. Plus je regarde les séries et moins ça me dit d'aller au cinéma. Pour moi c'est aussi bien qu'un bon film ! Surtout les séries qui sont construites comme un film justement ! Je pense à *Lost*, *24H*, *Prison Break* ou encore *Heroes* ! Ce qui est chiant c'est l'attente entre les épisodes surtout quand tu les regardes en même temps que les américains car il n'y a qu'un épisode par semaine et des fois ils foutent des pauses d'un mois ou deux entre deux épisodes ! Et ça m'énerve ! Mon filleul me télécharge des séries télé directement des Etats-Unis mais on les a sous-titrés en français. C'est bien parce que t'as pas besoin d'attendre un an pour les avoir, mais t'en as qu'un par semaine.

La comparaison avec les films devient de plus en plus précise et flagrante quand Germain signale qu'il aime bien regarder une saison entière d'une même série d'un coup (20 épisodes environ), comme une seule et même œuvre. Il revendique même une expertise en la matière, l'œil du connaisseur capable d'évaluer immédiatement la valeur d'une histoire, la « Story Value » dans le vocabulaire des studios hollywoodiens.

> Le mieux c'est d'attendre qu'une série soit finie. Hier j'ai maté un bout de *24H* que je n'avais jamais regardé avant et j'ai adoré ce petit bout. Je vais surement me plonger dans cette série très bientôt. Pareil pour *Heroes* ! J'ai adoré ! Une série qui aura du succès dans les semaines à venir. Pour résumer, ce sont des personnes qui découvrent avec le temps qu'ils ont des supers pouvoirs et veulent s'en servir pour sauver les gens. Par exemple, un japonais découvre qu'il peut courber le temps et se téléporter, du coup, après plusieurs essais il se retrouve au centre de New York. Un autre découvre qu'il peut voler, etc.

Christiane, 40 ans, ouvrière, mariée, deux enfants adolescents, possède une centaine de DVD mais reste assidue de la sortie cinéma. Il lui arrive cependant de repousser la sortie cinéma dans le cas où sa série préférée du moment *Lost* passe à la télévision.

> **Tu aimes les séries télé ?**
> Oui, au départ c'était *Urgences* ! Maintenant on suit les Sitcoms, toujours américains, on s'excuse tant qu'il y en a pas d'autres (rires). *La star de la*

famille… Friends c'était d'enfer, *Caméra café*, on rate pas ! Tout le monde se met devant la télé ! *Kamelott*, on rate pas ou on regarde tous les épisodes à la suite le Week-end quand ils les rediffusent. Bon peut-être pas la même télé comme on a 3 télés mais après on se retrouve et on discute : « t'as vu ça ? Et lui il a fait ça et il a répondu ça etc ».

Lost ?
Oui ça c'est les grosses séries qui ont remplacé *Urgences*, c'est à partir de *Lost* que les enfants ont pu regarder la télé après 9h. D'ailleurs on va moins au cinéma depuis qu'on regarde les séries télé comme *Lost* ou *24H*. C'est pas compliqué, si t'as *Lost*, on va pas au cinéma, c'est clair et net ! Quel que soit le film ! Tu me crois tu me crois pas mais c'est comme ça je veux dire…on est accroc, c'est dingue !

C'est aussi bien qu'un film ?
C'est différent…mais oui c'est aussi bien au final. C'est pas fait pareil, c'est fait pour durer donc ils étirent l'intrigue à max tu vois ce que je veux dire ? Mais du coup ils font durer le plaisir aussi ! Et *Lost* ça dépayse ! Ca te change ! Ca se passe sur une île donc on se croit avec eux ! (rires). Moi j'aime bien, les gosses aussi !

D'autres spectateurs de cinéma tempèrent cependant cet avis très enthousiaste sur les séries télévisées. Carole, 26 ans, étudiante en médecine, sort régulièrement au cinéma à Nancy où elle est étudiante. Elle relativise d'un point de vue éthique la valeur de la série télé, en soulignant le faible engagement personnel qui la caractérise et son peu d'intérêt sur le long terme en la jugeant peu édifiante.

T'es branchée série télé ?
Les séries c'est génial, mais attention c'est assez addictif au final. Par rapport à un film il n'y a plus d'effort d'attention. Quand ont regarde une série, on sait qu'on va passer un bon moment, que ca va pas nous prendre la tête à essayer de comprendre de nouveaux personnages, une nouvelle facon de raconter.

Donc du coup regarder des séries devient le passe-temps idéal, pas d'effort que du bonheur. Des fois je regrette de passer tant de temps à regarder des séries. J'ai l'impression d'avoir perdu mon temps. Surtout quand j'ai vu un bon film, je me dis que c'est quand même beaucoup plus fort et enrichissant. J'ai regardé les 5 saisons d'*Alias* comme une folle mais il ne m'en reste pas grand-chose à part que j'ai même pas eu à me demander comment m'occuper pendant tout ce temps là (rires). Ca marque moins qu'un film...quand même ! *Lost* c'est pareil, c'est passionnant mais il en restera quoi dans une paire d'années ? En même temps c'est pas le but tu me diras, déjà on passe nos samedis soir devant la télé et on se demande pas ce qu'on pourrait faire d'autre (rires). Mais en même temps, c'est vrai que c'est de la qualité ! Quand tu vois qu'on nous ressert *Navarro* ou *Commissaire Moulin* en France depuis des années, tu te dis : « attends y a un truc qui cloche ! ». Les séries américaines ont 10 ans d'avance !

Plus encore que la comparaison avec le film de cinéma, c'est la comparaison des séries télévisées entre elles qui entraîne une hierarchisation interne et la différenciation de leurs

usages[186]. Patricia, déjà interrogée, possède une centaine de films dont la moitié est sur cassette vidéo. Elle aime regarder les séries télévisées, qu'elle enregistre souvent sur cassette, lorsqu'elle rentre du travail du Luxembourg vers 18 heures.

> **Tu ne vas pas trop au cinéma ?**
> Non, je suis trop fatiguée…et c'est trop cher aussi !
> **Trop fatiguée ?**
> Oui, j'ai juste la force de regarder des séries télé. C'est court et je comprends tout. Les films sont trop longs. J'arrive à m'endormir donc j'en regarde pas trop, plus trop quoi ! Les séries télé, c'est court !
> **C'est quoi tes séries télé préférées ?**
> *Un, dos, Tres* (une petite série télé espagnole qui relate les joies et les peines de jeunes apprentis danseurs) même si quand ils ont fait venir le français Jonathan Cerrada, ça a tout gâché. Au début c'était nouveau, c'était bien. Moi j'aime la danse, y a beaucoup de chorégraphies, pas de bla bla. C'était court ça passait à 18H juste quand je rentre du boulot pour décompresser…
>
> **Tu regardes aussi *Plus belle la vie* non ?**
> Oui mais ça c'est plus récent, ça passe à 20h. Ils jouent comme des casseroles mais c'est l'intrigue qui est bien sinon tu parles j'aurais zappé mais tu veux savoir ce qui va se passer. Mais ils sont très mauvais acteurs crois-moi je m'y connais pas trop mais quand même. Même les dialogues, c'est mal écrit faut pas exagérer ! Mais bon c'est pareil, ça dure quoi 15 minutes et puis voilà…c'est mon temps de cerveau disponible à ce moment là (rires). Sinon en Week-end, je peux accrocher des films ou des grosses séries comme *Urgences* ou *Lost* ou *Alias* !

Son discours est un bon exemple de ce que Richard Hoggart nomme l'« attention oblique »[187]. Ce terme, explique Jean-Claude Passeron, désigne le fait que « sous l'apparence d'une disponibilité bon enfant (…), ouverte sans y regarder de près à la consommation des infra-littératures et des images diffusées en série, (…) se dissimule une attitude qui « consiste à "savoir en prendre et en laisser", une forme de réception qui trouve dans un acquiescement peu engagé à l'écoute le moyen de ne pas s'en laisser compter par le message[188]». Ici, il désigne la capacité des spectateurs interrogés à gérer différentes formes de consommation cinématographique, en les relativisant les unes par rapport aux autres et en sachant mesurer leur plaisir en adaptant consciemment leur engagement à la nature de la situation. La question de l'engagement du spectateur sera, on va le voir, déterminante au moment de l'évaluation de la qualité des films.

---

[186] Hervé Glevarec et Michel Pinet ont rendu compte de ce phénomène chez les jeunes adultes. GLEVAREC, H. et PINET, M. 2007. Cent fois mieux qu'un film. Le goût des jeunes adultes pour les nouvelles séries télévisées américaines. *Médiamorphoses*, Hors-série Janvier 2007, pp. 124-133. Version longue disponible sur http://www.univ-lille1.fr/clerse/site_clerse/

[187] HOGGART. R. 1970. *La culture du pauvre*. Paris : Editions de Minuit, Tr. fr. 1957.

[188] PASSERON, J.-C. 1994, *op.cit*. p. 289.

Conclusion

Alors qu'elle n'était autrefois qu'une activité collective, effectuée en public, la consommation privée étant réservée à quelques happy few, la consommation cinématographique se partage aujourd'hui entre une pratique collective et une pratique individuelle. Cette dernière a été rendue possible par l'évolution technique des équipements domestiques de réception et de projection et la transformation de l'habitat en relation avec l'augmentation du niveau de vie (chambres individuelles, télé dans la chambre et maintenant ordinateur, chaînes cinéma, internet). La conduite cinématographique connaît ainsi le même phénomène « d'individualisation » constaté par l'enquête sur les pratiques culturelles des Français de 1997. La sortie cinéma reste cependant un rituel qui s'accomplit principalement en week-end pour la majorité des spectateurs longoviciens. L'évolution morphologique de la consommation et sa domestication ont modifié tout à la fois les critères d'évaluation de la séance cinéma par les spectateurs et leur niveau d'exigence quant au confort physique esthétique, technique et psychologique de la projection. Ceci entraîne des problèmes de territorialisation lorsque les groupes de sortie, avec des attentes différentes, se rencontrent ou se succèdent dans une même salle. Cet échange laissé sur le forum de la mairie de la ville est exemplaire :

Extrait d'un échange sur le forum Internet de la mairie de Longwy à propos du confort des salles du multiplexe de la ville (orthographe d'origine)

Olivier :

Ce n'est pêut être pas le bon endroit pour parler de ça mais le forum de notre cher Utopolis est à l'abandon et ne diffuse pas les messages contenant certaines critiques...Alors voilà, je trouve l'état de certaines salles et surtout de certains fauteuils tout simplement lamentable!! c'est sale, trés sale, surtout lors des dernieres séances de la journée, reste de papier, de nourriture,de soda renversé par terre, fauteuils déchirés, bref, on ce croirait à la fin d'un concert HARD...Je vais assez souvent au cinéma, au moins une fois par semaine,je n'hésite pas à faire de la route pour me diriger vers Kinépolis Thionville ou, croyé moi, la différence est flagrante, des salles trés confortables, propres, une programmation et des horaires bien plus pratique pour un prix inférieur!Le nombre de personnes que j'y rencontre venant comme moi,du pays haut est de plus en plus importante.

Voilà, je ne suis pas du genre à être toujours mécontant, avoir un multiplex cinématograhique sur Longwy est une bonne chose, mais avec le boum des écrans plasma et des homes cinéma, beaucoup de personnes de mon âge (28 ans) préfère rester chez eux et le coté peux acceuillant d'Utopolis Longwy ne fera pas inverser la tendance.

Stéphane :

J'ai amener mes enfants au cinéma. des ados nous lancés des pop corn ,apres cela un portable est passé à ras de mes pieds . je trouve que les vigils sont là pour regarder les allouettes. ceux-ci n'ont rien écoutés du film . MERCI UTOPOLIS .

Olivier (répond à Stéphane)

Bonjour Stephane,
Tout à fait d'accord avec vous pour dire que le réstaurant d'UTOPOLIS est de bonne qualité, également pour ce qui concerne le prix du café, bien moins cher (0.30€ de moins..)Par contre,je ne connais pas la différence pour le coca ou pour une glace...J'en profite également pour dire que Kinépolis est moins cher si on prend ces places en grande surface et non directement aux caisses. Je sais bien qu'il ne faut pas trop critiquer ce qui fait vivre et bouger Longwy, comme vous,je suis content d'avoir un cinéma à 5 min. de chez moi,mais cela n'empêche pas que trop souvent,comme le signale cette mére de famille,le respect,la considération de l'autre,le plaisir d'allé voir un film entre amis est bien vite perturbé par une clientèle qui ce croit à la maison...La même qui,ne respect pas la salle dans son ensemble ! Mais j'arrête la, avant de passé pour un vieux réac. de 28 ans...Cordialement

Olivier Cinéphile de Longwy.

Les configurations sociotechniques dans lesquelles sont vus les films servent de « points de repères », permettant de mesurer la qualité des films en fonction de l'engagement du spectateur dans la situation. Par exemple, un homme d'une trentaine d'années, tout juste sorti d'une projection de *Shall we dance,* un film avec Richard Gere et Jennifer Lopez dont le thème est la danse déclare que « c'était pour faire plaisir à mon amie. C'est un film pour les filles, mais c'est pas mal, je me suis pas ennuyé ! ». L'approche ritualiste du cinéma, si elle rend compte de la dimension sociale du plaisir ne permet donc pas, à elle seule, d'expliquer sa dimension individuelle. Elle oublie le caractère constitutif du plaisir cinématographique qu'est l'engagement du spectateur[189] qui s'empare du cinéma pour éprouver son efficacité en situation. Comme Antoine Hennion le souligne au sujet de l'expérience musicale, « l'expertise ne s'acquiert pas indépendamment de la matérialité de l'objet sur laquelle elle ne ferait que se développer : elle produit son objet autant que son objet la produit »[190]. La diversification de la consommation cinématographique, de ses lieux, de ses moments et de ses produits ne signifie pas, de ce point de vue, la disparition de la compétence des spectateurs de cinéma mais sa recomposition et son enrichissement.

[189] LEVERATTO, J.-M. 2005, *op.cit*.

[190] HENNION, A. 2000, *op. cit.*, p. 199.

CHAPITRE II- LA QUESTION DE LA QUALITE CINEMATOGRAPHIQUE LORS DE LA SORTIE CINEMA

Introduction

Voir un film en salle, pour un consommateur de cinéma, c'est indissociablement identifier et évaluer sa qualité. 70 brefs entretiens réalisés à Utopolis[191], avant et après la séance, éclairent les modalités de cette évaluation ordinaire. Elle consiste, selon le modèle proposé par Jean-Marc Leveratto, dans la mobilisation conjointe de plusieurs instruments de mesure, y compris le jugement d'autrui dès lors qu'il est « un jugement stabilisé qui permet plus facilement l'accord sur le film (accord du spectateur avec lui-même et avec les autres spectateurs) et facilite ainsi à la fois son identification et son évaluation, c'est-à-dire son expertise »[192]. Evaluer un film, en ce sens, est donc un processus de mobilisation et de comparaison de plusieurs types de mesure.

La grande part des spectateurs intérrogés (67 %) s'est révélée être une population d'habitués, au sens du CNC c'est-à-dire d'assidus et et de réguliers[193]. Bruno Trombini, le directeur du multiplexe, estime que la structure de la population interrogée est représentatrice de la

[191] J'ai mené environ 80 entretiens de août à décembre 2002 puis en février/mars 2004 pour moitié en semaine et pour moitié en week-end. Dans certains cas, je n'ai pu revoir le spectateur après la séance pour approfondir l'entretien, ne le distinguant pas dans la masse des spectateurs sortant des salles. Cette enquête a, par ailleurs, fait fait l'objet d'une conférence le 15 janvier 2003 organisée par l'équipe de recherche du département Gestion des Entreprises et des Administrations de l'IUT de Longwy.

[192] MONTEBELLO, F. Le spectateur comme expert. Intervention à la deuxième édition de l'EASS (The European Audiovisual Seminar). Turin-Villa Gualino, 26-28 mars 2000. « Existe-t-il un modèle audiovisuel européen ? ».

[193] Rappelons que pour le C.N.C, les « assidus » et les « réguliers » constituent les « habitués ». Les « assidus » vont au moins une fois par semaine en moyenne au cinéma alors que les « réguliers », y vont au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine. Les « occasionnels » s'y rendent au moins une fois par an et moins d'une fois par mois. Parmi les personnes interrogées à Longwy, 52 % sont des spectateurs réguliers, 15 % sont des assidus et 33 % sont des occasionnels. La seule formule d'abonnement proposée est le carnet de 10 tickets. Ces résultats tranchent avec ceux observés lorsque j'interroge les spectateurs hors du multiplexe. Dans mon enquête auprès de 210 longoviciens, ils étaient plus de 65 % à se dire occasionnels. La seule formule d'abonnement proposée est le carnet de 10 tickets. Il s'en vend 700 par an au prix de 60 euros soit 6 euros au lieu de 7 euros la place.

fréquentation telle qu'il l'analyse d'un point de vue commercial. Pour lui, les occasionnels ne se déplacent que pour les grands succès et les sorties nationales.

> Oui, c'est normal. Ce sont les occasionnels qui boostent le nombre d'entrées ! Mais pour ça, il faut des grands films et notamment des films français, des comédies, comme *Les Choristes*…Ce sont ces films qui attirent les spectateurs occasionnels. Il y a un public pour les films d'action, pour les films d'auteur, pour les purs divertissements mais il y a aussi des films qui attirent tous les spectateurs en même temps quels que soient leurs goûts et ça c'est les grands films français…comme *Astérix* par exemple ! C'est eux qui font venir les occasionnels. Bon on a eu *Les Choristes* quand même ! Mais il suffit que tu fasses des enquêtes dans une période quand il n'y a pas ces films et le chiffre d'occasionnels descend vite ! Si, dans l'année, t'as pas beaucoup de films qui font l'événement le nombre d'entrées baisse !

A cette mobilisation épisodique des occasionnels pour certaines sorties cinématographiques s'oppose l'auto-description des habitués qui explique tout à la fois la régularité de leur fréquentation et ses variations comme l'illustre cette expression récurrente chez les spectateurs interrogés : « ça dépend des périodes ! »[194] et ces quelques déclarations recueillies.

> Plus je viens et plus je viens et moins je viens et moins je viens. Jacques, 42 ans, employé de banque, venu voir *Men In Black II* (comédie et science fiction).
>
> Ca dépend quand je travaille ou pas, je viens plus souvent. Jean-Jacques, 48 ans, intérimaire au Luxembourg dans le bâtiment, venu voir *La Marche de l'empereur* (documentaire animalier).

Partant de ma propre expérience de spectateur, je posais notamment comme hypothèse forte[195], au début de mon enquête, qu'aller au cinéma est un *savoir* qui consiste pour le spectateur, à mobiliser différents instruments de mesure de la qualité avant une séance pour effectuer le meilleur choix et pour avoir « prise » sur les films. Le terme désigne, chez Christian Bessy et Francis Chateaureynaud le produit de l'expérience corporelle « dans le sens d'avoir prise sur, expression qui désigne souvent une ascendance de l'humain (actif, interactif, interrogatif) sur l'objet et son environnement (inerte, passif, construit) et dans celui

[194] Cette fréquentation que je qualifierai de « périodique » n'est, à ma connaissance, jamais mentionnée dans les études statistiques.

[195] Pour Howard Becker, les ficelles du métier du sociologue sont souvent « de simples règles de bon sens tirées de l'expérience ». BECKER, H. 2002. *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*. Paris : La découverte.

de donner prise à, formule qui permet d'accorder aux corps une irréductibilité[196] ». Cette compétence de l'usager consiste dans l'exercice répété de procédures de sélection et de préparation à la vision d'un film, dans la mobilisation de sources d'informations et d'instruments de mesure servant l'identification (section 1) et l'évaluation de la qualité (section 2).

Section I- Savoir choisir un film

L'idée de manipulation des spectateurs par l'industrie cinématographique conduit à oublier la diversité des instruments d'anticipation de la qualité dont ils disposent. Ces instruments, communs aux producteurs comme aux consommateurs, sont très divers et constituent des indicateurs potentiels de la qualité d'un film qu'il s'agisse de jugements émis par des personnes ou d'informations sur la nature du film (bande annonce, extraits, genre, noms d'acteurs et de réalisateurs etc.) puisque tous permettent les uns et les autres d'anticiper la qualité du film. Certaines études[197] opposent des instruments de mesure comme le bouche à oreille, les affiches etc. qui sont des moyens d'information (I) à d'autres tels que les noms d'acteurs, le genre ou l'histoire du film etc. (II). Ces instruments se conjuguent cependant la plupart du temps pour constituer un « faisceau d'informations »[198], dont tient compte le spectateur soucieux de réduire autant que faire se peut l'incertitude de l'événement cinématographique. Parfois même, les spectateurs n'hésitent pas à en citer plusieurs à la fois et admettent même ne plus se souvenir exactement quels instruments de mesure les ont poussés à choisir tel ou tel film. L'intuition d'une certaine qualité (perçue à travers la bande annonce) peut, par exemple, reposer tout à la fois sur la force d'attraction du nom du réalisateur, de l'acteur principal que sur la bande annonce etc.

[196] BESSY, C et CHATEAUREYNAUD, F. 1995, *op. cit.*, p. 239. Les auteurs s'inscrivent donc ici clairement dans une sociologie de la médiation telle que l'a développée Antoine Hennion.

[197] Voir l'étude médiamétrie Cin'Hebdo de 2004 ou l'étude Assouline de 1993.

I- Les sources d'information mobilisées par le spectateur d'Utopolis.

La question « Quand avez-vous pris connaissance de ce film ? » permet d'identifier les sources nationales (A) ou locales (B) qui permettent de prendre connaissance des films à l'affiche.

Les sources d'information par les spectateurs lors du choix du film en salle (n=70)

	Nombre de citations	**Fréquence**
Bande annonce cinéma	14	20 %
Affiches	4	5,7 %
Bande annonce ou extraits à la TV	23	32,9 %
Bouche à oreille	3	4,3 %
Critiques (Internet, Presse spécialisée)	13	18,6 %
Ne sais plus	9	12,9 %
Ne sais pas	1	1,4 %
Journal Local	3	4,3 %
Total	**70**	**100 %**

A- Les sources nationales

Le spectateur régulier prend connaissance des films grâce aux bandes annonces diffusées en salle avant les films (1) et la presse spécialisée (2).

1- La bande annonce

Pour la majorité des spectateurs, c'est la bande annonce qui leur a donné envie de voir le film. 20 % d'entre eux déclarent ainsi avoir fait leur choix à partir de la bande annonce vue au cinéma et 33 % d'entre eux, déclarent l'avoir vu à la télévision. Selon Florence Euzeby et Corrine Onnein-Bonnefoy Martinez, dans le cas des assidus, la bande annonce peut suffire pour se décider ou aider ou non à aller voir un film[199]. Elle constitue ainsi, pour le spectateur, une expérience esthétique censée lui permettre d'anticiper sur la qualité du film même si elle l'idéalise. C'est ce qui explique sa généralisation sur différents médias au début des années 2000, internet et presse spécialisée notamment. De nombreux magazines de la presse

[198] EUZEBY F. et ONNEIN-BONNEFOY MARTINEZ, C. 2001, op. cit.
AUSTIN, B. 1988. Immediate Seating. A look at the Movie audience.Rochester Institute of Technology. Wadsworth Publishing Company.

[199] EUZEBY, F. et ONNEIN-BONNEFOY MARTINEZ, C, 2001, op. cit.

spécialisée (*CinéLive*, *Studio* etc.) sont ainsi vendus en kiosque accompagnés d'un CDRom ou d'un DVD contenant des bandes annonces et des extraits de films. La sortie du « nouveau » magazine *Studio* en novembre 2004, qui fournit à chaque numéro un DVD compilant des bandes annonces, confirme que celle-ci, au-delà de sa fonction de guide pour le choix des films, est également recherchée pour le plaisir intrinsèque qu'elle apporte. Le spectateur y a facilement accès, via ces DVD ou CDRom inclus dans la presse spécialisée, mais aussi sur internet et à la télévision lors d'émissions spécialisées sur le cinéma. Le discours de Ben, 20 ans, interrogé juste avant la projection de *Spider Man*, rend bien compte du plaisir esthétique que l'on peut prendre à regarder une bande annonce :

> Quand je vois une bande annonce dans des émissions de TV, je me dis : « oh ben tiens celui là, j'irais bien le voir », même si je sais au fond de moi que non j'irai pas le voir parce que j'ai pas le temps…c'est marrant.

Quelques spectateurs seulement mentionnaient Internet au moment de l'enquête réalisée en 2002/2003. Christian, 25 ans, a, par exemple, mentionné le Teaser[200] vu sur Internet du film *Spider Man.*

> J'ai vu le teaser de *Spider Man*. Quand on voyait l'hélicoptère pris dans une toile d'araignée entre les Twin Towers de New York, on se dit ouaw, ça promet. C'est sûr ça m'a donné l'envie d'en savoir plus. Bon après, on l'a plus vu à cause des attentats du 11 septembre, ils ont coupé la scène.

Après la bande annonce, la lecture du compte rendu d'un critique professionnel importe d'avantage pour les principaux éléments du film qu'il rapporte que pour l'avis personnel du critique.

2- La critique spécialisée

La critique spécialisée apparaît moins comme un guide pour la décision, que comme un moyen d'éprouver son propre goût, en le mesurant à celui des critiques. C'est ce que tendent à montrer ces quelques réponses de spectateurs tirées des 18 % de personnes qui mentionnent, comme source d'information, la lecture d'une critique professionnelle.

[200] Le Teaser est une très courte bande annonce montrée alors que le film lui-même n'est pas encore achevé ce ci pour attirer l'attention du spectateur longtemps avant la sortie du film.

> Je me méfie des critiques, parfois ils aiment pas les films que nous on aime ! (Sylvette, 40 ans, *Marie-Jo et ses deux amours*).

> C'est dingue… les critiques de ciné c'est n'importe quoi. Pour *Le dernier Samourai*, toutes les critiques le descendent. C'est n'importe quoi ! (Stéphane, 35 ans, *Minority Report*).

> J'ai adoré ! La force du film ce sont ses acteurs et l'idée de coller à l'époque, ce que n'a pas du tout compris le critique des *Inrockuptibles*. (Samuel, 35 ans, *Starsky et Hutch*).

La presse spécialisée, peu citée, est ainsi également mise à distance dès lors qu'elle excède une simple fonction d'information. Elle est souvent lue après avoir vu un film, dans le but de comparer son point de vue avec celui d'un professionnel. L'avis d'un journaliste ou critique de cinéma semble ainsi moins important lors du choix d'un film que celui d'un proche ou d'un ami dont on connaît les goûts et dont on a éprouvé par le passé, la justesse de l'évaluation. L'avis d'un proche fait partie des sources locales dont disposent les spectateurs.

B- Les sources locales

Le spectateur tient compte avant de choisir un film des sources d'information que sont le journal local (1), le bouche à oreille (2), les affiches (3) et de manière plus surprenante, la caissière plus justement appelée d'ailleurs « agent d'accueil » (4).

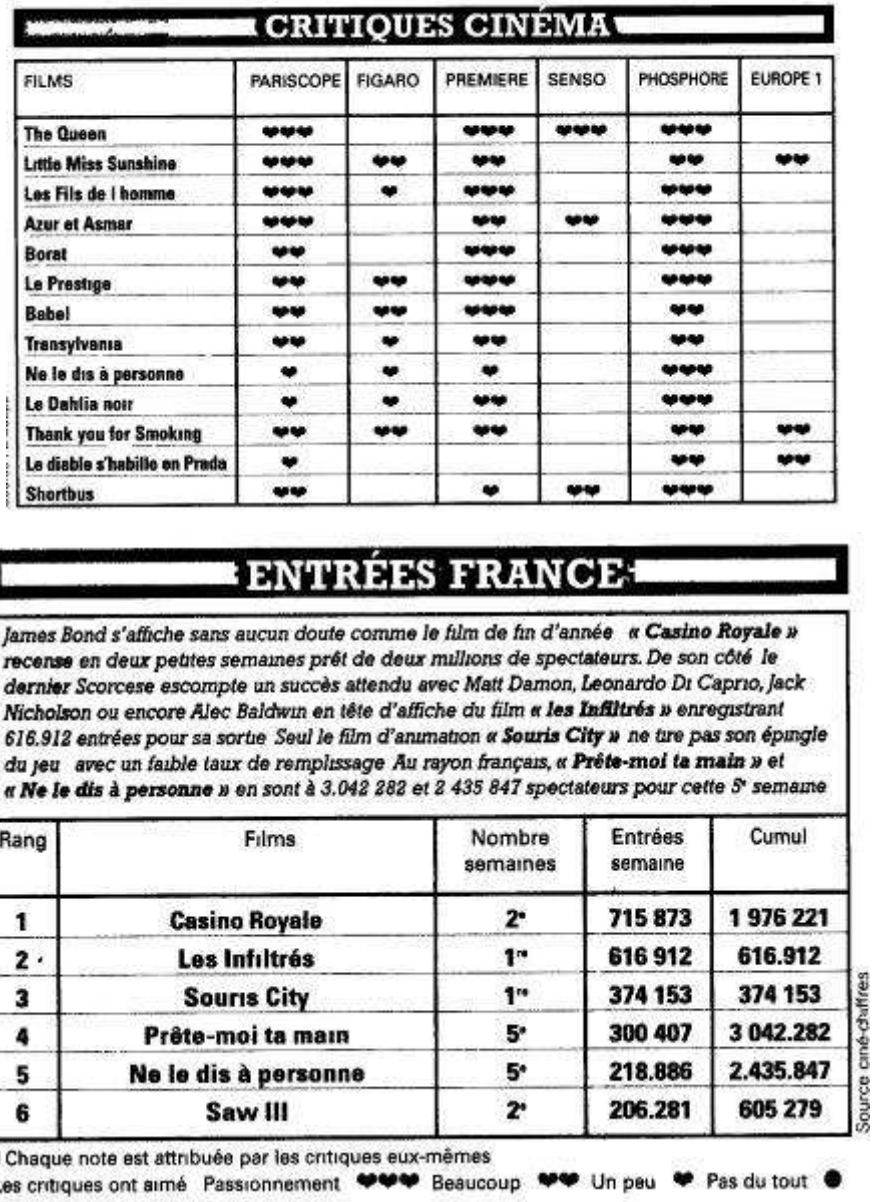
1- Le quotidien local

Le journal *Le Républicain Lorrain* a été cité par trois spectateurs soit moins de 5 %. Chaque mercredi, jour de sortie des nouveautés sur les écrans, une pleine page est consacrée aux films à l'affiche. Il constitue une source d'information privilégiée par les habitants qui viennent justement au cinéma le mercredi. C'est ce qui explique le fait que c'est justement le mercredi que j'ai rencontré 2 des 3 personnes qui ont cité le journal local.

> Je me rappelle plus où j'en ai entendu parler…Ah si, ce matin dans le Répu ! (Mario, 44 ans, venu voir *Sex Is Comedy).*

Il présente, en effet, aujourd'hui non seulement 1) le résumé de chaque film mais aussi depuis peu 2) le palmarès mensuel des critiques et 3) le Box Office.

L'annonce des films à l'affiche sur le Républicain Lorrain



CRITIQUES CINÉMA

FILMS	PARISCOPE	FIGARO	PREMIERE	SENSO	PHOSPHORE	EUROPE 1
The Queen	❤❤❤		❤❤❤	❤❤❤	❤❤❤	
Little Miss Sunshine	❤❤❤	❤❤	❤❤		❤❤	❤❤
Les Fils de l homme	❤❤❤	❤	❤❤❤		❤❤❤	
Azur et Asmar	❤❤❤		❤❤	❤❤	❤❤❤	
Borat	❤❤		❤❤❤		❤❤❤	
Le Prestige	❤❤	❤❤	❤❤❤		❤❤❤	
Babel	❤❤	❤❤	❤❤❤		❤❤	
Transylvania	❤❤	❤	❤❤		❤❤	
Ne le dis à personne	❤	❤	❤		❤❤❤	
Le Dahlia noir	❤	❤	❤❤		❤❤❤	
Thank you for Smoking	❤❤	❤❤	❤❤		❤❤	❤❤
Le diable s'habille en Prada	❤				❤❤	❤❤
Shortbus	❤❤		❤	❤❤	❤❤❤	

ENTRÉES FRANCE

James Bond s'affiche sans aucun doute comme le film de fin d'année ***« Casino Royale »*** *recense en deux petites semaines prêt de deux millions de spectateurs. De son côté le dernier Scorcese escompte un succès attendu avec Matt Damon, Leonardo Di Caprio, Jack Nicholson ou encore Alec Baldwin en tête d'affiche du film* ***« les Infiltrés »*** *enregistrant 616.912 entrées pour sa sortie Seul le film d'animation* ***« Souris City »*** *ne tire pas son épingle du jeu avec un faible taux de remplissage Au rayon français,* ***« Prête-moi ta main »*** *et* ***« Ne le dis à personne »*** *en sont à 3.042 282 et 2 435 847 spectateurs pour cette 5e semaine*

Rang	Films	Nombre semaines	Entrées semaine	Cumul
1	Casino Royale	2e	715 873	1 976 221
2	Les Infiltrés	1re	616 912	616.912
3	Souris City	1re	374 153	374 153
4	Prête-moi ta main	5e	300 407	3 042.282
5	Ne le dis à personne	5e	218.886	2.435.847
6	Saw III	2e	206.281	605 279

Source ciné-chiffres

Chaque note est attribuée par les critiques eux-mêmes
Les critiques ont aimé Passionnement ❤❤❤ Beaucoup ❤❤ Un peu ❤ Pas du tout ●

Cette évolution du quotidien local est caractéristique de l'évolution des attentes d'un public de plus en plus soucieux de disposer d'indicateurs de la qualité. Conscient de cette évolution, le multiplexe assure sa propre promotion des films qu'il met à l'affiche.

2- Le « Mag » et le site Internet du multiplexe

Deux magazines renseignent les spectateurs longoviciens sur les films bientôt à l'affiche au multiplexe : « Le Mag » et le « Mag mensuel ». Le premier, de format A4 est mensuel et tiré à 37 500 exemplaires, il offre les résumés des films à venir dans le mois. Le second est un petit flyer qui ne présente que les horaires des films de la semaine à venir et leurs résumés et qui

est donc hebdomadaire est tiré à plus de 7 000 exemplaires[201] disséminés dans la ville et ses environs. C'est grâce au « Mag » que Fati, 32 ans, a pris la décision de venir voir le film *Lady Killers*.

Quand avez-vous pris connaissance du film ?
J'ai lu dans un magazine y a une semaine qu'il était bien et là j'ai vu sur Le Mag !
J'ai vu les horaires sur Le Mag
Où prenez-vous Le Mag ?
A la station essence !

Couverture du « Mag » (flyer) de la semaine du 09 au 15 Juin 2004



[201] Il est diffusé par l'intermédiaire des supermarchés, de l'hôpital, bureaux de tabac, kiosques à journaux, restaurants, Fast-Foods, Bars, stations essence, bibliothèque, gare, piscine. La liste complète est disponible sur le Cd Rom joint à l'annexe.

Page intérieure du « Mag » (flyer)

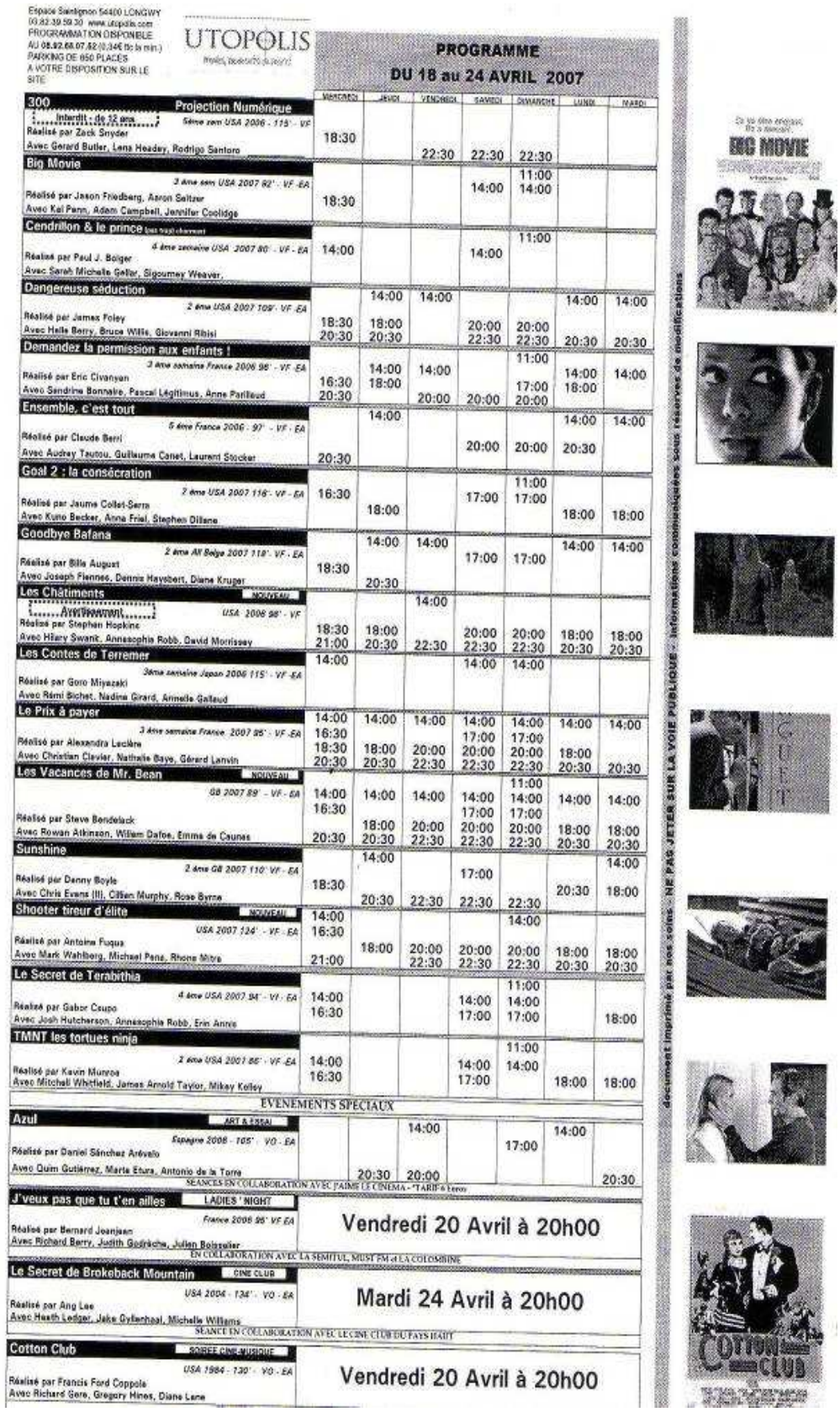


> A L'AFFICHE du 09-06-04 au 15-06-04

A L'AFFICHE			Sem.	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi
Espion mais pas trop	N	Comédie 104min.	1ère	14h - 16h30 21h	14h 18h30	14h 22h30	16h30 20h - 22h30	16h30 20h - 22h30	14h 21h	14h 18h30
Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban		Fantastique 140min.	2ème	14h - 16h45 18h30 - 20h30	14h - 18h 20h - 21h	14h - 19h30 20h - 22h30	illegible	illegible	14h - 18h 20h - 21h	14h - 18h 20h - 21h
Le jour d'après		Science-fiction 120min.	3ème	14h - 16h30 18h45 - 21h	14h 18h - 20h30	14h 20h - 22h30	14h - 16h30 20h - 22h30	14h - 16h30 20h - 22h30	14h 18h - 20h30	14h 18h - 20h30
Ladykillers	N	Comédie 104min.	1ère	14h - 16h30 18h30 - 20h30	14h 18h - 20h30	14h 19h30 - 22h	14h30 - 17h 19h30 - 22h	14h30 - 17h 19h30 - 22h	14h 18h - 20h30	14h 18h - 20h30
Madame Edouard		Comédie 95min.	2ème	18h30 - 20h30	14h - 18h	14h	16h30	-	14h - 18h	14h
Peopel : Jet Set 2		Comédie 87min.	4ème	14h - 16h30	18h	-	14h - 17h	14h	18h	18h
The Punisher	N	Action 124min.	1ère	18h30 - 21h	21h	19h30 - 22h30	14h - 22h30	14h - 22h30	18h30	21h
Streetdancers		Comédie 95min.	2ème	14h - 16h30	18h30	22h45	14h - 22h45	14h - 22h45	18h30	18h
Troie		Péplum 164min.	5ème	14h - 17h 20h30	14h 20h30	14h 22h30	19h30 22h30	17h 20h	14h 20h30	14h 20h30
La vie est un miracle	N	Comédie 150min.	1ère	-	14h - 20h30	14h	19h30	19h30	14h - 20h30	14h - 18h
Printemps, automne, été, hiver.... et printemps	Vo St Fr	Drame 103min.		-	-	20h	-	17h	-	20h30
Honey		Comédie 95min.		Vendredi 11 Juin 2004 20h						

Le Multiplexe propose par ailleurs des feuilles recto-verso sur un format A5 le programme de la semaine, avec au verso, un résumé des films projetés.

Recto Verso d'une feuille au format A5 présentant les programmes disponible dans le Hall



Espace Saintignon 54400 LONGWY
03.82.39.59.30 www.utopolis.com
PROGRAMMATION DISPONIBLE AU 08.92.68.07.82 (0.34€ la min.)
PARKING DE 650 PLACES A VOTRE DISPOSITION SUR LE SITE

UTOPOLIS

PROGRAMME DU 18 au 24 AVRIL 2007

	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI
300 — Projection Numérique Interdit : de 12 ans — 5ème sem USA 2006 - 115' - VF Réalisé par Zack Snyder Avec Gerard Butler, Lena Headey, Rodrigo Santoro	18:30		22:30	22:30	22:30		
Big Movie 3 ème sem USA 2007 82' - VF-EA Réalisé par Jason Friedberg, Aaron Seltzer Avec Kal Penn, Adam Campbell, Jennifer Coolidge	18:30			14:00	11:00 14:00		
Cendrillon & le prince (pas trop charmant) 4 ème semaine USA 2007 80' - VF - EA Réalisé par Paul J. Bolger Avec Sarah Michelle Gellar, Sigourney Weaver,	14:00			14:00	11:00		
Dangereuse séduction 2 ème USA 2007 109' - VF - EA Réalisé par James Foley Avec Halle Berry, Bruce Willis, Giovanni Ribisi	18:30 20:30	14:00 18:00 20:30	14:00	20:00 22:30	20:00 22:30	14:00 20:30	14:00 20:30
Demandez la permission aux enfants ! 3 ème semaine France 2006 98' - VF - EA Réalisé par Eric Civanyan Avec Sandrine Bonnaire, Pascal Légitimus, Anne Parillaud	16:30 20:30	14:00 18:00	14:00 20:00	20:00	11:00 17:00 20:00	14:00 18:00	14:00
Ensemble, c'est tout 5 ème France 2006 - 97' - VF - EA Réalisé par Claude Berri Avec Audrey Tautou, Guillaume Canet, Laurent Stocker	20:30	14:00		20:00	20:00	14:00 20:30	14:00
Goal 2 : la consécration 2 ème USA 2007 116' - VF - EA Réalisé par Jaume Collet-Serra Avec Kuno Becker, Anna Friel, Stephen Dillane	16:30	18:00		17:00	11:00 17:00	18:00	18:00
Goodbye Bafana 2 ème All Belge 2007 118' - VF - EA Réalisé par Bille August Avec Joseph Fiennes, Dennis Haysbert, Diane Kruger	18:30	14:00 20:30	14:00	17:00	17:00	14:00	14:00
Les Châtiments — NOUVEAU Avertissement — USA 2006 98' - VF Réalisé par Stephen Hopkins Avec Hilary Swank, Annasophia Robb, David Morrissey	18:30 21:00	18:00 20:30	14:00 22:30	20:00 22:30	20:00 22:30	18:00 20:30	18:00 20:30
Les Contes de Terremer 3ème semaine Japon 2006 115' - VF - EA Réalisé par Goro Miyazaki Avec Rémi Bichet, Nadine Girard, Armelle Gallaud	14:00			14:00	14:00		
Le Prix à payer 3 ème semaine France 2007 95' - VF - EA Réalisé par Alexandra Leclère Avec Christian Clavier, Nathalie Baye, Gérard Lanvin	14:00 16:30 18:30 20:30	14:00 18:00 20:30	14:00 20:00 22:30	14:00 17:00 20:00 22:30	14:00 17:00 20:00 22:30	14:00 18:00 20:30	14:00 20:30
Les Vacances de Mr. Bean — NOUVEAU GB 2007 89' - VF - EA Réalisé par Steve Bendelack Avec Rowan Atkinson, Willem Dafoe, Emma de Caunes	14:00 16:30 20:30	14:00 18:00 20:30	14:00 20:00 22:30	14:00 17:00 20:00 22:30	11:00 14:00 17:00 20:00 22:30	14:00 18:00 20:30	14:00 18:00 20:30
Sunshine 2 ème GB 2007 110' VF - EA Réalisé par Danny Boyle Avec Chris Evans (II), Cillian Murphy, Rose Byrne	18:30	14:00 20:30	22:30	17:00 22:30	22:30	20:30	14:00 18:00
Shooter tireur d'élite — NOUVEAU USA 2007 124' - VF - EA Réalisé par Antoine Fuqua Avec Mark Wahlberg, Michael Pena, Rhone Mitra	14:00 16:30 21:00	18:00	20:00 22:30	20:00 22:30	14:00 20:00 22:30	18:00 20:30	18:00 20:30
Le Secret de Terabithia 4 ème USA 2007 94' - VF - EA Réalisé par Gabor Csupo Avec Josh Hutcherson, Annasophia Robb, Erin Anns	14:00 16:30			14:00 17:00	11:00 14:00 17:00		18:00
TMNT les tortues ninja 2 ème USA 2007 86' - VF - EA Réalisé par Kevin Munroe Avec Mitchell Whitfield, James Arnold Taylor, Mikey Kelley	14:00 16:30			14:00 17:00	11:00 14:00	18:00	18:00

EVENEMENTS SPECIAUX

Azul — ART & ESSAI Espagne 2006 - 105' - VO - EA Réalisé par Daniel Sánchez Arévalo Avec Quim Gutiérrez, Maria Etura, Antonio de la Torre		20:30	14:00 20:00		17:00	14:00	20:30

SEANCES EN COLLABORATION AVEC J'AIME LE CINEMA - TARIF à 4 euros

J'veux pas que tu t'en ailles — LADIES' NIGHT
France 2006 95' VF EA
Réalisé par Bernard Jeanjean
Avec Richard Berry, Judith Godrèche, Julien Boisselier
Vendredi 20 Avril à 20h00
EN COLLABORATION AVEC LA SEMITUL, MUST FM et LA COLOSSEINE

Le Secret de Brokeback Mountain — CINE CLUB
USA 2004 - 134' - VO - EA
Réalisé par Ang Lee
Avec Heath Ledger, Jake Gyllenhaal, Michelle Williams
Mardi 24 Avril à 20h00
SEANCE EN COLLABORATION AVEC LE CINE CLUB DU PAYS HAUT

Cotton Club — SOIREE CINE-MUSIQUE
USA 1984 - 130' - VO - EA
Réalisé par Francis Ford Coppola
Avec Richard Gere, Gregory Hines, Diane Lane
Vendredi 20 Avril à 20h00

Document imprimé par nos soins - NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIQUE - Informations communiquées sous réserves de modifications

Titre (Genre)	En deux mots...
300 (Péplum)	L'évocation de la bataille des Thermopyles, qui vit le roi grec Léonidas et ses 300 spartiatesaffronter des milliers de soldats perses...
Big Movie (Comédie)	Quatre orphelins viennent visiter une étonnante usine de chocolat. En visitant la chocolaterie, tous les quatres tombent dans une armoire magique qui les emmène dans le monde enchanté de Gnamia...
Cendrillon et le prince (pas trop charmant) (Animation)	Sur les terres enchantées du royaume de Simsala, la princesse Ella doit résoudre un difficile dilemme amoureux : choisir celui qu'elle aime entre le prince charmant, ou le grand amour, qui n'est autre que Rick, plongeur dans les cuisines du palais.
Dangereuse séduction (Thriller)	Alors qu'une femme enquête sur le meurtre de son ami, elle est précipitée malgré elle dans l'univers des rencontres sur Internet.
Demandez la permission aux enfants (Comédie)	Les enfants ont pris le pouvoir ! Bien décidés à ne plus se laisser faire, leurs parents vont unir leurs forces pour rendre à ces petits diables en culottes courtes la monnaie de leur désobéissance...
Ensemble, c'est tout (Comédie Dramatique)	La rencontre de quatre destins croisés qui vont finir par s'apprivoiser, se connaître, s'aimer, vivre sous le même toit.
Goal 2 : La consécration (Comédie Dramatique)	Le second volet des aventures de Santiago, ce jeune Latino qui rêve de devenir une star du football international et qui va être transféré au Real de Madrid.
Goodbye Bafana (Drame)	La vie de James Gregory, un Sud-Africain blanc, gardien de prison en charge de Nelson Mandela, de l'incarcération de ce dernier dans les années 60 à sa libération en 1990.
Les Châtiments (Epouvante Horreur)	Une jeune femme, spécialiste des événements paranormaux, se rend dans une petite ville texane pour enquêter sur des phénomènes étranges ayant un rapport avec les Dix Plaies de la Bible, une forme de bouleversement par Dieu des lois de la nature.
Les contes de terremer (Animation)	Les aventures du jeune Arren, prince du royaume d'Enlad, qui va s'allier aux forces du grand magicien Epervier, pour rétablir l'équilibre du monde rompu par une sorcière maléfique.
Le Prix à Payer (Comedie)	Jean-Pierre Ménard, las de voir sa femme lui refuser le "devoir conjugal", décide de lui couper les vivres en instaurant une nouvelle règle entre eux : "Pas de cul, pas de fric !"
Les vacances de Mr Bean (Comédie)	Les nouvelles aventures de Mr Bean ! Mr Bean a décidé de passer ses vacances dans le Sud de la France, à Cannes ... pendant le Festival !
Sunshine (Science Fiction)	Une équipe d'astronautes est envoyée dans l'espace avec pour mission de savoir ce qu'il est advenu de leurs prédécesseurs partis en expédition pour "rallumer" le soleil en passe de s'éteindre.
Shooter tireur d'élite (Action)	Doublé sur un contrat, un tueur à gages est pourtant accusé du meurtre. Il va devoir échapper au FBI et retrouver le tueur...
Le secret de Terabithia (Fantastique)	Jess, un garçon issu d'une famille modeste et nombreuse, et Leslie, fille unique d'un couple d'écrivains s'inventent un monde imaginaire, Térabithia, pour fuir la réalité de leur vie quotidienne...
Les Tortues Ninja (Animation)	Alors que les Tortues vivent tranquillement au fond de leurs égouts, l'industriel Max Winters réveille une armée de monstres...
Azul (drame)	Jorge, malgré un master de gestion, a dû reprendre le travail de concierge de son père handicapé et s'occuper de lui à plein temps. Son frère aîné, Antonio, est en prison. Tout bascule pour Jorge quand Antonio, sorti de prison, lui demande un étrange service : mettre enceinte, à sa place, Paula, sa petite amie restée en prison...
J' veux pas que tu t'en ailles (comédie)	Paul est un brillant psychanalyste. Marié à Carla, il ne semble pas voir que son couple bat de l'aile. Raphaël, l'un de ses patients, lui confie qu'il est tombé amoureux d'une femme mariée. Au cours de la séance, Paul s'aperçoit qu'il s'agit en fait de sa femme.
Le secret de Brokeback Mountain (américain)	Wyoming 1963, isolés au sein d'une nature sauvage, deux gardiens de troupeaux voient leur complicité évoluer vers une attirance inattendue...
Cotton club (Musical)	1919. La prohibition a engendré une vague de violence qui déferle sur l'Amérique. A New York, au célèbre cabaret "Cotton Club", la pègre, les politiciens et les stars du moment goûtent les plaisirs interdits. Un danseur noir et un trompettiste blanc sont emportés dans une tourmente où l'amour et l'ambition se jouent au rythme des claquettes, du jazz... et des mitraillettes.

L'information se fait également par internet. Le site du multiplexe, http://www.utopolis.fr/, propose ainsi sur sa page d'accueil la liste des films à l'affiche avec le résumé en dessous. Il renseigne alors sur la possibilité ou non pour les enfants de voir tel ou tel film. Il faut que le visiteur clique sur l'onglet « Movies, Moments and more » puis sur « films à l'affiche » pour en savoir davantage sur chaque film, notamment, les acteurs, réalisateurs et la durée du film. Si le spectateur clique sur l'onglet « programmes », il découvre alors le même programme (avec les horaires cette fois-ci) que celui diffusé dans le multiplexe sur feuille A5. S'il clique sur l'onglet forum, il peut alors prendre connaissance des avis des spectateurs internautes sur le film[202]. Mais les sources locales ne sont pas seulement écrites si on considère le bouche à oreille.

3- Le bouche à oreille

Le bouche à oreille, qui n'a été que faiblement cité (5% des interrogés), fonctionne selon diverses modalités et à différents niveaux chez les personnes interrogées. On peut ainsi prendre connaisance de la qualité d'un film au travail, à l'école, à l'occasion d'échanges informels (3.1) mais également par l'intermédiaire d'un proche qui, parce qu'il nous connaît personnellement, va personnaliser son conseil (3.2).

3.1- Le bouche à oreille du boulot ou de l'école

> Tout le monde en parle…en ce moment, je veux pas avoir l'air bête demain au boulot. (Graziella, 50 ans, *Les choristes*).

> **Vous ne connaissez rien du film ?**
> Non c'est le gosse qui était au courant. C'est comme le dessin animé non ? (Jean-Charles, 40 ans, *Scoobidoo.* Un film pour enfants qu'il vient découvrir avec son fils).

Ces deux modalités du bouche à oreille signalent le rôle des conversations comme moyen d'information dont l'étude réalisée par Katz et Lazarsfeld en 1946 démontre l'importance en

[202] Cf. Partie 2, chapitre 2.

matière d'affaires publiques, de marketing, de mode et de cinéma. Le cas suivant cependant, nous confronte à une forme plus élaborée du bouche à oreille, le conseil personnalisé.

3.2- Le conseil personnalisé

Cette modalité du bouche à oreille se distingue significativement des deux autres car elle témoigne d'une domestication supérieure du marché cinématographique. Elle permet en effet, d'identifier ce qui me convient personnellement plutôt que ce qui est porté par la rumeur. La prudence, en effet, est de mise face à la rumeur car le plaisir de participer au bouche à oreille conduit bien souvent à exagérer les qualités d'un film. Il n'en va pas de même du conseil personnalisé :

> Ma sœur quand elle me dit : « c'est un bon film pour toi va le voir … », elle sait ce que j'aime ! Je peux lui faire confiance ! (Samira, 23 ans, *Le jour d'après*).

Mark Granovetter rappelle que les informations provenant d'un individu de confiance, dont on a pu éprouver l'efficacité des conseils par le passé, sont meilleures que celles provenant de quelqu'un de qualifié. (1) Elles sont bon marché ; (2) on a confiance en ces renseignements – c'est plus riche, plus détaillé et leur exactitude a déjà été testée par le passé ; (3) les individus, avec qui on a une relation continue, ont une motivation économique pour être fidèles et n'ont pas intérêt à décourager de futures transactions et (4) on est moins attaché à la réputation d'un individu qu'à la possibilité d'interagir honnêtement avec lui[203]. Le conseil personnalisé représente, de ce point de vue, une forme de bouche à oreille fondée sur une expérience partagée du cinéma (être proche ne suffit pas), c'est-à-dire, efficace et digne de confiance :

> Je me méfie de ce que me raconte mon frère, ça fait 10 ans qu'il me conseille de regarder *Blade Runner*. A chaque fois que je vais chez lui, il me dit « prends-le

[203] "Better than the statement that someone is know to be reliable is information from a trusted informant that has dealt with that individual and found him so. Even better is information from one's own past dealings with that person. This is better information for four reasons : (1) it is cheap ; (2) onetrusts one's own information best – it is richer, more detailed, and known to be accurate ; (3) individuals with whom one has continuing relation have an economic motivation to be trustworthy, so as not discourage future transactions ; and (4) departing from pure economic motives, continuing economic relations often become overlaid with social content that carries strong expectations of trust and abstention from opportunism. (…) They are less interested in general reputations than in whether a particular other may be expected to deal honestly with them – mainly a function of whether they or their own contacts have had satisfactory past dealings with the other." GRANOVETTER, M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. The American Journal of Sociology, 91(3), pp. 490-491.

> DVD il est formidable, c'est du grand cinéma ! ». Récemment j'ai su par sa femme qu'en fait, il l'avait jamais vu mais il me jure encore que le film est formidable et que je devrais le voir (rires) (Clarisse, 30 ans, *Les choristes*).
>
> Moi je préfère pas trop en entendre parler avant d'aller le voir parce que franchement quand on me dit que le film est super, je suis souvent déçu parce que je me fais le film dans ma tête et oui…quand je le vois finalement je m'attendais à mieux, y en a qui exagèrent quand ils savent qu'on a pas vu le film, ils en rajoutent alors forcément on est déçu. (Fatima, 20 ans, *Frère des Ours*).

Si les spectateurs interrogés ont relativement peu cité le bouche à oreille comme source d'information, c'est parce ce que, semble-t-il, son effet se fait d'avantage sentir sur les locations de DVD, voir même sur les achats de DVD. C'est ce que m'explique le directeur d'Utopolis, Bruno Trombini.

> Quand on a un film qui marche moyen on peut pas attendre que le bouche à oreille fasse son effet parce qu'il y en a 7 autres qui arrivent, la durée de la présence des films à l'affiche étant de plus en plus réduite, l'effet du bouche à oreille tend à se réduire, c'est certain ! Maintenant ça joue sur la location ou la vente !

Le bouche à oreille dont tient compte le spectateur dépasse souvent le cadre longovicien et ne se limite pas au conseil verbal. Il passe aussi par internet. Martine, 45 ans, venue voir *Frère des ours* regarde les critiques d'autres spectateurs sur le site internet Allo Ciné : « Je regarde les étoiles (attribuées aux films par les spectateurs internautes), si y en 3 ou 4 sur 4, bon c'est bon, si ça a plu à la majorité, je me dis que c'est pas mauvais ! ». La critique et la note attribuée sous formes d'étoiles par les spectateurs sur ce genre de site objectivent, pour Martine, l'évaluation des spectateurs français. Romain, 29 ans, venu voir *Double Zéro*, procède de manière identique : « Je lis les critiques des autres sur un forum de discussion sur internet, mais je ne suis pas très cinéma, j'aime lire les avis de tout le monde » (il s'agit d'un forum Internet réunissant des amateurs internautes de Rock métal mais qui réserve une partie de la dicussion au cinéma).

4- Les informations données à l'accueil

Dans le cas de la sortie cinéma, beaucoup d'informations sont situationelles, c'est-à-dire liées au cadre de la sortie. Elles proviennent le plus souvent des affiches dans le Hall du multiplexe (4.1) et de la caissière (4.2).

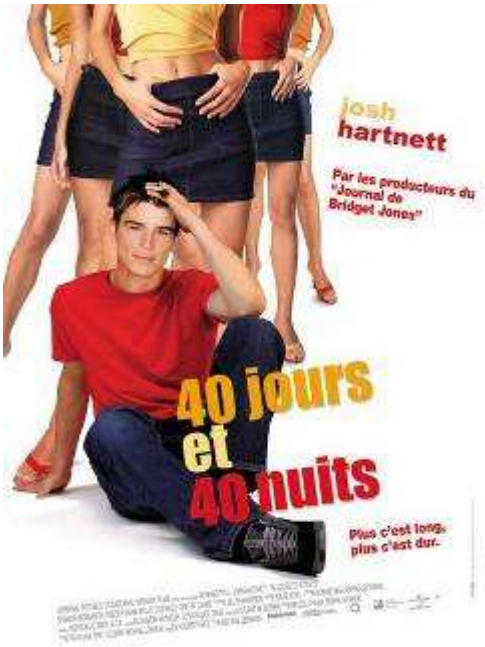
4.1- Les affiches

Les affiches pour près de 6% des spectateurs interrogés, les aident à se décider, faute de mieux, et à faire un choix en dernière minute comme dans le cas de ces deux jeunes femmes de 18 ans environ que j'ai interrogées juste devant le panneau d'affichage.

> L'une : On est venu pour voir *Captain Sky et le monde de demain* mais ils le jouent pas ! Bon on va aller en voir un autre ! Quelle heure il est ? Ou alors on se loue un DVD ? (se tournant vers son amie).
> L'autre : Non attends on est là, maintenant on n'a qu'à aller en voir un autre ! *Hitch* ?! (pointant du doigt l'affiche du film).
> L'une : Ouais ça a l'air marrant, ben allez va ok !

Selon les agents d'accueil, c'est surtout le Week-end que les spectateurs occasionnels bien souvent, s'arrêtent devant les affiches en bas desquelles on peut lire le résumé du film. C'est ainsi que l'affiche du film *40 Jours, 40 nuits*, affiché juste devant le bar du multiplexe a incité Sébastien, 20 ans, à le choisir parmi d'autres.

> **Où as-tu entendu parler du film ?**
> A la télé, à la radio…mais c'est maintenant quand j'ai vu l'affiche. J'étais au bar avec un pote et j'ai vu l'affiche. Après on a lu l'histoire et me voilà !



> Matt Sullivan sort d'une rupture douloureuse mais jouit d'une solide réputation de tombeur. Concepteur de sites Internet, il fréquente les milieux branchés de San Francisco, côtoie les plus belles femmes et multiplie les conquêtes. Mais celui-ci se lance un défi : pendant quarante jours et quarante nuits, ce séducteur impénitent s'abstiendra de toute relation sexuelle, fuira toute tentation charnelle, refusera

> baisers, *flirts* et caresses. S'il y parvient, ce sera la première fois qu'il respectera un engagement jusqu'au bout. Matt a enfin l'impression de contrôler ses envies et son destin. Jusqu'au jour où il fait la rencontre d'Erica.

Ce n'est donc pas un hasard si des grands panneaux d'affichage (posters, photos, résumés des films) sont situés juste en face du bar d'où on peut facilement les voir. Il en est de même pour le restaurant *Le Paradisio* situé au début du grand Hall qui mène aux caisses et à l'accueil, et dont les murs sont tapissés d'affiches de films déjà en projection ou à venir.

4.2- La caissière

Le rôle dévolu à la caissière par le spectateur fait d'elle une conseillère en dernière minute[204] ou une caution de la justesse du choix comme le montre cet échange relevé avec un spectateur.

> Un spectateur d'une trentaine d'année demande à la caissière : Sinon…il est bien le film ?
> La caissière : Il parait qu'il est bien, oui !

13 spectateurs sur les 70 interrogés (soit 20 % environ) hésitaient encore sur le choix du film en entrant dans le multiplexe et 10 n'en avaient qu'une vague idée. Le choix sur place et sur pièce, c'est-à-dire face au programme proposé par le cinéma est une pratique courante chez les spectateurs interrogés mais aussi en règle générale. L'étude du CNC (2000) sur les spectateurs de multiplexe relève que 30 % d'entre eux choisissent leur film sur place. Mon enquête ne fait pas état d'un niveau aussi élevé puisque sur les 70 interrogés, je n'ai relevé que 8 personnes dans ce cas. A Longwy, la caissière qui est rapidement devenue mon informatrice principale, joue un rôle important. Elle est très souvent sollicitée par le spectateur pour l'aider à prendre une décision. Elle permet, de ce fait, d'ajuster le choix du film aux caractéristiques du spectateur (accompagné des enfants par exemple) et à son souci d'en « avoir pour son argent ». C'est ce que permet de vérifier cet extrait d'entretien avec Fatima, caissière d'Utopolis.

> Parfois, y en a qui poirotent devant moi parce qu'ils ne savent pas ce qu'ils vont voir…bon ceux-là ils énervent tout le monde. C'est souvent qu'ils me demandent mon avis, bon au début, ça me faisait bizarre parce que moi, je suis que à la caisse, mais bon, après je m'y suis fait, je leur dis ce que je pense si j'ai vu le film. Y a des fois, je suis surprise parce qu'ils me demandent ce que les gens en pensent en

[204] ETHIS, E. 2005, *op. cit.*

> général. Moi, je leur dis les échos que j'ai ! Je leur dis la vérité, je ne suis pas comme ça ! Si le film est nul ou pas terrible, je leur dis et je leur conseille d'autres. Ils me demandent des fois si le film est violent, si il y a des scènes de sexe etc., je me renseigne et je leur dis. Ils me demandent aussi tout simplement au téléphone si le film est bien, bon je leur dis c'est pareil, c'est marrant !

Cet effort d'ajustement ne répond pas qu'à des critères éthiques mais aussi à des critères techniques comme la qualité de vision du film qui dépend du confort tout simplement. Dès lors, le nombre de places libres restantes est parfois capital dans le choix d'un film comme le rappelle Fatima.

> Ils veulent savoir surtout s'ils seront bien placés. Pour *Le Seigneur des Anneaux*, on a du rembourser des places, ils se plaignaient qu'ils étaient mal assis ou pas assis ensemble dans la salle.

Dans ce cas, il s'agit de consommateurs expérimentés qui ont éprouvé sur eux-mêmes la meilleure manière d'utiliser le dispositif qui leur est proposé pour qu'il leur procure du plaisir[205]. Pour prendre toute la mesure de la qualité d'un film, Frank, 22 ans, venu voir *Minority Report* (un film de science fiction réalisé par Steven Spielberg avec Tom Cruise) avec son amie, me donne sa méthode :

> J'aime venir en avance pour bien me placer ! J'aime m'asseoir au milieu du rang à mi-hauteur, c'est là que l'écran est à la bonne taille, ni trop grand, ni trop petit. A chaque fois avec ma copine on se prend la tête, elle me comprend pas…Je fais toujours un peu la gueule quand je suis pas bien placé. C'est pour se retrouver tout en bas ou tout en haut, c'est pas la peine en haut, y a la ventilation, en bas, on regarde toujours en l'air et on suit les personnages comme si on regardait un match de tennis tellement l'écran parait grand et à la fin ça te donne un torticoli !

4.3- Les écrans et les panneaux indicateurs

Le multiplexe est doté d'écrans d'ordinateurs grâce auxquels les spectateurs, lorsqu'ils font la queue à la caisse, peuvent observer le taux de remplissage des salles. Lorsque, entre deux films, le spectateur hésite, il n'est pas rare que son regard se porte sur ce chiffre des places restantes ou sur la durée du film. Ce dernier critère est important dès lors que le spectacle représente du point de vue du spectateur, une technique du corps[206]. C'est ce que nous confirme la même caissière.

---

[205] Pour Christian Metz, « le voyeur a bien soin de maintenir une béance, un espace vide entre l'objet et l'oeil, l'objet et le corps propre : son regard cloue l'objet à bonne distance, comme chez ces spectateurs de cinéma qui prennent garde à n'être ni trop près, ni trop loin de l'écran ». METZ, C. 1977, *op. cit.*, p. 85.

[206] LEVERATTO, J.-M. 2005. *op. cit.*, p. 56.

> Des fois, ils veulent savoir combien de temps dure le film, ils veulent juste que ça dure pas trop longtemps, soit ils sont fatigués, soit ils ont des trucs à faire après. Un jour carrément y en a un qui m'a dit : « Bon je suis fatigué, donnez moi un film qui dure pas longtemps ». On a rigolé !

La prise en compte de son état de fatigue, du confort de la salle sont tout autant d'éléments importants lors du choix d'un film. Mais les instruments de mesure de la qualité du film à venir le sont tout autant.

II- L'expertise du niveau de qualité

L'anticipation de la qualité du film est, pour le spectateur expérimenté, inséparable d'une expertise du niveau de qualité du film proposé. Cette expertise repose sur une série d'objets dont il a appris à reconnaître le rôle lors d'expériences cinématographiques antérieures. Ils constituent des instruments de mesure de la qualité. L'ordre de présentation respectera leur fréquence de citation : soit « le genre » (A), « l'histoire » (B), « les acteurs » et « réalisateurs » (C) ou encore le « contexte » (D).

A- Le genre

Le genre, comme le relève Emmanuel Ethis, participe du « contrat cinématographique »[207] qui permet le dialogue entre cinéaste et spectateur. C'est en ce sens que Francesco Casetti définit le genre comme un « ensemble de règles partagées qui permettent à l'un – celui qui fait le film – d'utiliser les formules de communication établies et à l'autre – celui qui le regarde – d'organiser son propre système d'attentes »[208]. Il désigne également un savoir partagé qui permet au spectateur de s'orienter dans une offre. Chaque genre constitue déjà un gage d'une certaine qualité, promet un type de plaisir particulier et possède un cahier des charges propre. Il s'agit donc d'une catégorie floue, mais qui permet d'agir. Le concept d'air de famille chez Ludwig Wittgenstein permet selon Jean-Marc Leveratto de préciser la notion de genre cinématographique, parce qu'il sert à penser l'utilisation « de nombreux mots sans

[207] ETHIS, E. 2005, *op. cit.*, p. 73.

[208] CASETTI, F. 1999, *op cit.*, p. 298.

signification fixe ». Il désigne une réalité « qui ne se laisse pas définir caractère par caractère, mais s'explique par des cas qui se recouvrent de façons diverses. Ce qui fait un genre, c'est un réseau compliqué de ressemblances variées comparables à celles qu'on observe entre les différents membres d'une famille[209]. Ainsi, en pratique, un film n'est donc pas choisi sans considération pour le genre qui promet au spectateur un plaisir particulier, comme le montrent ces quelques déclarations.

> C'est le genre de film qui nous intéresse, il traite des faits de société. (Alain, 38 ans, *Marie Jo et ses deux amours*).
>
> C'est un film d'action, c'est le genre de film que j'aime. (David, 19 ans, *Bad Company*)
>
> J'aime bien les films de science fiction ! C'est le type de film qui m'attire ! (Jean-Yves, 39 ans, *Spider Man*)
>
> Film d'action avec des super héros. Je me rappelle du dessin animé avec la musique « L'araignée, l'araignée » (il chante). (Ben, 20 ans, *Spider Man*)

Le genre n'est cependant pas uniquement une promesse de plaisir car il peut également jouer le rôle de « repoussoir » pour ceux qui ne l'apprécient pas[210]. Il permet alors aux spectateurs de circonscrire ce qu'ils n'aiment pas et ainsi de minimiser le risque de déception.

> J'aime que les films ne soient pas trop éloignés de la réalité vécue quand même. Le fantastique, tout ça, je ne suis pas très sensible s'il n'apporte rien. (Henri, 55 ans, *Sex is Comedy*)

B- L'histoire du film

L'histoire est, avec le genre, un moyen efficace de mesurer l'intérêt probable du film. Alain, 38 ans, venu voir *Marie-Jo et ses deux amours*, déjà interrogé, voit dans l'histoire d'amour que le film met en scène une stimulation à aller le voir : « C'est l'histoire d'une femme partagée entre deux amants ». Coralie, 21 ans vient voir *Invincible*, un film d'action, car « le film parle de la boxe et j'adore la boxe, j'en fais ! ». Hélène est venue voir *Spider Man* parce qu'elle espère : « qu'ils vont rester proches du scénario. Un jeune type isolé troublé par ses superpouvoirs. Ce qui m'intéresse c'est la psychologie de *Spider Man*. C'est moins le film

[209] LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*, p. 60.

[210] Cf. ETHIS, E. 2005, *op. cit*.

d'action ! [211]». Le scénario permet donc bien d'anticiper le plaisir que le film est susceptible de procurer même si, parfois, il se confond avec le genre comme le montre cette déclaration d'un spectateur : « J'ai vu les extraits, ça a l'air d'être une belle histoire sur la loyauté et les valeurs : un film de samouraï quoi » (Isabelle, 29 ans, Le dernier Samouraï).

C- Les noms d'acteurs et de réalisateurs

Le nom du réalisateur et des acteurs constituent également des gages de qualité, l'équivalent d'un label de qualité. Leurs visages ou leurs noms réactivent le souvenir des films dont le spectateur a, par le passé, expérimenté la qualité comme le montrent ces quelques déclarations recueillies.

> C'est quand même Spielberg ! Quand j'ai su que Spielberg faisait un film avec Tom Cruise, je me suis dit ça peut pas être mauvais. Je fais gaffe aux histoires. J'aime bien les bons scénarios aussi…quand même. (Franck, 22 ans, *Minority Report*).
>
> Dès le début, je suis sur le coup…j'attends ce film depuis longtemps et rien ne m'empêchera de le voir ! (Christian, 25 ans, *Spider Man*).
>
> Tom Cruise, il ne fait pas de mauvais films. (Stéphane, 35 ans, *Samouraï*)
>
> C'est pour Jet Li en fait, c'est du cinéma d'action, c'est le meilleur dans le genre. J'ai déjà vu quelques-uns de ses films. (Daniel, 30 ans, *Dany The Dog*).
>
> C'est la réputation du réalisateur, on aime ses films, j'aime bien l'actrice principale, le sujet du film aussi. (Sylvette, 40 ans, *Marie-Jo et ses deux amours*).

Le film *Les Choristes* est, à cet égard, exemplaire : pas moins de quatre spectateurs sur les cinq venus voir ce film que j'ai interrogés, déclarent l'avoir choisi, entre autres raisons, parce que l'acteur Gérard Jugnot y joue le rôle principal. Par exemple, Clarisse, 30 ans, estime l'acteur « fort dans les comédies dramatiques. Il joue juste. Il fait rire et pleurer à la fois ».

[211] Hélène connais la dimension importante réservée à la psychologie du personnage dans la BD d'origine, grâce à son frère qui a accumulé « une quantité incroyable de bd à la maison ». Elle espère retrouver cette dimension importante de l'œuvre dans son adaptation au cinéma.

D- Le contexte de consommation

Le spectateur justifie enfin le choix d'un film par le contexte dans lequel il est vu. Le groupe de sortie ou « communauté de loisir »[212] constitue, par exemple, un cadre spécifique qui détermine l'évaluation de ce qui peut être regardé comme le montre cette déclaration :

> C'est pour les enfants ! C'est une sortie en famille ! (Véronique, 29 ans, venue voir *Scoobidoo*, un samedi soir, avec ses enfants).

Le « spectateur avec »[213], qu'il vienne en famille, entre amis ou en couple relativise ainsi son jugement et le neutralise même parfois. Guillaume, lycéen, à qui je demande quel film il va voir, se retourne vers sa copine et lui demande « C'est quel film déjà ? ». Le film qu'un spectateur choisit de voir à un moment donné, ne correspond donc pas nécessairement à ses préférences, à ses goûts personnels. La relation sociale qu'un film permet à chacun d'entre nous de construire est sans aucun doute un critère de la qualité du film. Martine, 40 ans, au chômage, déjà interrogée, venue voir *Frère des ours* avec ses enfants espère surtout que le film leur plaira : « C'est pour passer un moment en famille, c'est un dessin animé pour les enfants, j'espère que les enfants vont passer un bon moment ! ». Robert C. Allen rappelle justement que le « Family Film », apparu seulement vers la fin des années 80 avec le film *Maman, j'ai raté l'avion,* valorise commercialement cette dimension de la sortie familiale. L'auteur précise que, clairement, le film de famille n'est pas un « genre » au sens classique puisqu'il inclut aussi bien des films d'aventures, des comédies et des films d'animation[214].

Si la sortie collective impose au spectateur de composer avec ses obligations éthiques et esthétiques, la sortie individuelle possède également des contraintes. L'humeur du moment, par exemple, peut jouer un rôle prépondérant dans le choix du film comme le montre cette déclaration d'un spectateur.

---

[212] ELIAS, N. 1994. *Sport et civilisation*. Paris : Fayard.

[213] Pour Erving Goffman, « Les individus qui parcourent les rues et les magasins et assistent à des manifestations sociales sont ou bien non accompagnés, ou bien en compagnie d'autres personnes ; autrement dit, ils se montrent en public soit « seuls » soit « avec ». Nous avons là des unités interactionnelleset non pas socio-structurales. Elles entrent toutes entières dans l'organisation des rapports en présence. (…).Un individu « seul » est un groupe une personne qui est venue toute seule « sans personne », même s'il peut y avoir plusieurs personnes près de lui auxquels il a l'occasion de parler ». Un individu « avec » est un groupe de plus d'un dont les membres sont perçus comme étant « ensemble » (Goffman, E. 1973, *op. cit.,* p. 33).

[214] ALLEN, R. C, 1999. Home alone together. Hollywood and the `family film. Identifying Hollywood´s Audiences. In STOKES, M. et MALTBY, R. Sous la dir. *Hollywood's Audiences, Cultural Identity and the Movies*. London : bfi, 1999, pp.109-131.

> J'avais envie de ne pas me prendre la tête après une semaine de boulot ! (Vincent, 25 ans, infirmier, *Invincible*, film d'action).

Vincent dispose d'une liberté d'agir en fonction de la situation dans laquelle il voit le film. Selon la formule proposée par Bernard Lahire, la dissonance[215] est donc une caractéristique normale de la consommation cinématographique pour quiconque multiplie les occasions de voir un film dans des conditions différentes. Par exemple, Jacques, 42 ans, m'explique : « Moi, je sais bien que c'est que du cinéma Pop Corn, mais c'est pour passer une bonne soirée ». Le spectateur évalue ainsi au cas par cas « l'acceptabilité du spectacle auquel il prête son corps et il interroge dans cette évaluation, la justesse de sa participation à ce spectacle »[216]. Ces constatations confirment la nécessité de prendre au sérieux la sensibilité personnelle du spectateur en situation et le rapport qui s'établit lors de la vision d'un film entre son corps, le film et le corps d'autrui proche ou étranger.

Section II- La mesure de l'événement cinématographique

Interroger le spectateur à la sortie du multiplexe, permet de préciser la manière dont le spectateur va, à postériori, évaluer la qualité de l'expérience qu'il vient de vivre, de l'événement auquel il vient de contribuer. Cette évaluation rend bien compte du fondement corporel qui la soutient (I) et de son caractère individualisé : les films sont jugés au cas par cas, même s'ils sont mis en relation les uns avec les autres (II).

---

[215] LAHIRE, B. 2004. *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris : La Découverte.

[216] LEVERATTO, J.-M. 2003, *op. cit.*, p. 37.

I- Le corps comme instrument de mesure[217]

- «Est-ce que ça te donne une émotion?
Bon, c'est un bon film » Fédérico Fellini[218]

Le spectateur établit souvent le jugement immédiat qu'il porte sur la qualité du film qu'il vient de voir sur les sensations physiques qu'il a ressenti ou, à l'inverse, sa frustration de ne pas avoir été touché. Ainsi Jacques, 42 ans, employé de banque, estime que *Men In Black II* est « encore plus marrant que le premier » alors que Jean-Marc, 41 ans, journaliste, estime pour sa part (il a également vu le premier), que le film est « nul ! » et déclare n'avoir pas « ri une seule minute ! ». C'est dire si le discours immédiat du spectateur, encore sous le coup de l'émotion, valorise l'efficacité du film sur les sens : ouïe, toucher, goût et odorat.

> C'est frais ! Ca respire la bonne humeur ! [David, 32 ans, *Allumeuses*]
>
> Je suis resté scotché sur mon siège. [Hassen, 37 ans, *Le Jour d'après*]
>
> J'ai pas accroché [Umberto, 37 ans, *Les Choristes*]
>
> C'est un film qui secoue. [Christian, 25 ans, *Spider Man*]
>
> C'est un beau roman, c'est une belle histoire…Il faut peut-être le temps de le digérer mais on est déçu par rapport au précédent film du réalisateur ! On l'a trouvé un peu long et un peu tristounet. C'est pas un cinéma qui explose, ça on savait mais en même temps, il est un peu long quand même ! Bon faut dire, j'étais déjà fatigué avant de venir alors… (Alain, 38 ans, *Marie-Jo et ses deux amours*).

Pour certains films et conformément au contrat commercial qui est passé avec le spectateur, cette efficacité physique est un critère privilégié. Mais cette efficacité physique ne vaut que si elle emporte l'adhésion personnelle d'un spectateur qui s'appuie sur l'auto-observation pour relativiser son jugement. C'est ce qui lui interdit de singulariser un film en lui reconnaissant par exemple, une valeur exceptionnelle. Christian, venu voir *Spider Man* pour « en prendre plein les yeux » et Samira, venue voir *Le Jour d'après* en témoignent :

> C'est assez fidèle à l'histoire de base du Comic, les scènes d'action, les effets spéciaux, c'est crédible, ça fonctionne bien. Je suis pas complètement satisfait,

---

[217] LEVERATTO, J.-M. 2000. *La mesure de l'Art. Sociologie de la qualité artistique*. Paris : La Dispute, p. 114.

[218] Cité par A. TASSONE (La Reppublica) lors du colloque de la critique qui s'est tenu à la cinémathèque de Nice le 22 et 23 mars 2002.

> on verra *Spider Man* 2…Je sais pas ce que les autres en ont pensé. Moi, c'est mitigé comme je vous dis. Je sais pas pourquoi ! (Christian, 25 ans, déjà interrogé, *Spider Man*)
>
> C'est très bien fait mais j'ai pas accroché…je sais pas. (Samira, 19 ans, *Le jour d'après*)

Il consulte également sa mémoire corporelle comme Jean-Marc, déjà interrogé qui déclare : « le scénario était bidon les scènes étaient téléphonées, non vraiment c'est de la mauvaise série B », et qui semble ainsi vouloir dire : « moi on ne me la fait pas ! ». Jean-Marc était pourtant confiant, il avait vu le précédent *Men In Black* avant de voir le second en connaissance de cause et pourtant, il en est sorti grandement déçu. Jean-Marc Leveratto désigne cette conduite par le fait que le spectateur utilise son corps comme instrument de mesure de la qualité artistique à la manière d'un banc d'essai. Il s'observe lui-même rétrospectivement et adopte une certaine distance par rapport à lui-même. Il utilise son corps propre comme un indicateur « par sa réaction à la situation et les émotions qu'il éprouve au contact des objets »[219] de la qualité de l'expérience qu'il vient de vivre. L'exemple de Jean-Marc, déjà rencontré, qui surenchérit en qualifiant *Men In Black II* de « film débile » malgré le fait qu'il ait apprécié *Men In Black I*, interdit de déduire, à priori, un manque d'exigence des spectateurs à partir du seul choix de films qui visent à le divertir. La recherche du plaisir des sens à l'occasion de la sortie cinéma ne doit pas non plus nous faire déduire un goût qui l'attacherait aveuglément à un certain genre de film, indépendamment de la qualité singulière de chaque expérience et de la justification de son acceptabilité. Comme lors du choix du film, des instruments de mesure de la qualité sont mobilisés.

B- Plaisir des sens et sens du plaisir

L'intensité du plaisir éprouvé selon le moment, ou sa difficulté à l'éprouver, ne suffit pas cependant, du point de vue du spectateur interrogé, à justifier la qualité cinématographique de l'événement. Ce plaisir doit avoir un fondement technique et être acceptable socialement et ne pas se réduire à la recherche du plaisir pour le plaisir par exemple. L'évaluation de la qualité passe alors par des instruments de mesure tels que le genre, le jeu des acteurs, le scénario, l'histoire, la réussite technique et, au-delà, l'acceptabilité de l'événement en situation.

---

[219] LEVERATTO, J.-M., 2002, *op. cit.*

1- L'acceptabilité de l'événnement

Daniel, venu voir *Dany the Dog* avec son fils témoigne : « Je suis venu avec mon gosse, ce film devrait être interdit aux moins de 16 ans et pas de 12 ! J'ai cru qu'il était bien ! J'étais mal à l'aise ! ». Cette remarque nous confirme que l'évaluation prend en compte la responsabilité du spectateur, ici, sa responsabilité parentale. L'évaluation qui est faite est donc bien celle de la situation et non uniquement du film. Mario, 44 ans, venu voir *Sex is Comedy*, s'interroge : « Est-ce qu'on a le droit de tout se permettre sous prétexte qu'on fait fait du cinéma ? D'accord, Breillat voulait faire un film sur le métier de réalisateur mais quand même…faut pas déconner ! ». Dans tous les cas, il tient compte de son engagement personnel dans le spectacle. Il sait par exemple être bon perdant lorsque le spectacle a été de piètre qualité. Gérard, 39 ans, venu voir *Scoobidoo* déclare : « C'est pas mon style, c'est plus pour les enfants ! C'est nous qui nous sommes trompés dans notre choix (rires) ». Il adopte ainsi un point de vue réflexif en reconnaisant que le spectacle ne lui convient pas personnellement.
Plus généralement, faire abstraction de la situation revient à se préoccuper uniquement du film et de la technique cinématographique. C'est ce que Loïc, 24 ans, venu voir *Men In Black*, explique à son amie dans une discussion qui fait suite à mes questions.

> La copine de Loïc : on passe un bon moment mais ça casse pas trois pattes à un canard, on en ressort pas transcendé, le scénario est hyper faiblard.
> Loïc : Depuis quand un Blockbuster est censé nous faire réfléchir sur le sens de la vie ?

La prise en compte de la situation explique la présence, dans son discours, de mises en balance telles que « pour un film au cinéma, c'est pas terrible, je le conseillerai pas à mes amis, à la rigueur en vidéo mais bon » (Kadour, 24 ans, *Double zéro*). De même Gérard, 36 ans, déçu par ce même film déclare « c'est pas terrible, le temps que je fasse garder mes gosses, que je motive ma femme pour venir, j'aurais pu me louer 3 DVD ! ». Cette prise en compte des différentes formes de spectacle offertes de nos jours au spectateur participe donc à l'évaluation du film. Deux spectateurs d'une vingtaine d'années, discutant du film *Anacondas* suite à la diffusion de sa bande annonce au cinéma, déclarent par exemple : « *Anacondas*, ouais super, mais je donnerais pas 7 euros pour ça, par contre s'ils le passent le dimanche soir sur RTL, alors oui, je regarde ». Le contexte n'est pas uniquement constitué par les modalités techniques de la diffusion mais aussi par les personnes présentes au moment de l'expérience. Par exemple, Marie, 43 ans, déclare, à la sortie des *Choristes* : « Magnifique ! Tout était

bien ! On est toutes contentes ! Ah oui c'était super…vraiment ! ». Son enthousiasme, on le voit, est renforcé par celui des autres, car le fait que tout le monde soit « content » compte dans l'évaluation de la qualité du film.

2- La simultanéité des instruments de mesure

D'autres instruments de mesure que le corps, l'éthique ou la situation entrent en jeu simultanément et se conjuguent différemment selon les films et les spectateurs. L'explication d'un (dé) plaisir se complexifie alors à mesure que l'on parle avec le spectateur et qu'il se rémémore des éléments du film. Se référant à *Ainsi parlait Zarathoustra* de Nietszche, Sylvie Marszalek compare la conduite du spectateur à un mélange du regard de l'aigle et du serpent : « l'aigle se donne pour tâche de voir le paysage et le passé d'un seul coup d'oeil dans la perspective la plus profonde et la plus vaste qui soit. Il faut donc au spectateur, à la fin du film, ce regard de l'aigle qui embrasse l'oeuvre en une seule vision, d'un seul point de vue. Le serpent dans la perspective de Zarathoustra a pour tâche de sonder le paysage pierre par pierre. Sa fonction est celle de la critique impitoyable »[220]. L'accuité de ce regard de serpent est sensible dans nombre d'évaluations. Par exemple, Guillaume, 16 ans, venu voir *40 jours, 40 nuits,* juge l'humour du film « trop bien ! » mais regrette dans le même temps qu'« il manquait 10 bonnes minutes on dirait…». Graziella, 49 ans, venue voir *Les Choristes* estime le film : « (…) sans plus, je m'attendais à mieux c'est assez du déjà vu ! On s'attend à tout ou presque ! Y a du *Cercle des poètes disparus,* vous ne trouvez pas ? Je suis déçue par la fin trop téléphonée, j'aurais bien vu une fin différente je sais pas…». Frédéric, 30 ans, venu voir *Scoobidoo,* fait observer que « ça aurait pu ressembler davantage au dessin animé ! Ils auraient du rester plus dans l'esprit du dessin animé ». Jean-Yves, venu voir *Spider Man,* le juge « divertissant, ça colle bien à la BD » mais, estime, du point de vue de la réussite technique, que : « c'est pas exceptionnel, je m'attendais à plus d'effets spéciaux que ça ! ». David, enfin, venu voir *Bad Company* espèrait « bien s'amuser » mais n'a finalement pas aimé le film : « Ca bougeait bien…ouais mais je ne sais pas, les méchants étaient un peu caricaturaux, les dialogues un peu bateaux ».

[220] MARSZALEK, S. 1994. *Les ethnométhodes utilisées dans l'interprétation d'un film de Godard : Le mépris*. Mémoire de DESS Ethnométhodologie. Paris 8.

3- La preuve par le détail

Pour objectiver son déplaisir, le spectateur peut également relever un détail caractéristique qui lui servira à justifier son opinion. Il procède comme la critique professionnelle épinglée par Michel Ciment[221] : « la critique du symptôme, du détail (…). On prend un petit détail (…), à partir de cet infime détail, un film de trois heures vingt est réduit en cendres ». C'est ce que permet d'illustrer le témoignage d'Armand, 47 ans, venu voir *Le jour d'après* :

> Quand j'ai vu la Statue de la liberté recouverte par les eaux, je me suis dis, ça y est ils refont le même coup. Y en a que pour eux les américains ! Ca touche le monde entier mais ils pensent qu'à leur statue.

Hélène, 22 ans, venue voir *Spider Man,* procède de manière identique :

> Ca allait jusqu'au méchant. Le méchant est raté…il est grotesque, son costume est mal fait…j'ai pas aimé. Il est ridicule ! C'est tout sauf un méchant, il fait rire mais il fait pas peur.

Selon Alain Bergala, ce recours à la preuve localisée a le mérite pour l'analyste de film d'emporter plus aisément la conviction du lecteur qu'un jugement général sur le film. Reprenant l'exemple de *Kapo,* dénoncé par Rivette pour un Travelling considéré comme inacceptable, il souligne le caractère commun de la réaction de Rivette : « j'imagine qu'il a d'abord éprouvé globalement l'écœurement et la honte d'être le spectateur d'un film esthétisant l'horreur. Le plan incriminé est simplement arrivé à point nommé pour cristalliser une opinion déjà constituée en cours de film. Et ce sentiment de répulsion, il a été en mesure de l'éprouver pour avoir déjà vu une grande quantité de film, et pour s'être posé depuis longtemps la question d'une morale de la forme au cinéma (…) [222]». C'est la même attitude que l'on retrouve chez les spectateurs de Longwy.

---

[221] HOUBEN, J.-F. 1999. *Feux croisés sur la critique, dix-sept entretiens*. Paris, Cerf coll. 7ème Art, p. 148. L'auteur est cité par PREDAL, R. 2004. *La critique de cinéma*. 128 Cinéma, Armand Collin, p. 64.

[222] BERGALA, A. 2002. L'hypothèse cinéma. *Petit traité de transmission du cinéma à l'école et ailleurs*. Paris : Ed. Cahiers du cinéma, Coll. Essais.

II- A la recherche de l'étonnement

Le plaisir d'éprouver l'originalité d'un film (Laurent Jullier utilise les termes « sentiment d'originalité [223]») rappelle que, si le spectateur aime à réduire les risques de déception lors de sa sortie cinéma, l'absence de surprise ne lui plait guère davantage. Ben, 20 ans, venu voir *Starsky et Hutch* déclare : « Je ne pensais pas me marrer autant ! La salle était comble et tout le monde était mort de rire du début à la fin. Super ambiance ! ». En effet, un « bon film », doit le surprendre et apporter si ce n'est un élément objectivement nouveau, au moins un sentiment d'originalité. On comprend alors pourquoi le marketing organisé autour d'un film peut jouer en sa défaveur. Samira, 19 ans, venue voir *Le jour d'après* reconnaît, par exemple, que « c'est très bien fait, c'est vrai …» mais regrette qu'« avec toute la promo autour, je m'attendais à mieux ». L'originalité peut aussi se rechercher de manière plus objective. L'approche est, dès lors, comparative mais aussi plus difficile. Christophe, 25 ans, juge, par exemple, *Spider Man* décevant en le comparant à *Matrix*, un film qu'il range dans le même genre : « sans surprise, le scénario n'est pas original, bon les effets spéciaux…ok mais ça vaut pas *Matrix* ! ». Pour retenir l'attention du spectateur, un film doit donc sortir de l'ordinaire. Il risque sinon d'être considéré comme « un petit film sympa…» comme le dit Gislaine, 39 ans, à propos du film *Marie-Jo et ses deux amours*. C'est également ce qui pousse David, 19 ans, venu voir *Bad Company* à tempérer son enthousiasme car, dit-il, « certains trucs sont du déjà vu ! ».

Ainsi, participent à ce jeu de la comparaison, les instruments de mesure déjà rencontrés auparavant : le genre, les acteurs et l'auteur notamment ou le film précédent dans le cas d'un film à suites. Andréa, 23 ans, venue voir *Double Zéro* par exemple, une comédie avec le duo comique Eric et Ramzy, estime le film « trop ridicule, trop macho, pas du tout rigolo, je suis déçue » parce que « par rapport à *La Tour Montparnasse Infernale* (précédent films du duo comique), c'est raté ! ». A l'inverse, ce jeu de la comparaison fait dire à Fati, 32 ans, venu voir *Lady Killers* : « encore un super film des frères Coen ! Pas le meilleur mais bien quand même ! Oui on passe un super moment ! ».

[223] JULLIER, L. 2003, *op. cit.,* p.170.

Conclusion

Quels que soient les genres de films choisis, le suivi de procédures d'identification et d'évaluation de la qualité acquises par l'expérience révèle ce qu'on peut appeler un « savoir aller au cinéma ». Ce savoir est à la fois un savoir faire, un savoir comprendre et un savoir combiner[224]. Le « savoir faire » repose sur la mobilisation de « clés d'action »[225] que sont les instruments de mesure (genre, acteurs, réalisateurs, etc.) et les sources d'information (bande annonce, critique presse, bouche à oreille). Le « savoir comprendre » permet de « définir le niveau de pertinence de l'information mobilisée »[226], et de conserver une attitude critique. Par exemple, des spectateurs disent se méfier des bandes annonces et de la surinformation. De même, raconter la fin d'un film est du plus mauvais effet entre spectateurs puisque la surprise, l'étonnement fait partie de l'événement cinématographique. Le savoir aller au cinéma consiste donc notamment à ménager cet effet de surprise dont le spectateur sait, par expérience, qu'il peut procurer du plaisir. Le troisième savoir, le « savoir combiner », consiste enfin pour le spectateur, à relativiser ses goûts (par exemple, son genre de film préféré) pour rendre cohérent le film choisi avec la situation dans laquelle ce dernier s'inscrit. Ce « savoir-combiner » consiste alors à agencer films choisis et situations (groupes de sortie, humeur du moment) pour assurer la réussite rituelle de la séance cinéma.

De l'identification à l'évaluation de la qualité, tout se passe comme si le spectateur s'arrange parfois pour que l'efficacité du film ne soit que partiellement prévisible comme pour favoriser la survenue de l'inattendu et l'émotion. L'expérience semble alors s'accompagner d'un mystère nécessaire et d'une incertitude sur son issue, rappellant ainsi la définition que donne Johan Huizinga pour qui le jeu est « une action libre sentie comme fictive et située en dehors de la vie courante, capable néanmoins d'absorber le joueur ; une action dénuée de tout intérêt matériel et de toute utilité ; qui s'accomplit dans un temps et dans un espace circonscrit, se déroule avec ordre et des règles données, et suscite dans la vie des relations de groupe

[224] TREPOS, J.-Y. 1996, *op. cit.*, p. 67.

[225] Ibidem.

[226] Ibidem.

s’entourant volontiers de mystères ou accentuant par déguisement leur étrangeté vis-à-vis du monde réel »[227]. La posture cognitive du spectateur est alors complexe, voire paradoxale. Certes, nous l’avons vu, il cherche à minimiser les risques de déception et choisit les films qu’il va voir. Cependant, le spectateur exprime également une méfiance tant à l’encontre du bouche à oreille que de la bande annonce et insiste sur la nécessité que l’expérience cinématographique garde son caractère imprévisible avant même le début de la séance pour que l'événement garde son intérêt.

Observer les manières de regarder des films à Longwy (en salle ou chez soi) ou d’évaluer leur qualité ne suffit pas cependant à rendre compte de la passion qui les spectateurs entretiennent avec des films ou le cinéma en général, ni à expliquer leur conduite d’enregistrement, de copie, de collecte de films et de défense de la qualité. C’est ce que nous allons plus précisément étudier à présent.

[227] HUIZINGA, J. 1988. *Homo Ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*. Paris : Gallimard, p. 35.

CHAPITRE III- LA PASSION DU CINEMA A LONGWY

Introduction

Faire l'expérience du cinéma à Longwy au début des années 2000, ne consiste pas seulement à regarder des films. Elle consiste également à entretenir la mémoire des films qu'on a aimés. La vidéothèque concrétise cet « attachement »[228] particulier de chaque consommateur pour ces films et pour le cinéma en général. Le mot « attachement », dans ce cas de figure, neutralise en effet, « le côté très hiérarchique du mot goût, qui fait trop connaisseur, amateur avisé d'un bel objet »[229] alors qu'il ne s'agit ici que de décrire une relation avec les films que tous les spectateurs connaissent. En effet, avoir des films préférés, qui tiennent à cœur, les conserver précieusement et discourir à l'envie à leur propos n'est pas rare parmi les spectateurs interrogés. L'existence d'un palmarès personnel que constitue, pour chacun, la liste de ses films préférés est un bon moyen pour le sociologue d'observer cette mémoire. La continuité entre l'art et la vie[230] explique, par ailleurs, l'impossibilité, pour les spectateurs, de séparer leurs films préférés des faits, personnes et objets également présents lors de l'expérience cinématographique (section I). C'est ce qui explique finalement que certains films rassemblent la ville entière autour d'eux et ont plus de succès, relativement, qu'au niveau national (section II).

[228] GOMART, E. & HENNION, A. 1998. A sociology of Attachment : Music Lovers, Drug Addicts. Actor Network Theory and after. *The Sociological Review*. J. Law and J. Hassard (Ed.), Oxford/Malden (Ma), Blackwell Publishers, p. 220-247.

[229] HENNION, A. « Engager son propre goût », entretien autour de la sociologie pragmatique d'Antoine Hennion, Numéro 3 - avril 2003 [page visitée le 25 mai 2005].

[230] Pierre Bourdieu semble considèrer que si l'art populaire affirme la continuité de l'art et de la vie, il ne saurait être légitime. Cf. à ce propos, la discussion de ce point de vue par Richard Shusterman dans SHUSTERMAN, R. 1991. L'art à l'état vilf. La pensée pragmatiste et l'esthétique populaire. Paris : Les éditions de minuit, p. 172.

Section I- La mémoire du spectateur

Leur intérêt pour le cinéma pousse de nombreux spectateurs interrogés à garder une trace des films qu'ils ont vus et appréciés. Ils enregistrent (I), collectionnent les film (II) et lisent la presse spécialisée (III).

I- Garder une trace écrite des films les plus appréciés

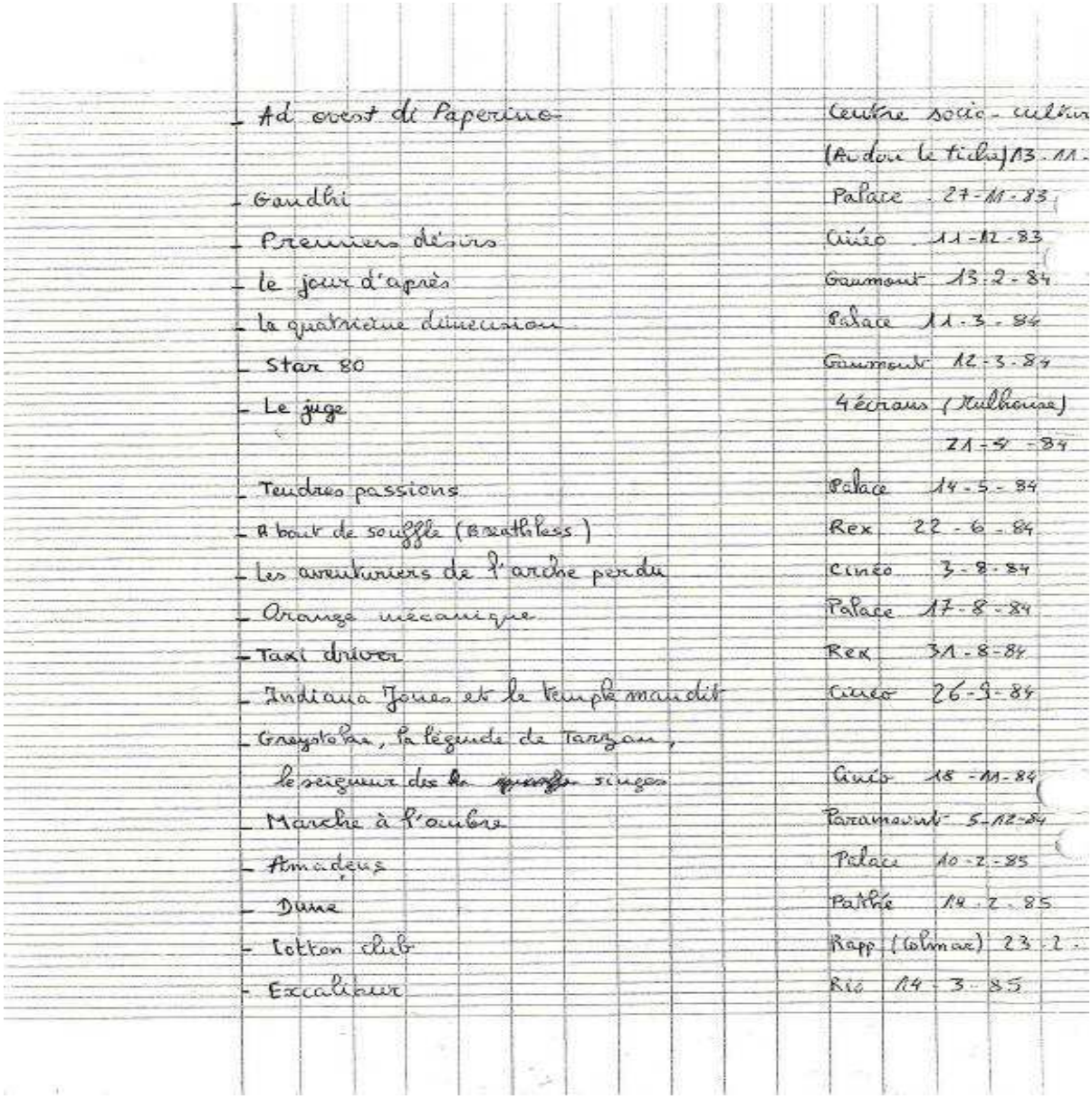
Mémoriser scrupuleusement les titres de films qu'on estime être de qualité est encore une attitude courante chez les spectateurs les plus passionnés. Qu'on en juge par exemple avec les tickets de cinéma souvent conservés par les spectateurs. L'exemple de Patrice, 45 ans, enseignant, est à cet égard, édifiant. Il inscrit, sur un cahier qu'il tient à jour depuis la fin des années 70, la liste des films qu'il va voir au cinéma. Il a donc pris l'habitude non seulement de lister ces films mais également de signaler ceux qu'il apprécie le plus. Les plus appréciés sont anotés d'une étoile et à chaque nouvelle année, il fait le bilan et élit le film qu'il a préféré. Patrice aime se replonger dans cette liste (qui aujourd'hui contient 700 titres) et se remémorer, ainsi, les films et les sorties cinéma les plus marquantes. Dans cet extrait d'entretien, il consulte avec moi son cahier et emploie parfois le présent pour parler de cette époque importante à ses yeux.

> Je me souviens dès 17 ans, j'avais la démarche aller au cinéma. J'allais de Mexy à Longwy-Bas pour voir les films. J'y allais seul. Surtout le dimanche. C'était en 79, j'ai 17 ans…bon j'ai toujours aimé regarder les films à la télé. 79 c'est la fameuse année du grand festival de cannes avec *Apocalypse Now*, *Le tambour*, *Les moissons du ciel*, le bon film italien. J'ai une trace écrite de tous les films que je vais voir au cinéma. Je regardais aussi la télé, le *Ciné-Club*. Je vais au Palace, Le Rex a fermé à ce moment là. On allait aussi au Cinéo, aujourd'hui un Bar, situé dans la partie haute de la ville de Longwy. (…) Tu verras que à chaque année civile, je dis combien de films que j'ai vus.
>
> **T'as vu quoi au Palace ?**
> *Apocalypse Now*…regarde c'est marqué ! (en montrant son cahier)
>
> **Les films étaient plus choisis ?**
> Je sais pas…Bon déjà au Cinéo t'avais les films de cul…faut dire. De mémoire, les films étaient pas sérieux…de qualité. (Note : Il se rend compte que la différence dans la qualité des films choisis n'est pas évidente au regard de sa liste. Par exemple, *Pulsions* de Brian De Palma a été diffusé au Cinéo). Le Rex on y allait peu parce que c'était trop vieux, moche quoi…c'était vraiment le cinéma archi-nul.

> Je me souviens y avoir vu *A bout de souffle*, *Made in Usa* avec Richard Gere. Oui, regarde, c'est marqué là ! (en montrant encore son cahier)

Cette pratique du cahier a, on le voit, un sens biographique : elle est une manière de garder le souvenir des moments de plaisir intense. Elle a également un sens patrimonial : elle est une manière de transmettre le souvenir à autrui de films qui ne doivent pas être oubliés parce qu'ils ont procuré du bonheur à ceux qui les ont vus. Pour Jean-Marc Leveratto, « l'efficacité propre d'un objet patrimonial provient de l'empreinte de la présence humaine qu'il conserve, et qu'il permet à l'acteur qui entre en son contact de ressentir[231] ».

Une page du cahier de Patrice



[231] LEVERATTO, J.-M. 2000, *op.cit.*, p. 374.

II- Collectionner

Pour Fabien Hein, qui a observé les amateurs de Rock en Lorraine, la constitution d'une collection de disques procède à la fois de la valeur qu'on lui reconnait et « d'une valorisation de l'attachement qu'on leur porte »[232]. Il en va de même aujourd'hui pour les collectionneurs de vidéos et de DVD, les films constituant manifestement pour eux des objets personnels. Jean-Pierre, 61 ans, par exemple, a une relation presque charnelle avec ses milliers de cassettes vidéos et de DVD qu'il classe et range soigneusement par genre. Une pièce de sa maison est ainsi consacrée entièrement à sa passion. Cette ancienne chambre est devenue, suite au départ de son fils, une pièce où il range tous ses DVD et où il classe sa collection à l'aide d'un logiciel spécialisé. Il y stocke également des jaquettes de films que proposent des revues cinéma. Il s'occupe encore de ses cassettes VHS qu'il stocke et range avec minutie dans sa cave, « même si elles ne servent plus vraiment » comme il le reconnait. Il cultive sa passion du cinéma uniquement à la maison puisqu'il ne va plus voir les films en salle. Ce qui ne signifie pas, pour autant, un désintérêt pour les nouveautés.

Combien de films avez-vous ?
4000 cassettes vidéos (rires) et 700 DVD mais je fais des copies pour les copains. Avant j'en prêtais mais ils ne revenaient jamais. Maintenant que je leur fais une copie, c'est mieux pour eux aussi comme ça ils ont le film pour eux et moi j'attends pas qu'ils me le rendent ! Je viens d'acheter *Le monde de Narnia* pour les enfants, j'ai beaucoup de Walt Disney parce que j'ai beaucoup d'enfants autour de moi ! Dans ces films là y a toujours de la morale ! *Le monde de Narnia*, c'est magnifique !



[232] HEIN, F. 2004. *op. cit.*, p. 222.

L’usage de la cassette vidéo dans les années 80 et 90 puis du DVD plus récemment favorise une meilleure connaissance de ces objets du fait de la possibilité de voir, revoir et étudier ainsi les films comme nous l’explique Jean-Pierre.

> **Depuis combien de temps n’êtes vous pas allé au cinéma ?**
> C’est cher, je ne suis même pas allé à Utopolis. On voit d’aussi bons films à la télé. Un film, je le déguste, je le regarde plusieurs fois, quand c’est un DVD, je reviens en arrière pour voir les détails, comment c’est fait. Dans la série des *Angélique*, il y a plein de trucages, dans *Sissi*, j’ai compté je ne sais pas combien d’antennes de télé, moi ça me fait chier, c’est du beau cinéma mais c’est baclé.

Sa critique de la série des *Angélique* s’appuie sur l’analyse fine de ces films que facilite l’usage de son magnétoscope dans les années 80 et 90 puis du lecteur DVD. C’est ce qui lui permet, par exemple, de remarquer des erreurs telles que les « antennes télé » qui apparaissent dans certains plans du film. On vérifie, à travers ses propos, le phénomène de l’évolution de l’équipement cinématographique du consommateur et la manière dont elle lui permet d’affiner son expertise. Cette évolution, notons-le, multiplie les occasions d’avoir du plaisir en analysant les films. L’apparition des suppléments de plus en plus nombreux offerts par les DVD (making of, scènes coupées, fin alternative, possibilité de regarder le film avec les commentaires du réalisateur, Story Board etc.) y a largement contribué. C’est même un motif d’achat comme pour Georges, 34 ans, cadre au Luxembourg.

> **Tu aimes bien les bonus sur les DVD ?**
> Oui, j'adore ça ! Je m'achète des films que j'ai pourtant déjà vus et revus à la télé ou en cassette, en DVD uniquement pour les bonus
> **Mais est-ce que le fait de voir les bonus t'empêche pas, quelque part, de "rentrer" dans les films après ?**
> Absolument pas ! J'ai deux regards : un regard critique et un regard naîf je sais me laisser aller et apprécier le travail techique !
>
> **Même quand tu vois "les trucs" ?**
> Oui enfin, la plupart du temps ! Dernièrement, j'ai revu *Edward aux mains d'argent* et j'étais comme un enfant de 5 ans ! Pourtant j'ai vu et lu les "trucs" !
>
> **D'autres exemples ?**
> Oui, *Terminator* un film d'ingénieur ! J'ai vu et revu tous les trucs sur le « Making Of » du film et je l'ai revu chez un pote la nuit et je suis retombé en enfance le squelette du Terminator, animé image par image m'a donne des frissons ! J'ai adoré avec mon regard d'aujourdhui le montage des courses poursuites, la musique synthétique ! Disons que les bonus ne me dérangent pas. Quand ça me dérange, ça dure pas longtemps. Par exemple, pour *Le seigneur des anneaux*, pendant un court moment, ça me dérangait, je voyais trop le numérique mais maintenant ça va !

Ce témoignage interdit de croire en un spectateur de cinéma abusé par la technique. Il est édifiant de relever que, si les suppléments proposés par les DVD révèlent souvent « l’envers

du décor », ils ne nuisent pas, pour autant, à l'efficacité du spectacle. On peut faire un parallèle avec le prestidigitateur qui continue de nous épater même une fois qu'il nous a montré son tour de main, « c'est même la révélation de ses trucs de métier qui constitue le tour le plus commun des magiciens »[233]. Comme le signalait Edgar Morin, « nous ne cessons de savoir que nous sommes dans un fauteuil à contempler un spectacle imaginaire »[234].

Il est clair, cependant, que l'innovation technique que constitue le DVD, par la qualité de la vision du film qu'il propose et la modicité de son prix, constitue un motif supplémentaire d'attachement à la magie cinématographique comme le montre cet entretien avec Xavier, 30 ans, sans emploi (Bac +5).

A quand remonte ton goût pour les films ?
Il y a deux ou trois ans.
Et avant ?
Ben sans plus, j'aimais aller au cinéma et tout mais c'est tout je veux dire j'étais pas fan comme maintenant.

Tu louais des films ?
Oui bien sûr, j'étais même déjà câblé, mais moi les films, ce n'était pas mon truc, j'étais plus à regarder les chaînes musicales comme MTV ou MCM.
Pourquoi tu t'y es mis alors ?
Ben deux choses ! D'abord, j'ai eu un coup de déprime, je sortais plus de chez moi.

Qu'est-ce qui s'est passé si c'est pas trop indiscret ?
Ben je me suis renfermé suite à ma copine, qui m'a quitté. On a été 10 ans ensemble donc quand elle est partie, ça a été dur à vivre quoi, enfin tu vois ce que je veux dire ?

Donc t'es resté plus chez toi qu'avant ?
Oui et aussi j'ai acheté un lecteur DVD et là j'ai loué un, puis deux, puis trois DVD par semaines ! J'en ai acheté aussi, j'en ai des centaines chez moi, des gravés, des achetés. Bon, faut dire que j'ai aussi pris 10 kg dans l'histoire , je me suis perdu dans les films, j'ai quitté le monde réel je veux dire. Ca me faisait un bien fou, je m'y suis mis comme ça, mais c'était grave je le reconnais !

Quels films tu regardes ?
Tous les genres ! J'ai bouffé tous les jours des films de plein de genre différents ! Aussi bien des films français que des films en tout genre, genre américains, Wesley Snipes etc. Heureusement que c'était que le cinéma, ça aurait été autre chose, c'était pareil ! Tu vois ce que je veux dire ?

Et le cinéma ?
Ben depuis qu'Utopolis a ouvert, j'y suis allé deux fois pour dire…je vois plus l'intérêt. Je me suis fait mon Home Cinema je suis peinard ! Je loue un film 2

[233] LATOUR, B. 2006. Efficacité ou instauration ? *Lumière et Vie*, n° 270, avril-juin, pp. 47-56.

[234] MORIN, E., 1957, *op. cit.*, p. 12.

euros, parfois même quand ils sont bons je les copie, je me suis fait ma cinémathèque !

Ces éditions spéciales des films offrent outre les bonus (scènes coupées, Making Of) l'occasion de les afficher dans une présentation qui valorise l'objet qu'on aime. Audrey, 26 ans, Professeur des écoles, range ses « DVD Collector » au packaging de luxe, près de la télévision sur une étagère prévue à cet effet.

T'achètes les DVD de *Harry Potter* ?
Oui, en super édition ! Je suis fan quand même ! (rires) J'ai tous les films en édition double DVD et j'ai le coffret aussi. Pareil pour la trilogie du *Seigneur des anneaux*. J'aime bien les avoir. Certains sont encore sous blister ! Mais c'est exagéré, je reconnais. *Narnia*, bon ben c'est pareil, j'adore, ça a beau être pour les enfants, j'adore quand même…Je l'ai acheté aussi en édition collector. J'aime bien les coffrets parce qu'ils sont plus beaux que les DVD.

Axel, 16 ans, ne possède pas beaucoup de ces DVD collector. Il n'en demeure pas moins également très sensible à leur esthétique. Si son meuble de rangement se ferme, il ne résiste pas à poser au dessus, et à la vue de tous, ses dernières acquisitions comme le montre cette photo.

La médiathèque personnelle d'Axel (une centaine de DVD achetés)



Les objets en rapport avec les films les plus connus et les plus souvent rencontrés au domicile sont les posters. Ils ont toutefois déjà fait l'objet d'une très bonne étude réalisée par Daniel Malinas et Virginie Spies[235] me permettant ainsi de porter mon regard sur les revues de cinéma.

III- Lire

La presse spécialisée semble indissociable du plaisir du cinéma pour de nombreux spectateurs. Dans les années 80 et 90, alors que beaucoup de films ne passaient pas au seul complexe encore en place à Longwy, Le Rex, la presse cinéma (*Première, L'Ecran Fantastique, Studio, Mad Movies, Starfix, Impact,* etc.) permettait d'enrichir sa culture cinéma. C'est de cette manière que Francis, 32 ans, s'est pris de passion pour les films fantastiques ou de science-fiction. Il possède une centaine de films dont la moitié est consacrée au genre fantastique ou horreur et autant de revues cinéma. Cet extrait d'entretien met en évidence ce rôle décisif qu'a eu la presse spécialisée dans sa cinéphilie.

> **Comment as-tu découvert tous ces films ?**
> Par le biais de revues spécialisées. *L'écran fantastique* de janvier 1988 avec la couverture de *Robocop*. Tout est parti de là ! Mon frère m'a acheté pour ma fête l'écran fantastique. Il l'a ramené à la maison. Là, ça a fait boom ! J'ai été fasciné par *Robocop* et par le cinéma que l'écran fantastique met en avant comme *Running man*.

C'est également le cas de Karim, 31 ans, qui possède une cinquantaine de DVD dont la moitié concerne le genre Horreur et qui télécharge de temps à autres des raretés, les anciens films d'horreur par exemple. Il regrette le temps où, selon lui, la rareté des informations sur les films et l'attente et la rêverie qu'ils suscitaient idéalisaient leur qualité. Aujourd'hui, il attache énormément d'importance à ces revues qui ont contruit sa passion pour ce genre de films à tel point qu'il les conserve précieusement non loin de ses DVD.

> **Tu avais les Mad Movies ?**
> Ouais, je me constitue l'intégrale de *Mad Movies* et de l'*Ecran Fantastique*. J'ai presque tout ! Dans les années 80, c'était quelque choses ces revues je te jure et une porte ouverte aux rêves ! (rires). C'est en partie à cause de ça que je ne trouve plus

[235] MALINAS, D., SPIES, V., 2006. Mes jours et mes nuits avec Brad Pitt : l'affiche de cinéma, une identité énoncée de la chambre d'étudiant à la télévision. In ETHIS, E. et FABIANI, J.-L. Sous la dir. *Culture & musées*, n°7, pp. 39-63.

beaucoup d'attrait à l'époque actuelle. Je me suis fait dédicacer le numéro 1 de *Starfix* par son créateur : Christophe Gans. Je continue à acheter *Mad Movies* tous les mois, je suis abonné à l'*Ecran Fantastique*, j'achète de temps en temps *Mad Asia* s'ils sont intéressants et d'autres titres selon la tête d'affiche sinon je surfe sur des sites comme *DVDrama*, *Ecran large*, *Horreur.com* mais c'est plus pareil. Les films, je les voyais pas tous mais je les rêvais ! Et des fois c'est encore mieux ! Au moins t'es pas déçu ! Je voyais les photos des films encore pas finis, et je me faisais déjà le film dans ma tête !

La collection de revues de Karim



Ces revues, précieusement conservées, objectivent et témoignent de la qualité de ces films qu'ils aiment tant. Mais il ne faut pas oublier leur rôle dans la culture cinéma des spectateurs. Patrice, 43 ans, (déjà interrogé) a toujours acheté et conservé le magazine *Première* par exemple, et les numéros sont encore dans un état « impeccable », comme il le dit lui-même.

Quand tu étais jeune, tu connaissais des gens qui s'y connaissaient en cinéma ?
Non, dans ma famille non mais après c'est un échange avec des copains de l'époque. On échangeait beaucoup avec les copains là-dessus. Par contre moi j'ai appris et commencé mes recherches avec *Première*. Je commençais à retenir les noms d'acteur de réalisateur etc. les palmes d'or, les grands prix du jury. Les copains le faisaient mais moins…

Tu faisais comment pour choisir tes films à cette époque ?
Les étoiles de *Première*. En même temps j'allais aussi voir des films qui étaient pas conseillés mais pour la détente quoi. Après je suis passé au magazine *Studio*, aux *Cahiers* (*Cahiers du cinéma*) mais je suis revenu à *Première*.

Il me demande : *Les cahiers*, ça existe toujours ?
Moi : oui !
Ce que j'ai pas aimé à un moment chez *Première* ça a été la mise en page…Dans *Studio* il y avait de très belles photos très luxueuses. Ca donnait envie d'aller voir des beaux films parce que les photos étaient belles. Tu te disais, le film doit être beau aussi alors (rires). Mine de rien, toute ma culture cinéma elle vient de là !

Les collections de revues cinéma des spectateurs



Patrice, 43 ans, possède presque tous les magazines *Première* des années 80 et notamment ceux avec Isabelle Adjani, son actrice préférée.



Malik, 32 ans, conserve des revues consacrés au cinéma d'action achetées dans les années 80. Certaines ne sont d'ailleurs pas des revues de cinéma tel cet hors-série de la revue *Karaté* consacré aux Stars du film d'action.



Axel, 16 ans, collectionne les magazines de la revue *Ciné-Live* à laquelle il est abonné.

Aujourd'hui, la presse, les DVD (qui contiennent des suppléments tels que les Making Of, les Story Boards, les scènes coupées ou les commentaires audio du réalisateur) et les collections personnelles que l'on partage avec d'autres, participent de la compétence cinématographique des spectateurs en enrichissant leur savoir et leur expertise en matière de cinéma. Cette expérience accrue des films leur permet de s'appuyer sur des lieux communs de la qualité même s'il convient toujours de « juger sur pièce ».

Section II- La compétence cinématographique

En discutant longuement avec les spectateurs longoviciens les plus passionnés, on constate qu'ils revendiquent explicitement une compétence cinématographique qui s'appuie sur des catégories techniques et esthétiques (I), un savoir qui assure la solidité de leur jugement par rapport à celles des néophytes (II)

I- Les lieux communs de la qualité des films

Cette compétence se fonde sur des catégories techniques et esthétiques partagées par les spectateurs-experts que l'on doit considérer comme des lieux communs, c'est-à-dire des réserves de jugement mobilisables en situation[236]. Les plus fréquemment rencontrés sont le « film américain », le « film commercial » et le « film d'intellos ».

A- Le « filmaméricain[237] »

Les spectateurs longoviciens se réfèrent spontanément aux films américains lorsqu'ils évoquent la question du film de qualité. Ils sont également les plus possédés sur tous les supports (DVD, cassettes, films téléchargés) des 43 médiathèques des spectateurs que j'ai rencontrés puisqu'environ 68 % des films répertoriés dans les médiathèques personnelles sont américains. C'est dire si le film américain représente, à Longwy, un modèle positif de la qualité cinématographique. Les termes récurrents qu'ils utilisent pour le décrire sont « rythme, vitesse et spectaculaire ». George, 34 ans, souligne la référence, du point de vue de la technique, que constitue le film américain :

> Georges : Mais tu ne m'as pas posé la question la plus importante !
> **Moi : Laquelle ?**
> Pourquoi le cinéma américain est le meilleur !
>
> **Oui tu as raison. C'est LA question ! (rires) Alors tu préfères le cinéma américain ou français ?**
> Le cinéma américain, il faut savoir être réaliste. Le cinéma américain est le meilleur du monde. C'est grâce à Hollywood. C'est un outil de la mondialisation, une machine qui avale tout ce qui se fait de mieux, achète des savoir faire, elle puise en Asie, en Europe, etc.
>
> **L'explication de la qualité est donc économique à la base ?**
> Oui, le marketing d'Hollywood est sans équivalent. C'est le revers de la médaille. On use et abuse de certaines recettes, certains formats, certaines idées, filons, etc. Le bon côté de la médaille c'est qu'Hollywood repère et attire les meilleurs talents du monde.
> **Donc ils font des bons films quand même ?**
> Même les meilleurs du monde ! D'un coté ça formate mais de l'autre, ça attire les meilleurs. Le cinéma français est plus superficiel. On est très linguistique, on vient

[236] TREPOS, J.-Y. 1996. *op. cit.*, p. 62.

[237] C'est Jean-George Auriol qui a proposé de l'écrire tout attaché dans son avant-propos au livre de Pierre Artis ARTIS, P. 1947. *Histoire du cinéma américain.* Paris : Colette d'Halluin, p. 11.

> du théâtre. Aux Etats-Unis, c'est plus, de l'émotion. En France, c'est plus du langage et de la psychologie.

Les lieux communs mis en avant par ces spectateurs sont, comme l'a fait remarquer Fabrice Montebello dans le cas des ouvriers longoviciens des années 50, conformes aux cinéphiles cultivés de la Nouvelle Vague qui défendaient avec enthousiasme le cinéma commercial américain. Fabrice Montebello relève une citation caractéristique d'un critique professionnel des années 50, Jean-Claude Auriol, qui montre à quel point ce sentiment était partagé par les passionnés : « J'ai vu, pour ma part, des centaines de films américains, et tout le monde sait à peu près ce qu'un film américain représente en comparaison d'une bande européenne : quelque chose de vif, d'actif, de palpitant, de divertissant souvent, souvent tonique, parfois extravaguant, parfois délicieux ; aussi un produit excitant comme le champagne, le café ou le thé ; un des rares cadeaux, enfin, que notre civilisation peut encore nous faire »[238]. Baptiste, 26 ans, Professeur des écoles, est amateur de films américains et partage cette idée de la supériorité du film américain.

> **C'est quoi un bon film pour toi ?**
> Je fais partie des personnes qui vont au cinéma pour voir de la fantaisie, des choses que l'on ne voit pas en réalité ! J'aime pas aller au cinéma et m'ennuyer ferme. J'y vais pour m'évader du train-train quotidien ! C'est ça du cinéma ! Non ? Un divertissement à ce que je sache ! C'est pas le sujet qui compte. Les américains savent prendre des sujets difficiles et en faire des grands films, regarde Spielberg ou Clint Eastwood. C'est comment ils s'y prennent, je sais pas, c'est meilleur quoi !

L'observation attentive des films les plus rencontrés dans les médiathèques personnelles de 43 longoviciens permet de préciser quels sont ces films américains qu'ils aiment. *Titanic* a ainsi été le film le plus rencontré (10 fois) devant *Alien*, *Kill Bill*, *King Kong* (de Peter Jackson), *Le seigneur des anneaux*, *Matrix* (8 fois), *Forrest Gump* et *La liste de Schindler* (7 fois), *Heat*, *Indepandance Day*, *La planète des singes*, *Retour vers le futur*, *Spider Man* et *X Men* (6 fois), *21 grammes*, *Gladiator*, *La guerre des Mondes*, *Les dents de la mer*, *Spider Man 1 et 2*, *Terminator*, *Troie, Usual suspet*, *Batman* (de Tim Burton), *Edward aux mains d'argent*, *Harry Potter*, *Rocky* (5 Fois), *Abyss*, *American Beauty*, *Shrek*, *Star Wars*, *Vanilla Sky*, *Amerian History X*, *Arrête-moi si tu peux*, *Pirates des caraïbes*, *Predator*, *Eyes Wide Shut*, *Highlander*, *I Robot*, *L'âge de glace*, *Le jour d'après*, *Le masque de Zorro*, *Le pianiste*, *Le*

[238] AURIOL, J.-G. Avant-propos au livre de ARTIS, P. 1947. *Histoire du cinéma américain*. Paris : Colette d'Halluin Editeur, p. 11. Cf. également MONTEBELLO F. 2005. *Histoire et sociologie de la qualité cinématographique*. Habilitation à diriger des recherches, p. 106.

transporteur, *L'effet papillon*, *Les 4 fantastiques*, *Mission Impossible*, *Mon beau père et moi* (4 fois).

B- Le film « commercial » et le film « d'intellos »

Si le film américain constitue un modèle positif, le film d'intellos et le film commercial, à l'inverse, représentent chacun à leur manière un modèle négatif. En effet, le rejet affirmé du film commercial s'associe de fait avec celui du film « d'intellos ». Tous deux représentent un pôle d'un continuum, le film de qualité réussissant à échapper en même temps aux défauts de l'un et de l'autre. De la même manière, les spectateurs, s'ils ont bien des préférences, refusent de s'enfermer dans des partis pris et s'efforcent de ne pas être « fermés » comme ce couple rencontré dans le Hall du multiplexe. Michel et Jocelyne, qui ont entre 60 et 65 ans, ont milité durant les luttes syndicales des années 70 à Longwy et ont gardé depuis, cette époque, le goût des films « qui ont des choses à dire ».

> **D'où vous vient ce goût ?** (Ils aiment le cinéma d'Art et d'Essai).
>
> Michel : C'est parce qu'on a milité, on se cultivait au syndicat.
> Jocelyn : Moi je travaillais dans la grande distribution, j'étais caissière. J'étais aussi dans les syndicats. On lit aussi beaucoup. Ce n'est pas que dans le cinéma, c'est dans beaucoup de choses qu'on a une réflexion surtout avec toujours un esprit très critique.
>
> Michel : On a quitté l'école à 14 ans, on n'a pas fait d'études mais c'est la lutte syndicale qui nous informait à nous a poussé à élargir nos connaissances. J'ai quitté mes responsabilités syndicales. Bon, on était aussi au parti communiste faut dire mais il faut toujours que l'esprit soit en éveil. On aime les films d'auteur, ceux qui font réfléchir, qui posent des questions !
>
> Michel : Nous allons souvent au cinéma et nous allons voir les films, d'auteurs, d'Art et Essai. (Il se reprend aussitôt). Attention on n'est pas non plus fermé, c'est-à-dire que nous allons aussi voir des films qui sont commerciaux en faisant des choix stricts. On n'ira pas voir par exemple le genre *Iznogood*.
>
> **Qu'est-ce qu'un film commercial ?**
> C'est le contraire du film d'auteur ! C'est des films qui sont faits pour marcher.

Jean-Marc Leveratto rappelle que souvent, « le spectacle sert à l'individu à éprouver la réalité sociale des émotions qui, dans la vie réelle, l'attachent à un réseau de choses et de personnes que le spectacle lui permet de ressentir comme proches »[239]. Dans cet exemple, on

[239] LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*

voit bien comment pour Jocelyne et Michel, le plaisir cinématographique répond à une curiosité intellectuelle, elle-même associée à un engagement politique. Ces anciens syndicalistes soulignent l'ancrage social de leur consommation cinématographique et le goût particulier pour les films d'auteur, « ceux qui font réfléchir, qui posent des questions ! ». Ce qui ne les empêche pas pour autant d'aimer le cinéma en général dès lors qu'ils estiment que les films sont de qualité, mais ce souci de la réflexivité interdit en même temps de les enfermer dans une famille de goût.

> **Vous suivez toujours les choix de *Télérama* ?**
> Michel : Pas du tout, pas du tout…
> Jocelyne : On lit souvent des critiques dont on s'inspire mais on ne lit pas aveuglément. J'ai déjà critiqué les avis de *Télérama* mais en gros je me retrouve dans leur critique nous sommes très libres. Par exemple nous sommes allés voir *Boudu* (une comédie française) parce qu'on avait envie. Bon c'est sûr c'était gros mais on a bien rigolé !
>
> **Il était sévèrement critiqué dans Télérama je crois**.
> Michel : Oui c'est ça ! Mais bon nous on avait envie de rire. Et puis Catherine est formidable. Mais, *Télérama*, ce n'est pas non plus une bible pour moi : parce que je les trouve, moi, assez durs. Oui, ils sont durs, très durs ! Il faut trouver un équilibre entre ce que dit Télérama qui sont très durs, et le reste aussi. Parce qu'attention si vous écoutez les informations ou la promotion tous les films sont bons ! Avec la promotion, tout est bon, donc c'est pour ça qu'on lit Télérama.
> Jocelyne : Sur certains, il y a des bonnes critiques.

Pour Michel et Jocelyne, la distinction entre films d'auteurs et films commerciaux ne permet pas de faire l'économie d'une délibération au cas par cas. Il est nécessaire de se renseigner sur la qualité des films, et non de croire aveuglément *Télérama*, puisqu'il existe de mauvais films d'auteur et de bons films « commerciaux ». De fait, ce qui est souvent rejeté, ce n'est pas tant le film lui-même, que le succès commercial comme indicateur fiable de sa qualité. C'est ce que permet de vérifier cet entretien avec Carole, 26 ans, étudiante.

> Un film peut être extrêmement mauvais et faire beaucoup beaucoup, beaucoup plus d'entrées qu'un bon film d'auteur ! Pourquoi ? Parce que la publicité qu il y a eu autour te donnera envie d'aller le voir ! Pour moi le cinéma ne se résume pas à un scénario hollywoodien formaté, à des effets spéciaux dans tous les sens, des explosions, des histoires d'amour à 2 balles, à des acteurs tous beaux et minces ! Pourtant c'est souvent ce qui ramène le plus d'entrées car le spectateur recherche un truc où il ne réfléchit pas, où on lui montre et où on lui dit tout ! Mais bon, chacun a son approche du cinéma et un nombre d'entrées ne reflète pas la qualité d'un film.

De tous les lieux communs utilisés, c'est encore le « juger sur pièce » et donc la prudence qui s'impose comme le plus efficace.

C- Juger sur pièce

La prudence caractérise donc tous les spectateurs interrogés, y compris les plus engagés. Pour chacun, la qualité d'un film s'éprouve personnellement. Cette attitude d'un spectateur soucieux de juger, malgré son goût, au cas par cas, ressort bien des entretiens. Par exemple, Jeannine, 45 ans, s'est mis à regarder des films d'auteur suite à une rencontre et a cessé dès lors que cette relation a cessé. Elle tient un discours assez mitigé suite à cette expérience. Pour elle, si le film commercial, c'est « toujours pareil », elle regrette dans le même temps le fait que beaucoup de films d'auteurs soient « noirs » ou « tristes ».

> Non, moi, je cherche plus à regarder trop les films d'auteur, parce que c'est souvent spécial. Y a beaucoup de films assez noirs ou dépressifs mais dans les films commerciaux, comment dire, c'est moyen quoi, c'est toujours pareil….oui bon ça dépend mais j'aime plus autant qu'avant les films d'Art et d'Essai ou d'auteur. Ca dépend lesquels, bon y a les chefs-d'œuvre mais y a aussi ceux qui sortent tous les jours et qui sont moyens faut dire.

Patrice, 45 ans, enseignant, déjà rencontré, porte une appréciation identique.

> Si j'ai aimé le film, alors pour moi ce sera un bon film. Et inversement. Jamais un film ne fera une véritable unanimité. Par exemple, *Star Wars* est pour moi un chef d'oeuvre, et pourtant, combien n'aiment pas ! Alors, *Amélie Poulain*, moi j'ai aimé ! Simple et mignon, le duo Audrey Tautou/Mathieu Kassovitz m'a pas déplu ! Mais les films que projette l'association *J'aime le cinéma*, j'aime aussi. Alors, les goûts et les couleurs... *Les Bronzés*, je me bidonne toujours autant malgré la multi-diffusion ! Ca ne m'empêche pas d'avoir apprécié *Jules et Jim* ou *Pierro le Fou* pour te dire.

L'attachement au cinéma se traduit également par le souci de sa pérennisation. Chacun défend alors « son » cinéma, non par égoïsme, mais par le désir de protéger un loisir dont il a pu éprouver l'enrichissement personnel qu'il apporte.

II- Le souci du patrimoine cinématographique et de la bonne conduite du spectateur

Deux discours prédominent dans le discours du spectateur expérimenté : celui de la défense du patrimoine cinématographique et de la déploration de la conduite de certains spectateurs de cinéma (A) auxquels il manque une qualité essentielle : la curiosité (B).

A- La défense du patrimoine cinématographique

Le discours qui vise à défendre le patrimoine cinématographique peut dénoncer la qualité des nouveautés par exemple. C'est le cas de Diana, 45 ans, femme au foyer, qui est très critique sur l'actualité de la production cinématographique. Elle appuie son argumentation sur des films récents qui ont été, pour elle, des déceptions :

> En ce moment, y a pas de bon film ! Le cinéma ne fait plus de bon film c'est désolant. Je viens de voir *L'enquête Corse* et j'ai trouvé ça nul. J'ai vu aussi *The Terminal* et la moitié du film est nulle ! Il y a trop de films. L'industrie du cinéma réalise beaucoup trop de films, dont plus de la moitié n'a pas de profondeur.

Mais très souvent, le discours vise directement à dénoncer l'incompétence des spectateurs qui ne sont pas des bons consommateurs et qui contribuent aussi à la dégradation de l'offre de cinéma. C'est le cas de Robert Bardelli, le président du *Ciné-Club* que nous avons déjà rencontré.

> Longwy est devenu un dortoir. Tous les soirs y a un peu de monde au cinéma. Avant il n'y en avait pas dans la semaine à cause des tournées. Avant, c'était pire ! Un film dont on parle on peut penser que les gens par curiosité vont aller le voir mais même pas. Par exemple, *La chute*, on était 5 dans la salle ! Longwy c'est pas très cinéphile d'où le peu d'engouement pour l'Art et Essai. Quand on a 50 ou 60 entrées on est content ! Obliger les gens à aller voir *Camping*, *Les Bronzés*, ils feraient mieux d'obliger les gens à aller voir *Mar Adentro !*
>
> *La chute* on aurait pu penser que les gens allaient le voir par curiosité, pas par compétence mais au moins par curiosité…quand vous voyez que *Taxi* fait 5 millions d'entrées, on se pose des questions. *Les Bronzés*, c'est 10 millions ! On emmène vite des gens en guerre on peut se poser des questions ! On leur fait faire ce qu'on veut ! Malgré les efforts de *J'aime le cinéma* ou de nous (*Le Ciné-Club*)…on y arrive pas. Les longoviciens me font peur ! Ils sont pas très cinéphiles !

En tant que passionné de cinéma, Robert Bardelli reconnaît cependant le caractère imprévisible de la réussite commerciale et la difficulté, de fait, à domestiquer le public.

> **Certains films commerciaux ne marchent pas…**
> Oui c'est vrai ! On voit des films, on sait pas pourquoi l'échec est au rendez-vous ! En 48 ans de *Ciné-Club* derrière moi, je n'ai jamais réussi à identifier le public de Longwy, on y arrive pas…Si, il y a bien certains critères, il y a des Fernandel, n'importe quel navet faisait un tabac avec Fernandel…les Brigitte Bardot aussi, mais c'est très très rare !
> Sa femme intervient dans la conversation : Si je peux me permettre j'observe que souvent les gens ils ne savent pas ce qu'ils vont voir au cinéma ! Ils choissent leur film au dernier moment. Ils font leur sortie cinéma au dernier moment.

> Robert : Oui ! Ils vont au restaurant puis après ils regardent ce qu'il y a à l'affiche. Donc y a pas d'évolution du public longovicien malgré les efforts que l'on peut faire.

Il est intéressant de vérifier que ce discours qui vise à protéger « le cinéma qu'on aime » n'est pas propre à une génération de spectateurs ni à un genre de cinéma. Le discours de Ricardo, 30 ans, à propos du succès de certains films français ou sur la faible qualité visuelle et auditive des films téléchargés, est exemplaire.

> **Le cinéma français tu aimes ?**
> Oui ! D'ailleurs il cartonne en ce moment mais attention ! Tout tourne autour du Box Office mais ça ne dit plus rien le Box Office ! Quand tu vois que le film *Les Bronzés 3* a passé les 10 millions d'entrées alors que tous ceux qui l'ont vu disent qu'il est raté !
>
> **Tu télécharges des films ?**
> Le dernier *Superman*, tous mes potes l'ont déjà téléchargé en version québécoise ! Ils me font délirer ces versions québécoises, elles sont horribles ! Bon moi j'ai décidé de ne plus télécharger des films en version québécoise, pareil je les prête plus ! Tous les films que je télécharge sont sortis au cinéma depuis longtemps pour être sûr d'avoir la vraie version française. La version canadienne, ça te tuerait un chef d'œuvre !

Ce discours de déploration, comme on le voit dans le cas de Ricardo, résulte surtout de la diffculté à transmettre sa passion aux autres. En effet, aimer le cinéma, c'est aussi éprouver le désir de le partager. Cet extrait d'entretien avec Karim, déjà rencontré, l'illustre parfaitement. Karim, 32 ans, amateur de films d'horreur et de science fiction déplore, en effet, le peu de popularité des films qu'il aime et, partant, le manque de curiosité des spectateurs néophytes.

> **Tu prêtes des films ?**
> Il m'arrive de prêter des films mais on me demande toujours les plus commerciaux. Les gens c'est pas comme moi, ils veulent les trucs les plus connus. J'ai beau leur parler de films, ils veulent quand même soit des classiques, soit des trucs commerciaux. Là par exemple, j'ai mon beau-frère, il voulait voir *Uss Charleston*, le téléfilm qui est passé à la télé. Je lui ai dit que c'était un remake d'un film des années 50, *Le dernier rivage*. Il m'a pas cru, alors ça ça m'énerve, et de deux, il a quand même voulu revoir le film qu'il connaissait déjà au lieu de découvrir le film des années 50, l'original en plus !

La vision d'un cinéma comme un spectacle accessible à tous peut cependant conduire certains spectateurs à adopter une attitude optimiste sur la compétence des néophytes car, comme le dit Georges, « n'importe quelle personne peut ressentir quelque chose de fort et d'intime via le cinéma ».

Tu prêtes des films ?
Oui, à la famille, qui rend parfois un an après, à des voisins, à des potes…(rires)

Est-ce qu'on te considère comme un spécialiste cinéma ?
Oui, dès qu'un événement ciné se fait sentir, on vient m'en parler pour que je détaille l'événement en question parfois j'en sais pas plus qu'eux. Mais enfin bon, n'importe quelle personne peut ressentir quelque chose de fort et d'intime via le cinéma. C'est à la portée de tout le monde donc même la personne la plus inculte sur l'histoire du ciné, son savoir faire, ses genres, peut vivre quelque chose de particulier, que seul lui peut comprendre

…et peut apprécier le dernier Ozon ?
C'est possible. Bien que certains réalisateurs réalisent en faisant référence à l'histoire du cinéma. Le spectateur lambda sur ce point, ne pourra alors pas saisir certaines subtilités. Quelques fois, un film est bon surtout par rapport à son contexte à ce qu'il apporte au moment T. Si tu ne prends pas conscience de ça, tu passes à côté du film. C'est pour ça que tu as aujourd'hui des cinéphiles qui adorent certaines série B pas très folichonnes car ils saisissent l'innovation de l'époque et donc la "fraicheur" du film. Avec du recul, tu remets dans le contexte, et le kitch devient un coup de génie !

La bonne conduite à l'égard du cinéma peut, d'après la majorité des spectateurs les plus passionnés, se résumer en un mot : la curiosité.

B- La curiosité du spectateur

La compétence cinématographique du spectateur consiste, pour les spectateurs expérimentés, à savoir se laisser surprendre en se rendant sensible à l'imprévu, à l'inédit, au nouveau. Jennifer, 26 ans, employée à la mairie et Patrick, 45 ans, ouvrier me font part de ce savoir-faire :

Jennifer :

Je passe du coq à l'âne. Je peux m'intéresser à des trucs débiles et à des trucs pointus. Pour moi, y a pas de films plus intelligents que d'autres. Tu peux dire, les films d'action que c'est des films pour les neuneus, alors que non. Le cinéma soit tu y vas pour te cultiver, soit tu y vas pour te distraire. Il n'y a que les personnes limitées intellectuellement pour ne rechercher dans le cinéma que les films intelligents. On peut admettre qu'un film qu'on n'a pas aimé est bon. C'est pour cela qu'on peut parler de bon film et de mauvais : sinon, ça ne dépendrait que des goûts de la personne qui le regarde. Toute sorte de film est bien : que ce soit bourrin, intelligent, ou autre. Il ne faut pas dire « tel genre est mieux qu'un autre ». Est ce qu'il y a des couleurs interdites en peinture ? Mais si tous les genres sont acceptables, c'est ensuite la qualité du film qui joue : il y a des navets dans les films d'action comme dans les films d'intellos !

Patrick :

Tu aimes tous les genres ?
Oui je suis bon public après si je n'ai pas aimé je le dis ! C'est comme un match de foot, si les joueurs jouent mal, j'ai le droit de le dire. C'est pas parce que je ne suis pas Zidane que j'ai pas le droit de critiquer les joueurs. Au cinéma c'est pareil !

Ces discours sont une très bonne illustration de cette capacité du spectateur compétent à élargir et renouveler son expérience tout en refusant de prédéterminer ses choix. Posséder une trop grande expertise dans le cinéma peut même d'après les spectateurs, avoir des effets négatifs sur le plaisir retiré d'un film. C'est ce que rappelle Georges, déjà interrogé.

Même les spécialistes peuvent se tromper ?
Bah à force d'être pointu on réduit sa largesse d'esprit. On devient moins généreux, moins tolérant.

On l'avait déjà noté dans le chapitre consacré à la sortie cinéma (chapitre 2), le spectateur sait qu'une part du plaisir du cinéma réside dans son engagement personnel. Ce dernier consiste également à savoir rester réceptif à la nouveauté.

Conclusion

La passion des longoviciens pour le cinéma est rendue visible par cette attitude qui consiste à regarder de manière frénétique plusieurs films par semaine, voire par jour, ou conserver les films ou des revues de cinéma précieusement. Elle consiste aussi à tenir des discours cohérents sur la qualité au cinéma et sur la bonne conduite à adopter face aux films. Jean-Marc Leveratto rappelle que « tout éclaircissement, par un individu, du plaisir que lui procure une activité suppose, en effet, une réflexion sur le sens de ce plaisir pour les autres hommes qui légitime le jugement qu'il porte sur ce plaisir et son effort pour le faire partager à autrui »[240]. Cet effort participe, plus globalement à la domestication et à la stabilisation d'une cinéphilie autant qu'à sa transmission, et partant, son étendue. Mais ces discours reflètent

[240] LEVERATTO, J.-M. 2000, *op. cit.*, p. 117.

également un rapport au cinéma qui s'inscrit tant dans les histoires de vie des longoviciens que dans les murs de la ville comme je le montrerai dans le prochain chapitre.

CHAPITRE IV- Films préférés et inscription locale de l'expertise

Introduction

L'observation de l'évaluation de la qualité des films faite par les spectateurs de Longwy révèle parfois une expertise propre à la localité (section I). Cette influence de la sociabilité locale sur les préférences des spectateurs est confirmée par l'exemple du festival du film italien de Villerupt (section II).

Section I- Mémoire collective et mémoire individuelle

Les rivières Pourpres 2, *Podium* et *Le Cri* sont les films que les longoviciens priment car ils réactivent une mémoire collective, une appartenance à un patrimoine culturel commun (I). D'autres films réactivent, quant à eux, une mémoire plus personnelle chez les longoviciens (II).

I- Quelques exemples d'inscription locale de l'expertise

L'observation du nombre d'entrées comme celle du vote des internautes longoviciens sur le site internet du multiplexe révèle que certains films ont été particulièrement appréciés en 2004 (A). En 2005, c'est le succès local du téléfilm *Le Cri* qui interpelle : une sortie exceptionnelle en salle à Longwy, de très nombreuses réactions de longoviciens sur le forum du site internet de France 2, la chaîne qui a diffusé le téléfilm et de très bonnes ventes du DVD à Auchan (B).

A- L'exemple des films qui ont plu à Longwy en 2004

Plus que l'observation du Box office, le site internet du multiplexe, qui permet aux internautes longoviciens d'évaluer en donnant une note aux films qu'ils ont vus, est un bon observatoire du goût du public longovicien. En effet, la fiabilité du critère du succès est soumise à

caution car « entre payer pour voir et avoir aimé il y a une différence », le box office consacrant « un choix de sortie et non une expertise »[241]. Ainsi, si l'on compare, par exemple, film à film, la note attribuée par les spectateurs d'Utopolis en 2004, aux votes des spectateurs français déposés sur le site d'allocine (www.allocine.fr), on constate que s'il est globalement représentatif du vote national, il s'en diffèrencie sur certains films.

La notation des films sur www.utopolis.fr et sur allocine.fr

Films	Note sur utopolis.fr	Notes sur Allociné.fr	Films	Note sur utopolis.fr	Notes sur Allociné.fr
1) Pirates des caraïbes	0,90/1	1,00/1	23) Le Dernier Samuraï	0,77	0,85
2) Braquage à l'italienne	0,88	0,75	24) Master And	0,74	0,75
3) La Ligue des gentlemen	0,50	0,48	25) Après Vous	0,63	0,66
4) Bruce Tout-Puissant	0,89	0,62	26) Albert est	0,60	0,40
5) Elephant	0,65	0,66	27) L'Homme Sans Passé	0,37/1	0,68/1
6) La couleur du mensonge	0,30	0,73	28) The Pianist	0,91	0,89
7) Intolérable Cruauté	0,82	0,75	29) Retour à Cold	0,91	0,77
8) Kill Bill: Volume 1	0,82	0,79	30) Rock Academy	0,83	0,71
9) Gothika	0.85	???	31) 21 grammes	0,80	0,82
10) Les sentiments	0,80	0,50	32) Les Rivières	0,80	0,51
11) Love Actually	0,79	0,75	33) Frère des Ours	0,80	0,76
12) Tais-toi	0.8	0,7	34) Peter Pan	0,80	0,85
13) Le Seigneur des	0,78	0,84	35) Podium	0,90	0,77
14) American Pie 3	0,74	0,62	36) Les Invasions	0,78	0,75
15) Mauvais Esprit	0,67	0,41	37) Lost in	0,76	0,78
16) S.W.A.T. Unité d'Elite	0,67	0,50	38) Le Manoir hanté	0,75	0,62
17) Michel Vaillant	0,63	0,58	39) Spy Kids 3D	0,68	0,49
18) The Matrix Revolutions	0,39	0,50	40) Open Range	0,64	0,78
19) Le Seigneur des	0,79	0,89	41) Les 11	0,63	0,62
20) Scary Movie 3	0,78	0,60	42) RRRrrrr !!!	0,51	0,47
21) Le Monde de Nemo	0,78	0,85	43) Confidences	0,56	0,76
22) Freaky Friday, dans la	0,77	0,7	44) The Magdalene	0,40	0,45

Le vote longovicien est différent pour 12 films sur 45. Deux films, *Les rivières pourpres 2* et *Podium* sont particulièrement appréciés[242] des longoviciens qui relèvent des éléments qui leurs sont familiers. Le film *Les Rivières pourpres 2* a été classé 4ème dans le classement des entrées en 2004 à Longwy et seulement 21ème au niveau national[243]. Il reçoit la note de 0,77 sur 1 sur le site internet Utopolis contre seulement 0,5 sur 1 sur le site allociné. Le film a été

[241] JULLIER, L. 2003, *op. cit.*, p.67.

[242] Le nombre et le style de l'ensemble des critiques de tous les films sera détaillé dans le chapitre consacré à la sociabilité cinémato « graphique » (cf. Partie II, chapitre 2).

tourné en Lorraine, sur la ligne Maginot et certaines scènes ont été filmées dans le Fort de Fermont, non loin de Longwy. Les séquences se déroulant dans un commissariat ont, quant à elles, été tournées dans un grand bâtiment Art Déco, situé à la frontière luxembourgeoise tout prêt également de Longwy. Ce sont ces éléments que les spectateurs ont privilégié :

> - Gladys de Longwy : (…) De plus cela a été tourné dans ma région, je trouve que ca donne un plus, on voit que l'on peut faire de bonne chose ici aussi !
>
> - Lipic de Herserange : Un film tourné dans notre belle région et nos vestiges ne peut avoir que des compliments, Enfin!!!! Le Pays Haut....

Cet intérêt pour la représentation de la localité peut même prendre la forme d'une fierté locale qui va, dans un effet inverse, rejeter le film pour son ignorance de la localité.

> - Fab de Rehon : Mises à part 2 scènes, rien de bien intéressant dans ce film, sauf une phrase qui restera "culte" Magimel "un blanc sec" réponse du patron du bar "on est pas en Alsace" ! Ridicule et insultant pour notre région, Luc Besson auteur des dialogues et du scénario est pitoyable !!

Le deuxième exemple est le film *Podium*. Son succès en terme d'entrées (3ème de l'année à Longwy alors qu'il n'est que 7ème au niveau national) comme en terme de votes sur le site utopolis.fr (0,90 sur 1 contre 0,77 sur 1 sur le site allociné) s'éclaire, encore une fois à la lecture des critiques déposées par les internautes qui fréquentent le multiplexe. 30 % des messages postés proviennent de spectateurs belges venus voir le film à Longwy par exemple.

> 2004-02-18 - Nico de Arlon : terrible ! Benoit des millions de fois merci pour ce fabuleux film, amusant, très comique, romantique et surprenant... quel talent il à notre petit Belge qui adore les frites... Ceux qui n'ont pas encore vu le film, il ne faut plus perdre un seul instant...
>
> 2004-02-15 - Joschua de Arlon : J'ai adoré, alors pour une fois que les belges ne passent pas pour des zouaves, franchement merci monsieur POELVORDE, vous nous donnez l'impression d'une Belgique plus sympathique que l'entarteur.

Les spectateurs de Longwy priment ainsi, dans leurs choix de sortie mais également dans leur évaluation, les films qui *parlent* de leur région et ceci est encore plus édifiant dans le cas du téléfilm *Le Cri.*

[243] Sources : Utopolis et CBO Box Office.

B- Le film qui parle de la mémoire de Longwy : *Le Cri*



En Mars 2006, France 2 diffuse le téléfilm *Le Cri* dont le synopsis est le suivant :

> Juillet 1987. Robert Panaud assiste à la fermeture du haut-fourneau au pied duquel il a travaillé toute sa vie. Un enterrement de première classe qui met fin à cent vingt ans d'Histoire. À l'issue de la cérémonie présidée par son fils, jeune ingénieur, il se souvient et lui fait le récit de sa vie d'ouvrier métallurgiste. Elle débute en 1945 quand, à quinze ans, plein d'espoir et confiant en son avenir, il passe pour la première fois le portier de l'usine. Elle se termine sans gloire quarante années plus tard par une mise à la retraite anticipée, après un parcours souvent difficile.

Dans le même temps, une discussion sur le film s'ouvre sur le forum du site internet de la chaine et de nombreux spectateurs de Longwy s'y expriment. La première critique déposée est intitulé « ce film est impressionnant de réalisme », ouvert par dodo70, qui donne son réel nom à la fin de son message, et qui rappelle son origine longovicienne. La très grande majorité des critiques acclame un film qui valorise le passé sidérurgique de la ville et dont il ravive la mémoire et les valeurs.

> Dodo70 : Dialecte, lutte des classes, attitude de l'Eglise, techniques industrielles, réalités historiques, tout colle ! Ce film est superbe...c'est un ancien métallo qui vous le dit ! Vous savez, ça me soulage de voire que là-haut, les aristos parigos pensent un peu à nous...enfin, après des années d'indifférence, on se met à raconter l'histoire de toute une région, toute une communauté. Tout un patrimoine sacrifié sur l'autel du libéralisme économique. Eh oui, c'est ça aussi la mondialisation ! Enfin bon, merci encore pour ce film génial qui me fait espérer pour l'avenir. Il n'y a plus d'usines mais il n'y a plus de boulot non plus. Les gosses ont des diplômes mais plus de boulot ! C'est triste à dire mais au moins, à l'époque, on savait qu'on aurait un boulot ! La forme a changé mais pas le fond...il y a toujours des dominés et des dominants ! Marc C. Longwy (54).

> Metallo68 : Monsieur Baslé, votre film me bouleverse....j'avais 9 ans lorsque l'usine d'Athus a fermé en 1977 (à 5 km de Longwy)...j'ai vu et entendu le cri des ouvriers, le désespoir et la lutte de tous les pères pour faire vivre leur famille. La pudeur, la dignité et le courage ont été leurs meilleures armes. Mon papa n'a pas souhaité regarder votre film car selon ses propres mots : "il y a des souvenirs qui ne faut pas remuer"....c'est vous dire si la douleur est toujours intense. Mes grands-pères et mes oncles étaient aussi métallos et tous vivaient dans ces "casernes"...j'aime autant vous dire que j'en ai des souvenirs magnifiques. L'amour, la convivialité et la chaleur humaine seront toujours bien plus forts que l'argent.... J'ai fait "de grandes études" pour prouver à toute la petite bourgeoise locale qu'une fille d'ouvrier pouvait surpasser leur enfant mais croyez-moi, je suis extrêmement fière et admirative de ma famille de métallos, ils m'ont appris toutes les choses importantes de la vie et mon coeur se trouvera toujours au haut du crassier ! (note : elle parle là du crassier de Longwy, disparu depuis.) Merci du fond du cœur.

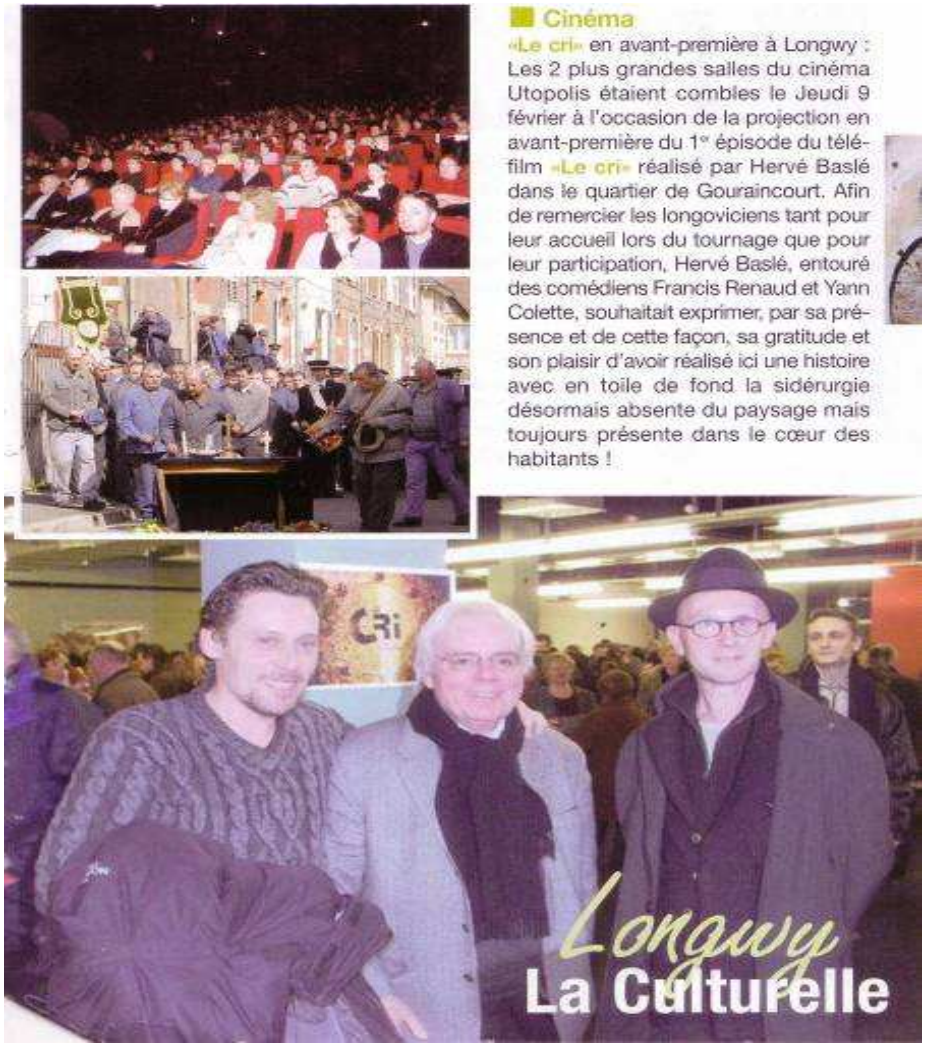
> Nicolas1 : Bonjour, un grand merci à Hervé Baslé pour cet hommage au métallo, mon grand-père, mon père était métallo en Lorraine et moi même métallo depuis 17 ans. enfin une très bonne réalisation pour nous les ouvriers. Ce film est vraiment réaliste sur le point de la vie qui s'y menait, certains passages me rappellent mon enfance ! Signé : un métallo. PS : Dommage que cette solidarité est perdue à notre époque.

Cet enthousiasme pour un film qui parle de l'histoire de la région et qui ravive des souvenirs intenses ne s'oppose pas cependant à l'exercice de la critique.

> Maryetpat : J'ai été assez satisfait sur le réalisme du film, mais j'ai été déçu par certaines scènes, notamment sur le plancher de coulées où les ouvriers enjambent la rigole de fonte en fusion sans protection (alors que la température avoisine les 1500 degrés). Pourquoi ne pas avoir utilisé des usines en fonctionnement pour réaliser les scènes de coulées et d'acier en fusion ? Mais dans l'ensemble le film est très bien fait et il change des séries américaines traditionnelles.

Avant sa diffusion sur France 2, le film *Le Cri* avait déjà été projeté à Utopolis le jeudi 09 février en présence du réalisateur Hervé Baslé. Les deux plus grandes salles du cinéma étaient alors remplies comme le montre le document suivant.

Le Cri projeté au cinéma Utopolis



Cinéma

«Le cri» en avant-première à Longwy : Les 2 plus grandes salles du cinéma Utopolis étaient combles le Jeudi 9 février à l'occasion de la projection en avant-première du 1er épisode du téléfilm «Le cri» réalisé par Hervé Baslé dans le quartier de Gouraincourt. Afin de remercier les longoviciens tant pour leur accueil lors du tournage que pour leur participation, Hervé Baslé, entouré des comédiens Francis Renaud et Yann Colette, souhaitait exprimer, par sa présence et de cette façon, sa gratitude et son plaisir d'avoir réalisé ici une histoire avec en toile de fond la sidérurgie désormais absente du paysage mais toujours présente dans le cœur des habitants !

(« Longwy Notre Ville », magazine municipal de mars/avril 2006 n°147)

Le phénomène de la parenté artistique, pour reprendre l'expression de Jean-Marc Leveratto, désigne le phénomène de l'attachement, à des films qui font partie de notre mémoire locale et dont on éprouve rétrospectivement la valeur de témoignage[244]. Ainsi, le goût pour ces films est manifestement stimulé par leur enracinement local et la mémoire collective qu'ils réactivent. Cet enracinement peut prendre également la forme de la mémoire individuelle, mémoire des proches, amis et lieux de notre enfance par exemple.

[244] LEVERATTO, J.-M., 2006, *op.cit.* p. 162.

II- La mémoire personnelle

Après la mémoire collective, la mémoire personnelle que réactivent en nous la simple évocation de films justifie notre évaluation de leur qualité. Ainsi, certains films sont liés au souvenir de notre famille, de nos amis (A). D'autres encore nous ont permis de construire notre identité et expliquent, longtemps après les avoir vus, ce que nous sommes et ce que nous faisons aujourd'hui (B).

A- La mémoire familiale et amicale

Jean Pierre, 61 ans, déjà interrogé, est intarissable sur les films de son enfance. Il tient des fiches techniques des films qu'il possède (700 DVD et 2 500 en VHS). Il est en retraite mais très actif notamment au niveau associatif. Il est, ce qu'on peut appeler, une « figure locale » et vit depuis plus de trente ans à la Z.U.P de Mont St-Martin dans un quartier peuplé à majorité de familles originaires du Maghreb et du Portugal.

Vous allez souvent au cinéma ?
J'y allais tous les dimanches, j'allais voir des films deux fois de suite quand j'aimais ! Moi j'adorais des comédies musicales. Là, j'en ai racheté, j'ai trouvé ça nul ! *Joselito* il est passé qu'à Herserange. Je courais jusqu'à Herserange et dès la fin, je courais jusqu'à Longwy-Bas pour aller voir le western de 5h !

Quels sont les films qui vous ont marqué ?
Charlie Chaplin ! Le jour de ma communion, j'ai été voir Charlie Chaplin *La ruée vers l'or*, c'était fantastique ! Les westerns aussi j'adorais. Ça, maintenant, quand on les regarde on se dit aussi, bon, maintenant c'est le fantastique, je lis beaucoup de fantastique…Le cinéma, c'est aussi une manière de voir l'évolution qu'on eu dans notre vie ! A l'époque, il y avait le film mais y avait les actualités et la présentation du film d'après ! Ca m'est arrivé de faire le mur pour aller au cinéma. Ma mère nous disait : vous êtes grands maintenant, vous pouvez vous enfermer dans votre chambre. Alors on mettait la radio et on se sauvait par la fenêtre ! (rires). On habitait au premier étage, dans une maison en pierre de taille, et on remontait par le mur. Mes parents avaient vachement confiance. On faisait des courses la semaine pour gagner 10 cts par ci, 20 cts par là, pour pouvoir se payer la séance et le miko !

Finalement le cinéma…vous avez appris tout seul ?
Oui mais parce qu'il y avait des cinémas pas chers ! Je viens d'un milieu modeste…parce qu'à l'époque les parents envoyaient les enfants le dimanche au cinéma parce que c'était pas cher ! Nos parents nous lâchaient à 2 heures et on devait être revenu à 18 h ! Parce que c'était l'époque de la guerre d'Algérie, on

était jeune fallait être revenu parce qu'à Longwy, il y avait des attentats ! C'étaient que des gosses au cinéma !

Et puis on a eû l'âge de se marier. J'avais un copain qui m'avait dit « Tiens, t'as vu celle-là, elle sort du couvent ! ». Bon j'ai fait un pari avec lui. Il m'avait dit « T'es pas capable de la sortir ». Je vais la voir et je dis : « Mademoiselle, ils jouent *Les 10 commandements* au Palace ». Tactiquement c'était bien joué ! Si on n'avait pas été voir *Les 10 commandements*, on serait peut-être pas ensemble. Ca tient quand même depuis 38 ans ! Le cinéma fait des miracles ! (rires)

René, 45 ans, adjoint technique à la mairie de Mont-Saint-Martin, considère *Mad Max* comme son film préféré, qu'il a vu au cinéma à Longwy alors qu'il avait environ 15 ans.

Quels sont tes films préférés ?
Je sais pas, je me suis jamais posé la question en fait, j'en ai beaucoup, maintenant te dire comme ça ! C'est dur quoi ! Ah si, *Mad Max* ! J'allais au Cinéo à Longwy-Haut, je suis allé voir *Mad Max* dans cette salle ! Le premier, y avait une salle en bas et un balcon. C'était pas énorme mais c'était bien, au début des années 80. J'ai vu *L'homme à abattre* 20 fois là bas avec Alain Delon. J'ai vu *Superman* 1 et 2. Ils passaient des films un mois ou deux après Paris comme d'habitude ! Ils passaient des films de cul les vendredis soirs et samedis soirs…des vrais films hein, pas des films érotiques !

Y avait 40 mecs dans la salle, y avait que des mecs ! Ils passaient les Bruce Lee, c'était plein ! Je te parle de ça, je suis né en 64, c'était en 78 ! J'allais pas au Rex, la salle était pourrie ! J'allais au Palace une belle salle avec des sièges en velours rouge ! J'y ai vu *Grease* ! Je m'en rappelle quand il est sorti ! Il y avait 300 personnes devant la salle ! Vous avez pas connu ça vous, y avait les flics devant la porte pour canaliser tout le monde. C'était la folie ! Mais y avait rien d'autre. Y avait un film ou deux mais il restait 3 semaines à l'affiche et toutes les semaines c'était le même film. C'est pas comme maintenant où les films, ils dégagent au bout de deux semaines !

Le cas de Nordine, 35 ans, est également édifiant : ses souvenirs cinéma sont parfaitement conservés, datés et comme inscrits dans les bâtiments de Longwy.

Pour l'anecdote quand j'étais en 6ème en 1984, tout le monde voulait aller voir *Ghostbusters* car la publicité et le merchandising étaient monstrueux. A l'époque, les professeurs ne voulaient pas, et on s'est retrouvé à aller voir *L'histoire sans fin*, je me souviens avoir acheté une barre de Toblerone, ensuite introuvable pendant la séance car l'adulte et son garçon assis à côté de moi et un camarade de l'époque, s'était assis dessus. Je parle de l'adulte, j'étais dégoûté. Mais elle, la barre, n'était pas écrasée ni ratatinée, donc nous l'avons mangée en sortant de la salle. Bon, bref, j'ai bien aimé l'histoire sans fin mais ce que je voulais voir, moi, c'était *Ghostbusters* (un film entre comédie et science fiction) ! Résultat, si tu veux, je suis retourné le voir avec des potes. On était descendu au Rex à pattes, en passant par la grimpette. On descendait pour un oui pour un non à Longwy-Bas (Nordine habitait Longwy-Haut). Quand je vois les jeunes de maintenant, ils bougent plus ! Bon bref c'est pas le sujet ! (rires).

Se remémorer un film permet aussi de se remémorer une époque précise de sa vie à Longwy. Nordine me parle avec une émotion à peine contenue de son apprentissage, par l'intermédiaire du cinéma de techniques de danse qu'il répétait ensuite en boîte de nuit dans les années 80.

Les films de Break Dance ?
Oui, ben là j'ai pas besoin de te dire, j'adore *Break Street 84* (une comédie musicale sur le Hip-Hop). Bon, je m'intéressais déjà à la danse avec Michael Jackson mais là, mon cœur, il s'est arrêté. Un copain m'avait ramené le film des Etats-Unis ! D'abord, ça passait pas sur mon magnétoscope, c'était pas le bon format, c'était du NTSC et ça passait pas en France. Je sais pas si tu te souviens ?

Oui, je me souviens…
Bon bref, le film, j'ai du attendre de l'avoir par un autre copain et quand on l'a vu ça a été l'électrocution ! On sortait les cartons dehors pour tourner sur la tête, c'était une époque de dingue ! Dans le quartier, t'avais les « Jackson » et t'avais les « Breakers », bon maintenant on les appelle les « B-Boys », on dansait des heures et après on sortait au Biblos (boîte de nuit de Luxembourgville à la fin des années 80) et on cassait la baraque ! On refaisait les pas qu'on avait appris dans des films comme *Break Street 1 et 2, Beat Street, Wild Style*. C'était la meilleure période ! Dommage, toi t'es arrivé juste après, t'as pas connu ça !

Quartier HLM de Longwy-Haut dans lequel a grandi Nordine



L'exemple de Karim, 32 ans, est, lui aussi, exemplaire. Il fréquente peu le multiplexe, mais il loue beaucoup de films et en télécharge également, surtout les vieux films et les raretés. Grand amateur de films d'horreur, il se souvient parfaitement de ses premiers frissons d'enfant spectateur et de la rareté de ces films à Longwy dans les années 80, dans les salles mais également à la location comme à la vente.

Mon premier choc c'était enfant, suite à une diffusion tardive à la télé du *Dracula* de Tod Browning avec Bela Lugosi. Ensuite, il y a eu les films du genre *La malédiction*. Tiens, allez, on va le mettre en 3ème celui là ! Parce que c'est un traumatisme d'enfant avec en 4ème *Shining* et en 5ème *The Thing* de John Carpenter…comme ça c'est réglé !

Revenons sur le premier...
C'était déjà le fait de braver un interdit et de regarder la télé à une heure où je devais être couché. C'était ensuite l'ambiance brumeuse du film. Terriblement gothique ! Ah, les Universal Monster ! A 11 ans j'ai bravé un interdit en allant voir un film d'horreur interdit aux moins de 13 ans : *Reanimator* ! C'était au Rex, il est resté une semaine je crois. C'était rare qu'ils passent des films comme ça, fallait pas rater l'occas' parce que après fallait attendre 1 an avant de le capter en vidéo, la haine quoi. Mais enfin c'était l'époque comme ça…Si on m'avait dit qu'un jour, je tournerais dans un film d'horreur !

Karim, figurant sur le tournage du film d'horreur *Paris by night of the living Dead*



On voit, à travers tous cex exemples, combien il est difficile de séparer l'amour de certains films des conditions dans lesquelles nous les avons vus. D'autres films, en plus de réactiver en nous des souvenirs, continuent de nous habiter longtemps après leur visionnage.

B- Ces films qui nous parlent

Dans ce cadre mémoriel, certains films semblent appartenir aux spectateurs comme en témoigne cette déclaration récurente : « Ça, c'est mon film ! ». Ils leur permettent de se représenter à eux-mêmes et aux yeux des autres. Malik, 32 ans, offre un bel exemple de cette représentation de soi que permettent les films. Plusieurs fois finaliste au championnat de France de boxe professionnelle, il a eu le « coup de foudre » pour ce sport, en voyant le premier *Rocky* puis les autres. Il a d'abord vu toute la série à la télévision mais il a acheté les cassettes vidéo très rapidement puis les éditions en DVD qu'il range soigneusement sur une étagère. Malik ne se dit pas expert en cinéma. Il va au cinéma une fois par mois en moyenne pour y voir les films d'action ou de science fiction. Sa collection de DVD rassemble les *Rocky*, *Raging Bull*, Bruce Lee, Jean-Claude Van Damme ou des films plus récents comme *Ali*, *De l'ombre à la lumière*, *Ong Bak* (dernière sensation en matière de films d'arts martiaux) et des films moins connus tels que *Best of The Best* ou *Invincible*. Tous, à des degrés divers, ont pour thème le monde de la boxe ou des sports de combat.

> C'est toute mon enfance. J'ai pu voir tous les *Rocky* une centaine de fois. C'est là que j'ai voulu faire de la boxe. C'est vrai qu'au début je voulais lui ressembler physiquement ! Mais après, je me suis rendu compte que ce que j'aimais surtout, c'était la boxe. Et puis on a grandit dans le même quartier non ? Tu sais comme moi que si tu t'en prenais une, valait mieux pas tendre l'autre joue…Donc ça, c'est sûr, ça a joué aussi !
>
> **Mais maintenant que tu es boxeur, tu regardes ça autrement non ?**
> Non ! D'accord les combats sont pas trop réalistes mais des fois t'as des vrais combats qui ressemblent à ceux de *Rocky* je te jure ! En plus, Stallone, il sait quand même boxer, d'avant en arrière (note : il imite l'attitude de *Rocky* dans le Ring). Ensuite y a un truc hyper vrai dans les *Rocky*, c'est le fait de se lever le matin pour aller s'entraîner…là tu peux pas dire, c'est vrai ! On se sent seul quand il faut se faire violence pour aller s'entraîner, tous les boxeurs connaissent ça ! C'est dur très très dur. Des fois, regarder un extrait de *Rocky* avant d'aller s'entraîner, ça compte, ça donne la pêche ! Quand je cours, je prends mon Walkman avec les musiques des *Rocky*. *Rocky III* reste mon préféré parce que dans ce film Rocky perd 4 ou 5 kg. Moi c'est pareil, je fais 72 kg mais je combats à 68 kg et c'est pas de la tarte pour sécher parce que je ne suis déjà pas gras à la base.
>
> **Est-ce que tu es fan aussi de boxeurs réels ?**
> Non, j'en admire oui, mais je suis pas fan comme *Rocky*. Je pourrais pas être fan de quelqu'un de réel. Parce que s'il est réel, alors, il est comme moi et j'ai trop l'esprit de compétition.
>
> **Quels films tu as chez toi ?**
> Bon, j'ai beaucoup de films gravés mais les films que j'achète, c'est les *Rocky*, les Bruce Lee, les Van Damme, les Jackie Chan parce que c'est des films qui donnent la pêche. Aujourd'hui, t'as plus de vrais acteurs de films d'action ! Il y a des effets

spéciaux mais c'est tout. Comme je te dis, moi, ces films ils me donnent la pêche…ils me motivent !

Pourtant ils ne sont pas considérés comme des grands films ?
Je m'en fous, la bonne vanne, ce sont des films essentiels pour moi ! Et c'est tout ce qui compte ! Qui c'est qui dit que ça ?
Les critiques…
A mon avis, ils ne savent pas c'est quoi le sport, ni la boxe, ni les sports de combat ! S'ils savaient, ils ne diraient pas ça !

Le cas d'Olivier nous donne un autre exemple de ces films qui nous parlent car ils réactivent notre mémoire personnelle et témoignent, rétropesctivement, de notre évolution. A 31 ans, professeur de technologie, Olivier est homosexuel. Il cite parmi ses films préférés, des films qui ont su éclairer sa situation et les questions qu'il se posait durant son adolescence. Ainsi *Beautiful Thing*, est un de ses films préférés par sa manière de parler de l'homosexualité. Interrogé sur ce choix, il me parle de l'importance qu'a eu ce film pour lui.

Su tu veux, c'est l'histoire de deux ados voisins qui vivent dans un quartier pauvre de Londres, qui découvrent leur homosexualité et tombent amoureux. Mais bien sûr, ils doivent se cacher. C'est un film à la fois sensible, drôle, touchant, juste, qui m'a fait plusieurs fois verser des larmes.

Est-ce que ça a un lien avec ta sexualité ?
Oui, évidemment ! (rires)

Si tu veux on n'en parle pas…
Non, c'est bon ça me dérange pas, mais c'est clair que c'est lié. Les films intelligents sur le sujet c'est rare. Bon, voilà, ça sera dans ta thèse ?
Y a des chances !
Bon, ok, mais je ne vois pas le rapport ?

Ca montre que les films qu'on aime, on les aime aussi quand ils parlent de nous ?
Ah, vu comme ça, ouais ok !
Quels sont tes autres films préférés ?
Rimbaud Verlaine (ou *Total Eclipse*). A l'époque j'étais dans ma période Di Caprio et je connaissais peu de films gays dans lesquels je pouvais m'identifier au protagoniste. La 1ère fois, je l'ai regardé avec ma mère et ma sœur, qui ont été plus ou moins choqué. Moi j'étais content ! Je m'y retrouvais ! Si tu veux ce film m'a libéré, ça m'a fait un bien fou ! Je me suis identifié quoi et puis c'est pas tous les jours qu'il y a des bons films avec des Gays, à croire qu'ils n'existent pas !

On voit bien à travers ces témoignages la manière dont les individus ancrent certains films dans leur histoire personnelle, en valorisant deux films qu'ils ont ressentis comme proches. Ce phénomène de ce qu'on pourrait appeler aussi, en jouant sur les mots, le « film de famille » ne signifie pas, cependant un total aveuglement à l'égard de la qualité technique des

films. Ainsi, Malik distingue les bons et les mauvais films de boxe, les bons et les mauvais films de Stallone. De même, il fait une différence entre Sylvester Stallone et Steven Seagal par exemple en rappelant qu'ils n'ont pas les mêmes compétences d'acteur.

> Tu ne me feras pas croire que Stallone et Seagal, c'est la même chose. Ca n'a rien à voir même ! Schwarzenegger, c'est pareil, il a pas le talent de Stallone, il sait pas jouer, il fait rien passer !

Prenant acte de ce ce pouvoir des films sur les humains, certains spectateurs les utilisent à des fins militantes.

C- Militantisme syndical et amour du cinéma

Comme pour Malik ou Olivier, parler cinéma est pour Marco Agostini, une occasion de parler de soi et notamment de son militantisme. Parler de militantisme à Longwy sonne comme un pléonasme tant l'image de la ville est encore associée aux luttes contre les fermetures de la sidérurgie à la fin des années 70. Au début des années 2000 encore, des projections débat, à Utopolis ou dans les salles de cinéma de la Belgique ou le Luxembourg sont l'occasion pour les figures locales de ces luttes de témoigner et de discuter du passé de Longwy et de son avenir. Ces discussions, qui attirent les responsables politiques, entretiennent l'esprit militant de la localité. Le coordinateur de ces soirées débat est justement Marco Agostini, qui lie son plaisir du cinéma à son activisme syndical et associatif. A 53 ans, professeur des écoles (il a passé récemment une thèse en sciences de l'éducation), il rédige des ouvrages consacrés aux professeurs des écoles. Très actif sur le plan associatif, il est membre d'Attac et coordinateur du réseau Basta qui regroupe diverses associations de ce type. De parents ouvriers, il estime que l'émotion ressentie devant le cinéma réaliste italien et devant les films de Costa Gavras ou d'Yves Boisset, est à l'origine de son plaisir du cinéma. Il a, du même coup, pensé à utiliser cette force émotionelle du cinéma en organisant des projections-débat à Utopolis afin d'alerter ses concitoyens sur les dangers qui les guettent.

> **Avec Basta, tu organises des projections/débat. Qui vient à ces projections débat ?**
> Ben déjà, les gens de Basta, des retraités, des profs, pas beaucoup de jeunes. Je pense que les gens n'ont pas trop envie de se prendre la tête. C'est souvent les films de science fiction et américains qui marchent. C'est pareil avec nous à Basta ou Attac, les gens pour qui on se bat, ne viennent pas ! On voulait toucher

à un public plus jeune avec ces projections. Avec Basta et les films débats, on voulait mobiliser les gens mais on est loin du compte.

Les gens de Basta sont-ils liés aux luttes des années 70 ?
Oui. C'est vrai que la moyenne d'âge est plutôt élevée. La classe sociale est assez élevée et on n'arrive pas à toucher les gens qu'on a envie de toucher. C'est le syndrôme bourdieusien ! (rires) C'est pour ça que je lève le pied quoi d'un point de vue associatif.

Dans la liste ci-dessous figurent les principales projections-débat organisées par Marc Agostini au sein du réseau Basta. Ces films sont tous animés d'un esprit critique à l'égard de la mondialisation, de périodes difficiles de l'Histoire, de l'écologie etc.

Les films projetés lors des réunions de l'association Basta

Indigènes de Rachid BOUCHAREB
Le cauchemar de DARWIN De hubert SAUPE. [Cycle « L'économie a tout pris »]
La guerre des cotons de Jean-michel RODRIGO [Rencontres citoyennes autour du ciné documentaire]
Le nouvel esprit du capitalisme [Cycle « L'économie a tout pris »]
Good Bye Lénine de Wolfgang BECKER [Cycle « L'économie a tout pris ».]
La stella che non c'è (l'étoile manquante) de Gianni AMELIO
L'héritage de Gela BABLUNAI [Semaine de la solidarité internationale]
Bamako de Abderramane SISSAKO [Cycle Cinérésistances :]
On air de Christophe JOLY [Cycle Cinérésistances]
Eolienne de Pierre et David CALLANT [Cinérésistances]
Amadéus de Milos FORMAN [Semaine de la solidarité internationale]
Punishment Park de Peter WATKINS [Cinérésistance]
The yes men de SMITH, OLLMAN et PRICE [Cinérésistance]
ENRON The smartest guys in the room » de Alex GIBNEY[Cinérésistance]
La double face de la monnaie de Vincent GAILLARD et Jérôme POLIDO [Cinérésistance]
The yes men de Chris Smith, Dan OLLMAN, Sarah PRICE [Cycle « L'économie a to pris »]
Une vérité qui dérange de Davis GUGGENHEIM
Notre pain quotidien de Nikolaus Geyrhalter (débat organisé par le comité loc ATTAC Pays-haut, la CLCV et l'association Mieux-Vivre)

On le voit, la mémoire cinématographique des spectateurs est indissociable de celle, plus collective, de la ville de Longwy. De la même manière, les habitants de Villerupt, ville voisine, célèbrent, à travers le festival italien de film, la mémoire de l'immigration dont ils sont isssus. C'est ce que nous allons observer dans la section suivante.

Section II- La mémoire de l'immigration

Le cas du festival italien de Villerupt offre une belle illustration, comme le montre Jean-Marc Leveratto, de la manière dont les individus engagent leur expérience personnelle lors de la réception de certains films, qu'ils vont particulièrement valoriser et s'efforcer de transmettre à autrui, dans un esprit de contre-don vis-à-vis de leurs parents[245]. Créé en 1976, le Festival du cinéma italien de Villerupt attire durant deux semaines entre 40 000 et 50 000 visiteurs vers cette petite commune du Pays Haut située à 15 km de Longwy. Depuis sa création, la fréquentation n'a fait qu'augmenter. Il touche un public régional alors que le premier public était restreint à la localité. Une analyse menée par le laboratoire de sociologie de l'Université de Nancy 2 met en évidence que ce public vient de plus en plus loin (en général des métropoles du sillon mosellan (Nancy, Metz, Luxembourg)), qu'il est cosmopolite et d'un niveau culturel plutôt élevé[246]. Il correspond en fait à un public jeune et adulte qui fréquente le plus les cinémas (entre autres d'Art et Essai). Comme le montre le texte de présentation fait par les organisateurs sur le site internet du festival, la dimension de l'enracinement du festival, dans la mémoire locale de l'immigration et le rôle joué par l'italienneté de l'événement ont été longtemps passés sous silence dans la continuité d'une idéologie cinéphilique (il s'agit d'Art et non de culture) et républicaine (il s'agit de se cultiver et non de prôner le multiculturalisme). Les propos des spectateurs permettent cependant de reconnaître la manière dont le festival contribue localement à la valorisation d'une ethnicité. Philippe, tout juste 20 ans, habite Longwy et est étudiant en faculté d'histoire à Nancy. Il était membre du jury jeune du festival italien de Villerupt de 2006. C'est grâce à ses séjours successifs en Italie qu'il a pris conscience de ses racines italiennes et qu'il ressent, aujourd'hui, le désir de renouer avec elles. Sa participation au festival s'inscrit donc dans cette démarche :

> J'ai été contacté par le professeur d'italien parce qu'il me voyait très engagé. J'ai des origines italiennes mais j'ai pas vraiment appris cette culture à la maison. Donc le cinéma italien m'aide à redécouvrir cette culture !
> **Tu as des racines italiennes, tu vas en vacances en Italie ?**
> Oui, j'ai même une copine en Italie. (rires)
>
> **Tu n'es pas branché cinéma à la base ?**

[245] LEVERATTO, J.-M. 2005. Le rôle des spaghettis dans le jugement esthétique. Sociologie d'un festival de cinéma. In ANCEL, P., DUTHEIL-PESSIN, C. et PESSIN, A. Sous la dir. *Rites et rythmes de l'œuvre*. Paris : L'Harmattan, 2 tomes.

[246] FERRY, V. 2002. *Les spectateurs du festival du film italien de Villerupt*. Rapport de recherche, interreg IIC, Pôle de l'image de Villerupt, région Lorraine.

J'adore regarder des films. Je me dirige vers le métier de journaliste. J'aime me mettre dans la peau du réalisateur. Le cinéma m'intéresse surtout parce que j'aime bien la construction, la mise en scène tout ça.

Tu me dis qu'en ce moment tu es dans un processus de redécouverte de la culture italienne ?
Oui ce qui est très beau d'ailleurs. Depuis que que je suis petit, j'ai toujours dit que j'avais des origines italiennes alors que je ne parlais pas un mot. Depuis quelques années je redécouvre la culture italienne d'abord par la langue à l'école, puis par mes séjours en Italie. Je fais aujourd'hui un cours de théâtre italien mais c'est un cours théorique. Récemment, on a parlé des origines du théâtre italien qui remontent aux saltimbanques du Moyen Age. Le professeur de langue italienne qui m'a parlé du festival de Villerupt, il a vu que j'étais plus impliqué que les autres et il m'a donné l'occasion**.** Je ne regrette pas, ça m'a apporté beaucoup de choses.

Philippe ne sépare donc pas ses racines italiennes de son amour du cinéma projeté au festival. C'était le cas également des parents de Maryse, 45 ans, qui l'emmenaient à Villerupt alors qu'elle était enfant. Aujourd'hui institutrice à Thionville, non loin de Villerupt, elle continue à y venir 30 ans après mais avec ses propres enfants à présent. Lorsque je la rencontre, elle parle avec Viviane, professeur d'anglais, qui habite Thionville et Hélène qui réside à Florange. Elles sortent toutes les trois d'une projection du festival de 2006.

Qu'est-ce qui vous attire dans ce cinéma, votre origine ?
Viviane : Oui, mais aussi le fait qu'on n'a pas l'occasion de voir ces films italiens en dehors du festival !

Y a un grand succès communautaire ?
Maryse : Oui, on voit plein de personnes âgées qui viennent. Mes parents venaient au festival alors qu'ils n'allaient pas au cinéma sinon. Il fallait voir ! Au début, ici, il y avait une bonne ambiance, on mangeait des pâtes à la main !

Même si le rôle des racines est reconnu par tous, d'autres facteurs sont également éavancés pour expliquer le plaisir que procure ce festival et notamment la qualité des films. Vito, par exemple, y vient depuis 20 ans. D'origine italienne, il a 43 ans et habite Thil (entre Longwy et Villerupt) où il est ouvrier. Il vient souvent seul au festival depuis les années 70 et voit chaque année une trentaine de films à cette occasion (en deux semaines donc).

Vous venez souvent ?
Oui. Je viens tous les ans depuis 30 ans.
Seul ?
Oui, ça ne me dérange pas. J'ai une carte de permanent. Je vois 30 films par festival à raison de deux films par jour…31 cette année !

Est-ce que vous allez au cinéma en dehors du festival de Villerupt ?
Oui, je vais à Utopolis parce que c'est plus prêt. C'est par défaut parce que je regrette les petites salles comme à la Scala à Thionville, là où ils passent des films Art et Essai. Je suis plus adepte de ces cinémas là que des cinémas où ils passent des films commerciaux.

Mais à Utopolis ils passent des films d'Art et d'Essai ?
Oui, mais c'est à des horaires restreints.
Vos origines italiennes ont un rapport ?
Oui au départ mais maintenant ça n'a rien à voir ! Ce serait parce que c'est un festival différent, le cinéma est très réaliste et il y a moins de moyen. Je préfère car ça appronfit le jeu des acteurs et l'émotion passe mieux.

Le festival de Villerupt est donc un bon exemple de transmission de la pratique cinématographique qui a contribué à une innovation culturelle. Ce qui s'est transmis, en effet, c'est à la fois une expérience du cinéma et une expérience de l'immigration. Gérard Noiriel signale que « les membres de la troisième génération n'ont connu ni la guerre, ni les stigmates des origines. C'est pourquoi sans doute ils revendiquent maintenant des racines que leurs parents avaient toujours voulu nier. Ce sont eux qui, dans les années soixante-dix créent à Villerupt le Festival « du film italien », organisent des échanges culturels avec l'Italie, etc.[247]». Derrière ce folklorisme, il faut tenir compte de l'esprit du don qui anime le festival depuis ses débuts et explique la réussite économique de cette entreprise. De petits détails, (les spaghettis, on y parle italien, le souvenir des années 70 et donc des origines du festival) font encore aujourd'hui l'intérêt de l'événement. C'est ce que permet de vérifier cet extrait d'entretien avec Diana, 45 ans, mariée avec deux enfants et employée de bureau.

Vous aimez quel genre de film ?
Les comédies des années 50, les Chaplin, les Tati, découverts par la télé. Les films italiens…les grandes comédies m'ont été transmises par les parents et par le festival. J'ai été bénévole deux ans au festival du film italien de Villerupt. J'y allais en tant que spectatrice et puis je me suis engagé dans le truc en tant que bénévole. Avant, on y allait en famille. C'était quelque chose, on attendait une heure dehors mais t'étais content d'attendre, mais c'est par ça que j'ai découvert le cinéma italien. Du coup je me suis engagée tellement y avait une bonne ambiance. Faire partie d'une équipe tout ça ! On a enregistré ces films italiens dès qu'ils passent à la télé ! On zappe, on regarde le programme (le *TV Hebdo* livré avec le journal du *Républicain Lorrain*). J'aime aussi les classiques français, les grandes sagas comme *Le seigneur des anneaux*, les gros films américains.

Diana possède aujourd'hui quelques centaines de films, dont la moitié est consacrée aux films italiens des années 70 et a, pour film préféré, *Pain et Chocolat*, une comédie dramatique qui raconte les difficultés rencontrées par un immigré pour s'intégrer dans l'Italie des années 70. Elle l'avait d'abord vu au festival du film Italien de Villerupt de 1973. Comme le rappelle plaisamment ironiquement Jean-marc Leveratto, « si du point de vue d'un regard éloigné, les spaghettis n'ont rien à voir avec le jugement esthétique, ils constituent au contraire, pour le

[247] NOIRIEL, G. 1984. *Longwy, immigrés et prolétaires*. 1880-1908. Paris : PUF, p. 377.

spectateur qui s'engage personnellement dans la situation et s'efforce de la justifier culturellement, un argument de la qualité singulière de l'événement »[248].

Conclusion

La consommation cinématographique est donc inséparable de l'histoire de vie des spectateurs comme de l'histoire de vie locale. Longwy transparaît ainsi dans les souvenirs et les témoignages de ses habitants : « prendre la grimpette » pour se rendre au Rex et passer ainsi de la partie haute à la partie basse de la ville ou faire la queue dehors devant ce même cinéma et sous la pluie nourrissent ainsi la nostalgie des films qui ont les ont marqués. Cette prégnance du local dans l'évaluation de la qualité des films du longovicien est parfaitement illustrée par l'existence du festival italien de Villerupt ou dans l'évaluation du film *Le Cri*. Laurent Jullier fait remarquer que tous les films « portés au pinacle » par la critique des films des années 60, étaient ceux où l'on voyait les héros discuter devant un expresso à l'heure où les autres travaillent (*La maman et la putain, Masculin Féminin, Comment je me suis disputé*, etc.) et dont la façon de bouger et de parler était identique à celle des critiques eux-mêmes[249]. L'exemple qu'il choisit rappelle, celui du « film de famille » ou du « film de vacances »[250], qui ennuient toutes les personnes qui ne s'y reconnaissent pas. Ce régime de parenté que je retrouve à Longwy, dans le cas du festival italien ou du film *Le Cri*, est un phénomène normal de la culture artistique non au sens où elle dicterait au spectateur son jugement face à tous les films qu'il va voir, mais au sens où elle lui permet d'éprouver en situation artistique, par l'intermédiaire de son corps, ce qui se passe esthétiquement dans cette situation précisément (et pas dans une autre).

Si dans l'introduction de cette thèse, j'ai surtout insisté sur le multiplexe Utopolis comme équipement de la ville de Longwy - il a contribué à apporter vie, emplois et dynamisme à la ville- j'aimerais, dans cette conclusion, valoriser un phénomène inverse : Longwy, ses lieux,

---

[248] LEVERATTO, J.-M. 1999. *Le lieu commun de l'art. Une sociologie de l'expertise culturelle*. Mémoire en vue de l'Habilitation à diriger les recherches », p. 14.

[249] JULLIER, L. 2002, *op. cit* p. 213.

[250] ODIN, R. 1979. Rhétorique du film de famille. *Revue d'esthétique*, n°1-2, 10/18.

son histoire et le mode de vie de ses habitants nourrit leur loisir cinématographique. Que l'on considère la sortie cinéma, les pratiques de consommation, ou que l'on demande aux spectateurs quels sont leurs films préférés et leurs souvenirs cinéma marquants, Longwy est là. L'expérience du cinéma est donc toujours, au début des années 2000, une expérience inscrite localement.

CONCLUSION PARTIE 1

S'il est vrai que le fait de payer sa place implique un « engagement de soi »[251], le sens de la consommation cinématographique ne se laisse pas réduire à ce simple calcul économique. Comprendre la consommation suppose la prise en compte des objets personnels et des lieux qui singularisent la pratique et l'expertise de la qualité des films ou des séries télévisées.

La diversification des pratiques constatée n'est pas nouvelle à Longwy. C'est ainsi qu'au lendemain de la guerre, Fabrice Montebello relève que « toutes les salles de cinéma de l'agglomération de Longwy sont classées en catégorie E. Pourtant aux yeux des spectateurs, elles possèdent des caractéristiques bien différentes les unes des autres qui vont de l'aspect extérieur ou intérieur des salles à la programmation des films, en passant par le nombre de places et leurs prix, la présence d'ouvreuses, d'un balcon, les contacts privilégiés avec le gérant ou le propriétaire de l'établissement, le type de clientèle rencontrée ("jeune", "familiale", "célibataire", "populaire", "bourgeoise", etc...), la qualité de la projection, ou encore l'emplacement géographique de la salle (à proximité d'un café ou à l'écart des voies de circulation, en périphérie ou au centre-ville...)[252] ». La variation des modes d'appropriation des films en fonction des moments et des configurations sociotechniques n'a fait simplement que s'accentuer depuis, enrichissant d'autant plus l'expérience cinématographique dans son ensemble. On constate, en conséquence, une expérience accrue du cinéma notamment grâce aux chaînes cinéma de la télévision, aux cassettes vidéos puis aux DVD et fichiers numériques qui avec internet, ont décuplé la copie et la diffusion des films. Les jeunes à Longwy, par exemple, sont certes les premiers à sortir au cinéma mais ils téléchargent également beaucoup de films et de séries télévisées. Au final, plus de films, de genres et d'époques différents et de séries télévisées sont consommées que par le passé. Par ailleurs, la sociabilité autour du cinéma est, depuis les années 60, moins dépendante qu'auparavant de la socialisation familiale, du milieu social ou des institutions (partis politiques, église) comme nous allons le montrer à présent.

[251] LAHIRE, B. 2004. Individu et mélange des genres. *Réseaux*, n°126, « Figures du Public », pp. 89-111.

PARTIE II- LA SOCIABILITE CINEMATOGRAPHIQUE

[252] MONTEBELLO, F. 1997, *op.cit*., p. 220.

PARTIE II- LA SOCIABILITE CINEMATOGRAPHIQUE

Le plaisir retiré d'un film ou d'une série télévisée rassemble d'une part l'expérience directe du film (en salle ou chez soi) et d'autre part la communication de cette expérience : en parler à la sortie de la salle, entre amis ou sur un forum internet par exemple sont des conditions « normales » de cette sociabilité. A l'inverse de certains objets culturels particulièrement sacrés et éloignés de la vie quotidienne, le cinéma apparaît comme étant un instrument du loisir quotidien, dont tout le monde se sent autorisé à parler. « Une pulsion d'échange »[253] semble ainsi pousser les spectateurs « touchés » par le film à en parler à autrui. C'est ainsi que « le plaisir qu'il me donne s'accroît du plaisir de partager avec autrui les mêmes émotions », et que « l'expérience esthétique est l'occasion d'éprouver l'existence d'une commune sensibilité »[254]. Cette sociabilité cinématographique, comme on le montrera, permet au spectateur de compléter son expérience des films et de consolider son point de vue. Au-delà de la conversation (Chapitre 1) et d'institutions comme le *Ciné-Club* et des dispositifs commerciaux d'expertise (revues spécialisées, journaux etc.), de nouveaux dispositifs, dont Internet et les nouvelles technologies, favorisent l'échange de critiques (Chapitre 2). Le plaisir du cinéma peut également se transmettre par le prêt ou le don de films entre spectateurs et par leur promotion via des Blogs et la réalisation et la diffusion de petits courts métrages qui rendent hommage aux films qui les ont marqués (Chapitre 3).

[253] RUBY, C. 2002. Esthétique des interférences. *EspacesTemps. Les Cahiers*, n°78-79, « À quoi œuvre l'art ? Esthétique et espace public ». Disponible sur http://espacestemps.net/document351.html.

[254] LEVERATTO, J.-M. 2005, *op. cit.*, p. 52.

CHAPITRE I- LE CINEMA COMME ON LE PARLE A LONGWY

Introduction

Le spectacle cinématographique offre un cadre privilégié pour vérifier que le jugement artistique est « à la fois un prétexte à l'échange […] et une fonction de l'échange[255]». L'évaluation de la qualité des films fait partie d'un processus qui débute à la sortie en salle et qui se poursuit dans les discussions. À travers l'échange, en effet, se constitue le rapport pratique et quotidien au cinéma qui garantit, par la multiplication des mini-tests de qualité que chacun applique aux films dont il parle, la justesse et la souplesse de l'expertise ordinaire du film. La conversation quotidienne est ordinairement le moyen de partager le plaisir procuré par le film ou la série télévisée, à travers la production d'un jugement collectif, plus ou moins développé. Mais on ne parle pas cinéma uniquement pour faire valoir ses goûts cinématographiques ou pour discuter de la qualité de tel ou tel film. La discussion sur les films poursuit des objectifs bien plus pratiques, dont l'évaluation de leur qualité n'est qu'une composante ou une conséquence éventuelle.

On ne parle pas cinéma uniquement au sortir d'un film. Comme la télévision, le cinéma fait en effet partie des objets que nous mobilisons naturellement au cours de conversations spontanées dans d'autres cadres (le foyer, l'atelier, le café, la salle de sport). Ces conversations vont se focaliser sur des films vus récemment ou sur des sujets qui feront surgir naturellement des liens avec le cinéma. Ces conversations supposent un contexte particulier : le moment de détente, résultant de la conjonction d'un temps et d'un lieu propices à la conversation et au rapprochement interpersonnel. Celles que j'ai relevées proviennent du complexe sportif que je fréquente, de la pause-café de mon cours à l'IUT où j'enseigne et du bar café où j'ai l'habitude de rencontrer mes amis et mes connaissances à Longwy. J'ai relevé et retranscris « après-coup » ces conversations en respectant le vocabulaire et le style d'énonciation de chacun. Le corpus réuni permet ainsi de répondre à une question plus large que celle des indicateurs de qualité des films et de préciser, la fonction pratique de la

[255] LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*

« discussion cinéma » (I). Il met en évidence son rôle dans l'expertise collective des films (II) tout en rappelant le caractère situé de toute évaluation (III).

I- La sociabilité cinématographique

Les films et séries télévisées sont, en tant qu'objets dont je prends plaisir à mesurer l'efficacité esthétique, des vecteurs de sociabilité. L'observation montre que la conversation à leur propos donne l'occasion de « se parler » (A), d'éclairer une situation (B), de rendre spectaculaire une conversation (C), de transmettre et partager un plaisir (D), de ré-évaluer un premier jugement (E), de comprendre un film (F), de se distinguer (G), de mieux comprendre autrui (H) et permet enfin d'évoquer sa nostalgie des événements de notre passé (I).

A- « Se parler »

Parler d'un film « pour se parler », c'est-à-dire pour entretenir une conversation, est une activité courante. Ce dernier, en effet se prête bien au jeu qui consiste à agrémenter et à dynamiser une discussion qui manque, à un moment donné d'entrain. La fréquentation quotidienne des médias fait qu'ils sont souvent fournisseurs de ce matériau et parfois même facilitent son introduction dans la conversation. Lors des repas de famille par exemple, j'observe souvent qu'il suffit d'une bande annonce, d'une émission de télévision qui fait le point sur les sorties cinéma ou d'une interview d'acteur pour que toute la conversation « glisse » sur les films ou séries télévisées. Le film ou la série télévisée permet tout aussi bien de relancer des conversations qui s'étiolent. Par exemple, Séverine (27 ans, infirmière) et moi étions sur le point de nous quitter au téléphone, lorsque la question reprit de plus belle dès lors qu'elle aborda le sujet des séries télévisées.

> Séverine : Qu'est-ce tu regardes à la télé ce soir ? Y a quoi ?
> Moi : *Lost* !
> Séverine : C'est bien au fait ?
> Moi : Oui, y a du suspens, c'est bien fait !
> Séverine : Toi qui t'y connais, c'est quand qu'il refait un film le gars qui a fait…tu sais…euh, *Le 6ème sens* et *Signes* ?
> Moi : Ah je sais pas. T'aimes bien les films à suspens toi non ?
> Séverine : Ah ouais, là je me suis commandé sur Internet des Hitchcock…sur un site pour pas cher…

Lesquels ?
Séverine : Je sais plus, des films pas chers mais j'ai oublié les titres, c'est pas des connus…y a quoi au ciné en ce moment sinon ?

On voit clairement comment *Lost*, une nouvelle série américaine, justifie la relance de la conversation par Séverine au nom de son désir de s'informer sur le type de plaisir que la série propose. Elle signale ainsi sa disponibilité pour prolonger l'échange. Ma demande de précision sur sa passion pour les films à suspense la conduit à devoir certifier, par la référence à un lieu commun artistique du genre (Hitchcock), la réalité de cette passion. Erving Goffman a observé, dans sa thèse, les stratégies et les ressources conversationnelles employées par les participants pour maintenir le plus longtemps possibles les échanges dans lesquels ils sont engagés, alors qu'ils n'ont rien à dire, mais désirent rendre sensible à l'autre leur désir de maintenir le contact. Dans ce type de situation, l'extinction de la communication « constitue en elle-même une communication inappropriée[256] ». Les individus engagés dans une conversation se doivent de l'alimenter et recourent, pour ce faire, à « des sources fiables de messages acceptables » afin d'éviter l'embarras d'un silence pénible. Il nomme ces réserves de messages, comme les menus propos sur la météo, des « ressources sûres » c'est-à-dire acceptables, pertinentes, disponibles et inépuisables[257]. À Longwy, pour la plupart des jeunes, le cinéma fait partie de ces « ressources sûres ».

Parler des films permet également de déclencher des conversations. C'est ainsi que Sophie lance la conversation lors de la pause-café de mon cours.

Situation : Pause-Café avec mes étudiants Grégory, Sophie, Fanny, Halim, un lundi matin.

Sophie : Je suis allé voir le dernier Spielberg ! (le film de science fiction *A. I.*)
Moi : C'était bien ?
Sophie : Oui, super ! Enfin, tu vois que c'est quand même Spielberg qui fait le truc, quoi !
Fanny : Ouais, enfin, c'est toujours pareil, gros effets spéciaux etc. Moi, ça ne me dit rien !
Halim : Sinon y a quoi de bien en ce moment à part Spielberg ?
Sophie : Pas grand-chose.
Fanny : Moi, je suis allée à Paris, chez ma soeur !

[256] GOFFMAN, E et WINKIN, Y. 1988. *Les moments et leurs hommes.* « Les ressources sûres ». Paris : Seuil, Minuit, pp.104-113.

[257] Ibidem.

Ici, le film *A.I* est un moyen pour Sophie, qui ne se donne même pas la peine de présenter le film, puisqu'elle considère que tous savent de quoi elle parle, de faire part de son plaisir. C'est ce qui autorise Fanny, qui n'a pourtant pas vu le film, à faire valoir ses goûts en matière de cinéma. Halim, en profite pour prendre connaissance de la programmation actuelle dans les salles et Fanny change de sujet. On voit ici le rôle du film pour nouer une conversation qui ne s'arrêtera plus jusqu'à la reprise du cours.

B- Analyser sa propre situation

Certaines situations de la vie ordinaire font inmanquablement penser à des films. L'expression, bien connue, « c'est comme dans un film » résume ce qui se passe dans les deux exemples suivants.

1er cas :

> La discussion prend place autour d'un verre dans un café avec des amis (Ryad, 25 ans, vendeur dans une entreprise de software, Baptiste 25 ans, étudiant à Nancy et qui prépare alors le concours de professeur des écoles) et enfin Jérôme (au chômage avec un BTS) qui vient de nous apprendre que son amie l'a quitté pour un de ses meilleurs amis.
>
> Jérôme : De toute manière, les filles ça fout la pagaille entre les mecs t'as beau dire…
> Ryad : Ouais y a qu'à regarder la guerre de Troie. J'ai vu le film (*Troie*), ben tu te rends compte que tout est parti d'une histoire de bonne femme à qui tu peux pas faire confiance…c'est toujours pareil…et là ça avait fait des milliers de morts !
> Baptiste : Ben ouais ben tu peux pas leur faire confiance…mais dans le film, elle part avec l'ennemi là elle part avec l'ami. C'est pire !

Dans d'autres situations, c'est l'inverse, le sujet ou un détail du film suffit à faire « glisser » la discussion sur un sujet de préoccupation bien réel celui-ci.

2ème cas :

> Je suis chez le coiffeur et je surprends une conversation entre une femmme d'une cinquantaine d'années et sa coiffeuse (40 ans environ). La femme vient d'arriver. Elle prévient qu'il faut faire vite parce qu'elle va au cinéma à 7 H 30.
>
> La coiffeuse : Vous allez voir quoi ?
> La dame : *Les Bronzés* !
> La coiffeuse : ah oui bien sûr…(Le film *Les Bronzés 3* sort le jour-même)
> La dame : j'y vais avec ma nièce, ça fait longtemps que je suis pas allée au cinéma. Mais là, les bronzés, c'est quelque chose !

La coiffeuse, oui avec ce qu'ils ont montré ça a l'air bien ! La Marie-Anne Chazel avec ses seins en sillicone, Michel Blanc avec sa perruque jaune fluo…ah ça promet !
La dame : oui, elle a toujours la ligne Marie-anne Chazel…comment elle fait ?
La coiffeuse : Ah elle fait régime va ! (dit-elle en installant la dame)
La dame : Non ah bon vous croyez ?
La coiffeuse : Ben oui…moi aussi je fais régime ! (rires)
La dame : Pourquoi ?
La coiffeuse : Ben depuis que mon fils est parti, j'arrive même plus à me faire à manger, je mange comme ça, sur le pouce…je fais des surgelés…(rires) et ben je remets des jeans d'il y a 5 ans ! J'ai perdu une taille (dit-elle en se mettant de profil devant la glace de la cliente.
La dame : Mais maintenant ils font des bons trucs en surgelés !

Le sujet abordé n'est pas toujours aussi léger. La conversation cinéma est ainsi parfois l'occasion de réfléchir sur sa condition. Porter un regard sur soi ou sur le monde dans lequel on vit en parlant de films est un comportement dont chacun peut faire l'expérience. Hans Robert Jauss faisait remarquer, par exemple, à propos de l'oeuvre littéraire qu'elle était reçue et jugée non seulement par un arrière plan d'autres formes artistiques mais « aussi par rapport à l'arrière-plan de l'expérience de la vie quotidienne » orientant du même coup sa vision du monde et son comportement. Clifford Geertz[258] souligne, à ce propos, que le divertissement offre également et indirectement un moyen d'explorer, d'expérimenter des positions difficiles de la vie. Les spectateurs construisent, grâce aux conversations, leur opinion tout à la fois sur les films, sur le monde et sur eux-mêmes.

Cette porosité avec la vie réelle justifie les tests d'acceptabilité de ce qui est donné à voir sur l'écran comme le montre cette discussion relevée au club de sport :

Jean-Yves, 39 ans, agent de sécurité à Auchan et Djamal, 32 ans, ouvrier dans une imprimerie. Dire que la discussion porte sur les relations homme-femme est un euphémisme. A vrai dire, elle est légèrement machiste…mais constitue une bonne occasion de rire entre « mecs ».

T'as vu Sharon Stone, elle sort *Basic Instinct 2*
Non…Mais quel âge elle a ? 45 ?
Non, 48 ans !
Elle est pas mal, hein !
Ouais apparemment ! Ouais mais tu sais, c'est du cinéma ! Ils font paraître plus jeune qui ils veulent ! Attends c'est son métier d'être en forme ! Moi, ça me fait rire ! La dernière fois ma femme elle était extasiée devant Arielle Dombasle…elle vieillit bien na na ni na na na…mais c'est leur métier, ils ont que ça à foutre ! Qu'ils fassent leurs 8 heures comme tout le monde et on en reparle !

[258] GEERTZ, C. 1983. Jeu d'enfer : notes sur le combat de coqs balinais, In GEERTZ, C. *Bali : Interprétation d'une culture*. Paris : Gallimard, pp. 165-170.

Comme l'exemple le montre bien, cette aptitude ne se limite pas à l'expérience directe des films car il est bien connu qu'il n'est pas nécessaire de voir les films pour en parler.

C- Faire rire

La discussion permet souvent la remémoration collective d'un film vu séparément où la réplique joue un grand rôle. Comme le rappelle Jean-Marc Leveratto, la réplique de cinéma est un moyen d'esthétisation de l'échange par la sollicitation de souvenirs ou d'impressions déposées dans la mémoire des uns et des autres par des scènes cultes que tous sont susceptibles de connaître[259]. C'est ce que permet de vérifier ces deux conversations.

1er cas :

> Assis à la terrasse d'un café avec des amis, je tente de m'adresser à l'un d'eux. Visiblement perdu dans ses pensées, il reste confus lorsqu'il s'aperçoit de son manque d'attention à la conversation. Il se reprend vite avec un : « you're talking to me ? », imitant jusqu'aux grimaces (et avec brio selon moi), le Robert de Niro de *Taxi Driver*, ce qui provoque l'hilarité générale.

2ème cas :

> A l'IUT, à la pause. Sophie, Halim, Arnaud, Fanny et moi discutons à bâtons rompus.
>
> Moi : Qui est allé voir *La Beuze* ?
> Sophie Moi j'y suis allée !
> Fanny : Alors t'as aimé ?
> Sophie : Oui ça va ! Bon des fois c'est un peu lourd !
> Halim (il a une voix forte et un franc parler qui décourage toute répartie chez ses camarades) : vous allez pas me dire que vous aimez bien ça ? Franchement mais c'est de la merde, c'est pour les ados ! C'est pas du cinéma ça ! C'est même pas drôle ! Quand je vois ce qu'ils passent maintenant ! Laisse tomber ! La semaine dernière ils ont joué *Les Bronzés* sur je ne sais plus quelle chaîne, ça c'est drôle, c'est bien fait ! Tu vois que les gars, ils touchent leur bille et quand tu rigoles, c'est pas du rire forcé…
>
> Arnaud (qui mesure 1m98, très mince) se met alors à mimer la scène où Michel Blanc sort de la mer nu avec les algues en guise de cache-sexe. Cette scène, que tout le monde connaît, provoque un éclat de rire généralisé tout en étant renforcée par le caractère cocasse de l'imitation d'Arnaud.
>
> Halim : Ouais franchement quand le film il commence et que je vois sa tête, je suis mort de rire…

[259] LEVERATTO, J.-M. 2006, op. cit., p. 117.

Arnaud : *Les bronzés font du ski* !
Tout le monde : Ah ouais, génial !
Halim : Je pourrais le regarder des dizaines de fois, je m'en lasserais pas !
Fanny : Moi je préfère le premier, y a que des scènes terribles !
Halim : Attends dans le deux aussi, je suis désolé, il y a que des scènes canons ! Dans le chalet là quand ils sont invités à boire le truc là, je sais plus ce que c'est, l'alcool avec le crapaud dedans !
Fanny : Ah oui, quand Clavier dit « bonne chance ! » dans le chalet à la fin !

L'usage conversationnel de la réplique (dont le modèle est, en France, « Bizarre, vous avez dit bizarre… » de Louis Jouvet dans *Drôle de drame),* est un biais privilégié pour comprendre le sens pratique de la culture artistique. « La citation d'une réplique de cinéma est souvent pratiquée, par exemple, par les individus pour le plaisir qu'apporte l'irruption dans l'échange verbal d'une référence à une action que tous ceux qui participent à la conversation gardent en mémoire. Elle n'est pas seulement, (…) une chose qui vient illustrer ce qui est dit, mais une dimension de l'art de la conversation, en tant qu'elle constitue, à sa manière, un théâtre. En ce sens, l'échange de critiques ordinaires à propos des films et qui fait suite à l'échange artistique avec l'œuvre, n'est pas que la réalisation d'une complicité physique préexistante, d'une satisfaction jouée d'avance. (…) L'échange artistique est réellement un échange, et pas seulement une forme de négociation secrète ou de guerre froide. Une transmission réelle s'opère à travers les conversations, comme le montre le fait que la réplique devient, avec le temps, un lieu commun indépendant de la possession d'un savoir de spécialistes »[260].

Comme le montre le cas de Longwy, la réplique, en tant que clin d'œil entre connaisseurs, est une manière, tout à la fois, de se mettre en scène pour le plaisir et de se reconnaître comme membre d'une « communauté de connaisseurs ». L'usage de la réplique par le spectateur ordinaire est également révélateur de sa capacité à relier, films et situation présente. Cette situation ne se limite pas à la vie quotidienne. En 2006, un internaute et observateur anonyme[261] de la vie politique à Longwy, illustrait le départ du maire, Jean-Paul Durieux, en le « croquant » sous les traits du célèbre *Terminator* donnant sa fameuse réplique « I'll Be Back ! ».

[260] Ibidem.

[261] http://leregardobscur.viabloga.com/



D- La mesure de la parenté esthétique

Dans certains contextes, la discussion passe de films en films sans vraiment s'arrêter très longuement sur l'un d'eux en particulier, dans un « jeu » tacite qui consiste à comparer les plaisirs pris pour différents films : « Tu as aimé ce film ? Et celui-là qu'est-ce t'en as pensé ? ». C'est moins, dans ce cas de figure, un examen de la qualité propre à chaque film pris un à un, qui intéresse que la recherche d'affinités communes, entre les films et les personnes.

> La discussion se déroule en famille autour d'un repas. Sont présents René (43 ans, ouvrier, mon oncle), Christiane (36 ans, sa femme mère de deux enfants, ouvrière), Patricia (51 ans, ouvrière, ma mère), Baptiste (26 ans, instituteur, mon frère) et Audrey (sa fiancée 25 ans, également institutrice). Le cinéma fai irruption lorsque Christiane me fait remarquer que le film d'horreur *Creep* que je leur ai conseillé et qu'ils ont loué ne leur a pas plu. J'en profite pour relancer la conversation sur les films qu'ils louent.
>
> Christiane : On paye plus pour aller voir une comédie française parce qu'on a peur ! On a été voir *Gomez et Tavarez*, quelle chiotte ! Après celui avec les gaulois, *Astérix*, le premier on n'a pas apprécié du tout, on s'est demandé ce qu'on foutait là.
> Moi : Vous n'aimez pas trop les comédies françaises.
> René : On y va pas, ben *Les Bronzés 3*, oui !
> Moi : Et *Camping* ?
> René : Oui *Camping* …bien ! Moi, j'ai été le voir avec les gosses !
> Ma mère : et *Cabinet Paradis* ? - (éclat de rire général) - Non (elle se reprend) *Cabaret Paradis*. J'ai vu Shirley et Dino en vrai, quand ils sont venus à Longwy au festival du jeune cinéma français et je leur ai dit merci.

Audrey : Moi c'est le dernier des films que je serais allé voir !
Baptiste : 8 euros pour Shirley et Dino !

René : *Qui a tué Pamela Rose ?* On m'en a tellement parlé que quand je l'ai vu j'ai été écoeuré ! A moins que ce soit par esprit de contrariété j'ai dit qu'il était nul !
Christiane : *King Kong* ! La nana elle fait que brailler
René : Non très très bien ! On avait vu les bandes annonces de *Gomez et Tavarez* et quand on a vu le film complet et y avait rien de plus…la plupart des films français c'est comme ça !

Audrey : J'ai lu le livre La *guerre des mondes*, par rapport au film y a un fossé !
René : Le premier film était meilleur, plus angoissant

Christiane : A la fin toute la planète est dévastée sauf la maison. Alors c'est gros quoi…une fin à l'américaine ! Ben, déjà le début, c'était une famille à l'américaine.

Dans cette situation, les films permettent de se situer les uns par rapport aux autres à travers titres du film et noms d'acteurs. Ils servent alors moins une stratégie de distinction, l'effort pour faire ressentir sa supériorité culturelle, le fait « d'en savoir plus » que les autres en matière de cinéma, que la mesure par les personnes présentes de leur goût respectif. Le cadre domestique rend possible l'expression publique des émotions ressenties à la vue des dernières sorties cinématographiques, la libre expression qui autorise le dévoilement de son intimité. La profession de ses goûts et de ses dégoûts, au sens de ce qu'on a vraiment aimé ou vraiment détesté, permet à chacun d'affirmer avec plaisir et d'afficher sans "honte culturelle" son propre plaisir cinématographique. Le moment vaut comme moyen de vérifier la réalité de la démocratie du goût.

E- Les batailles pour défendre son goût.

La discussion sur le goût des autres est aussi l'occassion de jouer, non sans humour « à se battre » pour défendre un film.

Au complexe sportif, je discute avec Isabelle, 40 ans, comptable dans une banque luxembourgeoise. Je sais qu'elle va régulièrement au cinéma, je lui demande ce qu'elle est récemment allée voir.

Isabelle : Je suis allé voir *Brice de Nice*.
René (45 ans, serveur du bar) surprend notre conversation et se précipite pour railler Isabelle qu'il connâit bien : Purée ! Mais tu vas voir de ces daubes toi !
Isabelle : J'aime bien aller au cinéma, laisser mon cerveau à la maison, venir voir une daube, comme tu dis, ça te dérange ! (rires).
René : Non moi je dis ça, c'est pour toi (rires).
Isabelle : Occupe-toi de ton Foot toi ! T'y connais rien en cinéma !

La familiarité entre Isabelle et René qui se connaissent depuis longtemps et ont donc noué une relation amicale autorise l'emploi des railleries réciproques. Ce plaisir de la querelle artistique est, comme le signale Jean-Marc Leveratto, souvent méconnu par les chercheurs. Dans le cadre de la sociabilité artistique, elle consiste à railler le champion de l'autre, à nier son talent, et à « affirmer l'autonomie de son propre jugement contre le conformisme du collectif dont l'artiste est le champion »[262]. Le caractère commun de cette forme d'interaction explique pourquoi l'interpellation de René n'est pas considérée comme une intrusion inacceptable dans son espace personnel par Isabelle et justifie qu'elle se prête au jeu.

F- Mieux cerner la personnalité d'autrui

Dans les sciences humaines et sociales, l'image a souvent été utilisée comme un moyen d'observation de la personnalité d'autrui, à travers les significations qu'elle évoque et les réactions qu'elle suscite chez lui[263]. Prendre appui sur l'image pour tenter de comprendre son congénère, n'est pourtant pas qu'une conduite professionnelle propre à l'anthropologue. Beaucoup se saisissent des produits culturels auxquels nous nous attachons, y compris les films, pour tenter de cerner notre personnalité. C'est ce que j'ai pu vérifier, en devenant moi-même « enquêté ».

> En sortant, un livre à la main, d'une librairie de Longwy, je rencontre Jean-Pierre (45 ans, cadre dans la banque)
>
> Jean-Pierre : Qu'est-ce que tu lis ?
> Moi : Je viens de m'acheter *La guerre des mondes*.
> Jean-Pierre : Ah, tu veux lire le livre pour comparer avec le film ?
> Moi : Oui, c'est ça…
> Jean-Pierre : T'as aimé au fait, le film ?

La démarche de Jean-Pierre qui consiste à me questionner sur ma conduite de consommateur de produits culturels, est aussi la mienne depuis le début de cette enquête. Les « goûts » des uns et des autres, n'intriguent donc pas uniquement le chercheur, mais tous les spectateurs ordinaires avides de connaissance tant du cinéma et des films que « des autres ». Observer les conversations et la circulation des films dans ces conversations, c'est ainsi vérifier que le film

[262] LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*

de qualité est à la fois un moteur affectif, un vecteur de plaisir esthétique, et un outil cognitif, un moyen pratique de connaissance et de culture de soi et des autres[264]. Parler de cinéma ne vise cependant pas seulement à satisfaire une pulsion d'échange[265], à un désir spontané de communiquer après une expérience esthétique et qui débute dès la vision d'un film par une moue ou un sourire complice. Le souci d'expertiser la qualité des films susceptibles d'agrémenter notre loisir, pour assurer la félicité de nos moments de détente, motive également ces conversations.

II- L'expertise collective de la qualité des films

En même temps qu'elle est un vecteur de sociabilité, la discussion cinéma permet d'échanger et de confronter son évaluation à celle des autres (A) mais aussi de l'enrichir (B).

A- Relativiser son jugement par celui des autres

Une discussion, tenue par deux membres du club sportif, à propos de la fin de *Matrix Reloaded* (suite de *Matrix*) rend bien compte de la construction collective de l'expertise de la qualité des films et de la manière dont l'échange permet de produire un jugement équitable sur l'œuvre.

> La scène se passe au bar de la salle de sport : Eric, 45 ans, est au chômage depuis la fermeture de l'usine Daewoo. Il est grand consommateur de films sur support DVD ou DivX[266]), qu'il emprunte à d'autres membres du club notamment. Il ne va que rarement au cinéma, « pour les grands films, seulement » comme il le dit lui-même. Lorsque je surprends la conversation, il est assis avec Jacques, employé à la mairie, qui a sensiblement le même âge. Ils sont allés voir tous deux le film *Matrix Reloaded* la veille ou l'avant-veille.
>
> Eric : Moi, j'ai pas trop aimé ! J'ai pas compris pourquoi, à la fin, il arrive à stopper les pieuvres mécaniques ! Parce que là il est dans le vrai monde et normalement il pourrait pas…
> Jacques : Mais justement, ça pose la question : est-ce qu'ils sont vraiment dans le vrai monde ?
> Eric : Comment ça ?

---

[263] TREPOS, J.-Y. 2001. Prises de vue. Sur la photographie comme technique d'enquête. Le commun, l'individu et le sujet. Séminaire. Glysi-Safa — Sociologies et Anthropologies des formes d'Action. CNRS/Université Lumière Lyon II, UMR 5042.

[264] LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*, p. 5.

[265] RUBY, C. 2002, *op. cit.*

[266] Supports visibles sur ordinateur et maintenant sur TV à partir d'un lecteur DVD adapté.

> Jacques : Ben si l'architecte, il l'a dit…zion, c'est aussi une création de la matrice !
> Eric : Tu veux dire que tout est dans la matrice alors ?
> Jacques : Oui
> Eric : Vu comme ça…Ok !
> Jacques : Ben ouais, de toute façon, on comprendra dans le 3 ! Moi, c'est ce que j'aime dans les films, quand ils sont faits avec des pistes !

Cette discussion peut paraître abstraite pour qui n'a pas vu le film en question. Elle n'en demeure pas moins édifiante sur son rôle dans l'expertise collective de la qualité des films. Jacques relativise, en effet, la critique portée par Eric d'abord en éclairant des zones d'ombre qui gênent la compréhension du film chez ce dernier, puis en lui rappelant l'originalité de la mise en récit du film. Il dit ainsi apprécier les films au scénario complexe. Les cas de films tels que *Memento*, *21 grammes*, *Magnolia* ou plus récemment *Sin City*, qui croisent et décroisent des histoires parallèles dont il faut retrouver le lien pour rendre l'histoire cohérente, rendent bien compte de cette évolution. Celle-ci ne fait que traduire, en fait, la prise en compte par les cinéastes, de l'amélioration de la capacité d'expertise et de l'exigence croissante du spectateur ordinaire. La discussion à propos d'un film permet, en outre, de préciser la collection dans laquelle il s'inscrit.

B- Situer le film dans un réseau

L'expertise collective, que fait surgir la conversation, permet, par la mise en commun des connaissances qu'elle entraîne, de resituer un film dans un réseau sociotechnique (réalisateurs, acteurs, producteurs) et de le rapprocher de films équivalents. Le savoir partagé facilite, ainsi, l'opération qui consiste à *« inscrire l'objet dans une collection »*[267] et à objectiver le genre de plaisir cinématographique qu'il est susceptible d'offrir comme le montrent ces trois exemples suivants.

1er exemple :

> Il est de coutume de s'arrêter au bar de la salle de sport pour y boire un verre juste avant de quitter l'établissement. Je suis attablé avec Daniel, quand Fabien se joint à nous.
>
> Daniel : C'est à cette heure si que tu viens ? (nous sommes dimanche, il est 17h 30 et le complexe ferme à 18 h)

[267] BESSY, C. et CHATEAUREYNAUD, F. 1995. *Experts et faussaires. Pour une sociologie de la perception*. Paris : Métailié, p. 242.

Fabien (29 ans, concessionnaire voitures) : J'étais au cinéma. J'ai été voir le dernier Roland Emmerich !
Daniel (32 ans, ouvrier) : C'est qui ça ?
Moi : C'est celui qui a fait *Independance Day*, *Godzilla*...et alors ?
Daniel : Ah d'accord…
Fabien : Ben, ça va, c'est bien, c'est impressionnant mais bon, c'est toujours les mêmes grosses ficelles, la petite histoire dans la grande histoire. Un peu comme dans *Armageddon*, *Independance Day* !
Daniel : Ca, pour ça, ils sont forts !

Dans cet exemple, on voit bien le souci de Fabien de rappeller, à ceux qui l'écoutent, le nom du réalisateur dont il évalue la qualité du film. C'est d'ailleurs grâce à ce rappel que Daniel, qui a vu les précédents films de Roland Emmerich, peut alors comprendre l'expertise de Fabien.

2ème exemple :

Le logiciel Windows Live Messenger (MSN) permet aux internautes de discuter entre eux et en direct. Je discute de la sortie au cinéma du nouveau film de Quentin Tarantino, *Boulevard de la mort,* avec Axel (16 ans), déjà interrogé. Ce dernier manque d'information et s'interroge sur l'origine du film *Grindhouse* également de Quentin Tarentino. L'extrait de conversation est retranscrit « tel quel », ce qui explique le non respect des règles d'ortographe.

laurent dit : le meilleur de tarantino ça reste *Reservoir Dogs*
Axel dit : t'aime bien *Pulp Fiction* ?
laurent dit : oui et non
laurent dit : je suis pas fan de *Pulp Fiction*
laurent dit : je préfère *Reservoir Dogs*
Axel dit : jlai pa vu *Reservoir Dogs*
Axel dit : é connai personne qui la
Axel dit : ta vu son *nouveau quil sort ?*
Axel dit *: BOULEVARD DE LA MORT*
laurent dit : non pas vu le dernier
Axel dit : fo ke le trouve
laurent dit : demande à baptiste
laurent dit : ils insistaient plus sur la psycho des personnages.
laurent dit : résultat : super prenant
Axel dit : oui récemment on ma prété un film savai pa ce ke cété …le tittre c GRINDHOUSE
laurent dit : c le dernier tarantino
Axel dit : abon
laurent dit : oui !
Axel dit : savai ke ct de Tarantino mais bon
laurent dit : grind house c 2 films dont un de Tarantino et l'autre de Rodriguez !
Axel dit : a oué exacte il y est dans Ciné Live
laurent dit : je t'explique : dans *Grindhouse*, y a 2 films dont un de Tarantino qui s'appelle *Deathproof*, en français *Boulevard de la mort*
Axel dit : en plus lai prété lavai méme pa vu

> laurent dit : seulement il é plus court que le *Boulevard de la mort* sorti seul dans les salles en France
> laurent dit : dans *Grindhouse*, le film *Boulevard de la mort* dure 1h alors qu'il dure 1h30 quand il é sorti seul en salles en France

Le procédé consiste, ici, à inscrire le film dans une collection qui rendra plus compréhensible le type de récit et permettra de le juger en connaissance de cause. C'est, en tout cas, ce que j'ai tenté de faire dans cette conversation avec Axel où l'on voit bien que l'échange peut entraîner, chez un spectateur, la révision de sa première évaluation.

3ème exemple :

La discussion cinéma permet dans l'exemple suivant à l'un des participants, d'inscrire le film dans une autre collection que celle qui avait orienté son premier jugement. Ce procédé lui permet ainsi de le juger « en connaissance de cause ». Dans le témoignage qui suit, Omar, 30 ans, Professeur d'histoire géographie, déclare avoir modifié son évaluation du film *Peur Bleue* (aussi connu sous le titre *Deep Blue Sea)* grâce à la discussion.

> Je n'avais pas du tout apprécié le film de Renny Harlin *Deep Blue Sea* quand il était sorti au cinéma. Quelques années après, je suis retombé dessus par hasard à la télé et je l'ai trouvé hyper drôle ! La première fois, je l'avais jugé par rapport aux *Dents de la mer* et je m'étais dis, c'est de la sous-merde. Et puis des copains m'avaient dit que le film les avait fait marrer. Moi, je n'avais pas vu ça comme ça ! Mais quand tu le vois au second degré, avec un regard neutre, c'est vrai, tu l'apprécies ! Depuis, je l'ai revu 4 ou 5 fois !

Les conversations ne permettent donc pas seulement au spectateur de justifier son jugement face à d'autres spectateurs. Elles leur permettent également d'approfondir sa compréhension de l'expérience cinématographique qu'il vient de vivre en se l'appropriant verbalement et en la mettant en rapport avec d'autres objets, d'autres expériences. Cet échange peut même, comme dans ce dernier exemple, l'amener à réviser une première évaluation.

C- Contrôler la valeur éthique ou édificatoire de l'événement

Dans les exemples qui suivent, les spectateurs se prennent au jeu du débat moral, du débat sur la dignité civique de l'admiration portée à certains genres de films : ils s'engagent personnellement dans la défense des films auxquels ils se sentent attachés. C'est ce qui explique le ton émotionnel de ces discussions.

1er exemple :

> Lors d'une pause, mes étudiants et moi sommes regroupés autour d'un café (Aurore, Arnaud, Fanny). Le film dont il est question est *Kill Bill Vol. 1* (de Quentin Tarantino)
>
> Aurore (20 ans) : *Kill Bill Vol. 1* je le mets premier dans les films les plus pitoyables que j'ai vus ! C'est totalement bidon, ça coupe des bras et des têtes pendant 2 heures !
> Arnaud : C'est parce que tu prends ça au premier degré !
> Aurore : Nan moi je sais que j'ai pas aimé, c'est du sang du sang et encore du sang ! (*Note : Aurore s'exprime sur un ton agacé*).
> Arnaud : Je ne dis pas que ce film n'est pas violent, c'est évident que si!
> Fanny : 'fin, je sais pas moi, je l'ai pas vu, je vais peut-être y aller…mais si tu me dis que c'est comme ça !
> Aurore : Perso de tous ses films c'est vraiment le plus nul ! Mais après c'est mes goûts, t'es pas obligé de me croire ! Vas-y tu verras bien, mais moi la violence comme ça je n'aime pas, je comprends pas qu'on va au ciné pour voire ça, attends !
> Arnaud : Tarantino c'est un grand du cinéma ! T'y connais rien, c'est pour ça !
> Aurore : Attends, je connais Tarantino, mais là je te dis c'est exagéré ! Faut qu'il arrête !

Cette première discussion est l'occassion, pour Aurore, de préciser ses propres limites à l'acceptabilité éthique du film *Kill Bill*. L'échange suivant, tout aussi animé, fait notamment apparaître des jugements opposés à propos du film *X Men.* Il oblige alors les participants à faire connaître aux autres les instruments de mesure de la qualité qu'ils mobilisent.

2ème exemple :

> Moi : Qui a vu *X Men 2* ?
> Arnaud : Moi !
> Moi : Alors ?
> Arnaud : J'ai vu *X Men 2* hier soir, je la fais tout de suite ? (me voyant approcher le magnétophone de lui…) et je le conseille vraiment, et pas seulement à ceux qui ont vu le premier. Par rapport au premier, il est bien meilleur que le premier ouais, franchement. Surtout si tu veux la dimension super héros-action, tout ça bon, surtout grâce au thème de la tolérance, y a une morale.
>
> Sophie : Ah ça m'intéressse ! Ben faudrait déjà que je vois le n°1 déjà (rires).
>
> Arnaud : C'est sûr que ce serait mieux mais tu n'en as pas besoin pour comprendre l'essentiel. Enfin je pense pas, vas-y parce que t'as déjà raté le n°1.
>
> Sophie : Ah ok, mais j'aime mieux voir dans l'ordre quand même. Je vais me faire ça avec mon copain mais il l'a déjà vu, il va pas y retourner. Faudra que je lui demande ! C'est quand même assez "super-héros" dans le genre, on s'éloigne pas trop. Tu vois ce que je veux dire ?
>
> Fanny : Vous me faites peur à être intéressé pas des films sans aucun intérêt ! Attends, les films qui n'ont aucune intrigue, ça va quoi ! Les scènes sont montées

par rapport aux effets spéciaux, les films ont pour base des effets spéciaux ! Allez regarder le dernier Woody Allen, ça c'est du cinéma ! Je me marre quand je vous entends kiffer des films pareils enfin, je sais pas moi !

Halim : Moi je préfère regarder 3 fois *X-Men* à la suite que Woody Allen !
Fanny : Kubrick, Scorcese, Spielberg, ça c'est du cinéma !

Halim : Ouais mais on s'en fout nous, on te parle de passer une bonne soirée…
Moi : Et le cinéma français, t'en penses quoi ?

Fanny : Non mais je parle de Woody Allen parce que c'est un des rares américains qui fait des films qui marquent la culture ciné américaine pas comme les autres films comme *Spider Man*, *Matrix*, *Independence Day* ou *X-Men* !

Arnaud : C'est sûr, dire qu'on aime pas les films "d'action" et qu'on préfère Woody Allen à James Cameron, ça fait "bien". On peut aimer les deux et apprécier *Matrix* ou *Spiderman*, ça n'a rien à voir !
Sophie : Ouais je crois que faut s'intéresser à tout ! T'as des bons films partout et t'as des films nazes aussi dans les films d'auteur quoi !

Fanny : Ouais c'est sûr…mais les américains ils te font des sacrées daubes quand même !

Halim : Mais en France aussi, t'as pas que des supers films ! Faut arrêter !
Fanny : Oui, mais après, ça dépend des goûts aussi.

Cette discussion montre comment l'opposition « cinéma d'auteurs » et « cinéma de divertissement » s'ancre dans l'expérience ordinaire des spectateurs de cinéma. Elle montre aussi à quel point le spectateur sait relativiser son propre jugement. « Ca dépend des goûts ! » aime-t-il ainsi souvent répéter.

D- Faire valoir sa compétence à évaluer

Faire valoir sa compétence personnelle revient à exprimer son évaluation depuis sa personnalité, son originalité comme le montrent les deux exemples suivants. La discussion est ainsi l'occasion de revendiquer une singularité personnelle en conférant, à son corps propre, le statut d'un instrument de mesure indiscutable[268]. Dans la première situation, Fanny met, par exemple, en avant sa qualité de femme pour juger du charme de Tom Cruise. Par son attitude, elle revendique son admiration pour la Star et refuse toute discussion en retour. Elle ne cherche pas non plus à rassembler autour de son jugement : aucun débat, aucune rationalité, aucun argument ne pourront la faire changer d'avis.

[268] LEONTSINI, M. et LEVERATTO, J.-M. 2008. *Internet et la sociabilité littéraire*. Paris : BPI.

> Halim, Arnaud et Fanny sont présents. J'écoute la conversation à distance. Fanny est allée voir *Le dernier Samouraï* ce Week-end avec son copain. Le film dont il est question est *Le dernier Samouraï* (de Edward Zwick)
>
> Fanny : Tom Cruise, il est beau, il a du charme, il tournerait dans un navet, j'irais le voir quand même, c'est comme ça ! Qu'est-ce que tu veux ? (S'adressant à Halim (qui semble vouloir tempérer son enthousiasme en affichant un sourire moqueur).
>
> Halim : Il fait 1m 60 ! Attends, il t'arriverait même pas là (en pointant du doigt le nez de Fanny qui fait 1m75).
> Fanny : Je m'en fous !

Fanny refuse, sur un mode ludique, d'objectiver son jugement. Elle joue avec le présupposé[269] que constitue sa féminité en revendiquant la séduction qu'opère Tom Cruise sur elle. Elle désamorce du même coup toute critique technique de la part de son interlocuteur qui choisit, en retour de jouer sur l'image du couple improbable « Fanny/ Tom Cruise », la grande fille et Tom Cruise, l'homme de taille moyenne. Les rires de part et d'autre soulignent la drôlerie de l'échange. Geneviève Sellier signale, à juste titre, que dans le champ académique français, les approches esthétiques les plus formalistes, tendent à transformer ce divertissement populaire en objet de la culture d'élite universelle, d'une culture masculine en oubliant le rôle que jouent les femmes[270].

E- Mobiliser les techniques du corps

Dans l'exemple suivant, Foued, 29 ans, agent de police, revendique une compétence, certes ponctuelle mais qui lui permet d'occuper de la sorte une place prépondérante dans la discussion et dans l'expertise du film *Ong Bak*.

> Dans la salle du club de gym, quelqu'un a mis au mur une affiche de promotion de *Ong Bak* (film de karaté) qui sortait au même moment sur les écrans.
>
> Foued : Il est super, franchement vas le voir ! Comme il est taillé le gars, laisse tomber. Attends ! Non franchement, les scènes d'actions bien cadrées et tout et on voit tout de suite que le gars, c'est pas un rigolo, c'est un vrai. (Foued est champion du monde en amateur de boxe « savate », ce que sait son interlocuteur Dragan).

[269] Sur le rôle des présupposés dans la conversation, voir GOFFMAN, E. 1987. *Façons de parler*. Paris : Minuit.

[270] SELLIER, G. 2003. L'apport des gender Studies aux études filmiques. In KAENEL, A., LEJEUNE, C. &. ROSSIGNOL, M.-J. Sous la dir. *Cultural Studies. Etudes Culturelles*. Nancy : PUN.

> Dragan : Ouais ? Ben ok, je vais aller le voir alors à moins qu'on me le télécharge ! (Dragan, 31 ans en thèse de Sciences Physiques).

Foued authentifie la qualité technique de la représentation des combats « on voit tout de suite que le gars c'est pas un rigolo…c'est un vrai ». Cette évaluation qui émane de quelqu'un qui fait autorité sur la question, propose un autre regard sur le film, un autre cadre technique que celui qui permettrait de souligner, par exemple, la pauvreté du récit. Ce spectateur, que je considérais à priori comme un spectateur ordinaire devient, dans cette situation, un expert dont le jugement peut être pris en compte pour juger de l'intérêt du film en question. Il éclaire le regard du spectateur néophyte en sport de combat par ses connaissances dans le domaine du Karaté et justifie l'acceptabilité du spectacle par son point de vue éclairé.

III- L'instabilité des instruments de mesure

Les instruments de mesure qui servent à évaluer la qualité des films ne sont pas mobilisés mécaniquement sans égard pour l'originalité du film ou pour la situation où on évoque ce film. Si, dans le premier exemple, Fanny louait les films de Tom Cruise (« Tom Cruise, il est beau, il a du charme, il tournerait dans un navet, que j'irais le voir quand même…»), elle n'hésitait pas, dans une autre discussion, à affirmer que le bon film en général était un film d'auteur[271]. On ne doit pas en déduire une contradiction, sauf si on s'évertue à faire entrer le spectateur dans des catégories posées comme exclusives l'une de l'autre. Comme le rappelle Nathalie Heinich, « ce n'est pas parce qu'il y a contradiction logique qu'il y a forcément incompatibilité pratique » et le sociologue ne doit pas « s'acharner à comprendre comment les acteurs résolvent des contradictions qui n'apparaissent comme telles qu'aux yeux des savants[272]». Cette remarque pertinente ne suffit pas, cependant, à rendre compte de ce phénomène. L'écclectisme esthétique ou la dissonnance culturelle relévées par les enquêtes sociologiques contemporaines[273] ne doivent pas nous conduire à oublier la situation. La production du jugement est fonction, en effet, de la situation d'échange dans la mesure où elle expose notre intimité à autrui.

---

[271] Je ne me suis pas immédiatement rendu compte de cette contradiction, dans les catégories du jugement utilisées par Fanny, et il m'a été impossible de la confronter à cette apparente incohérence.

[272] HEINICH, N. 1998, *op. cit.*, p. 51.

[273] LAHIRE, B. 2004, *op. cit*.

L'exemple d'Olivier, 34 ans, cadre dans la finance et homosexuel, rend bien compte de cet effet de la situation sur l'évaluation du film. Lors de l'entretien, il me dit avoir bien aimé *Alexandre* « parce que l'histoire et les acteurs sont bons ». Dans une situation précédente, une conversation à bâtons rompus, il insistait sur le fait qu'il avait « aimé le film parce qu'il trouvait bien qu'Oliver Stone (le réalisateur) n'avait pas ignoré ce détail d'importance » en parlant de l'homosexualité du célèbre conquérant. Dans le premier cas, il valorisait la valeur artistique de l'oeuvre. Dans le second, il soulignait la signification personnelle, la valeur particulière de l'œuvre pour lui. Dominique Pasquier souligne la nécessité, lorsqu'on observe le goût télévisuel, de tenir compte des « configurations de sociabilité » dans le cadre desquelles le jugement se produit et qui peuvent selon les cas, conduire à « affirmer des goûts minoritaires au risque d'une certaine marginalité sociale, renier des préférences pour consolider sa position dans un groupe, secrètement dissocier les positions de scène et de coulisses. Dans toute pratique culturelle se joue l'épreuve du lien avec les autres »[274].

Conclusion

Il n'est pas étonnant que la discussion sur le cinéma soit l'occasion de mobiliser d'autres raisons à l'acceptation du spectacle que celle de la technique cinématographique. Celles-ci sont souvent d'ordre esthétique, au sens d'une sensibilité personnelle, éthique et (par montée en généralité) politique. La conversation, dans tous les cas, est l'occasion de faire valoir sa propre compétence à évaluer un film. S'interrogeant sur le statut artistique du cinéma, Claude-Jean Philippe note que le spectateur s'autorise « les jugements plus divers et une affirmation des goûts personnels, que l'on ne retrouve plus dès lors qu'il s'agit de peinture, de poésie ou de musique contemporaines »[275]. Alors que dans ces domaines, il faut « s'y connaître » un minimum pour porter un jugement fondé, sa familiarité avec les films préserve le spectateur de cinéma ordinaire d'une telle peur. Il ne craint pas de confesser ses ignorances et de revendiquer son jugement, ce qui justifie le mot de François Truffaut : « Tout homme a deux métiers : le sien et critique de cinéma ». Pour le spectateur régulier de films et de séries

---

[274] PASQUIER, D. 2003. *La télévision : mauvais objet de la sociologie de la culture ?* Communication aux actes. du Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003.

[275] PHILLIPE, C.-J. Le cinéma est-il un Art ? *Passages*, n°120/121, 2004.

télévisées, « la mesure de la qualité d'un film est, à la fois, un prétexte à l'échange avec d'autres connaisseurs de l'artiste, puisqu'elle exprime ma plus ou moins grande sensibilité au geste de l'auteur d'un film, et une fonction de l'échange, qui révèle ou, au contraire, dément la capacité de l'artiste à sensibiliser d'autres personnes aux mêmes choses et avec la même intensité[276] ». Cet échange ne s'effectue pas qu'en face à face puisqu'Internet offre aujourd'hui la possibilité de diffuser son expertise et de la partager avec d'autres spectateurs. C'est ce cadre particulier de la sociabilité cinématographique que nous allons examiner au cours du prochain chapitre.

[276] LEVERATTO, J.-M. , op. cit., p. 86.

CHAPITRE II- LA SOCIABILITE CINEMATOGRAPHIQUE SUR INTERNET

Introduction

Les spectateurs de Longwy, observés par Fabrice Montebello, ne disposaient pas d'internet. Certains d'entre eux, cependant, alors même qu'ils ne possédaient pas de diplômes, recouraient à l'écrit pour conserver la mémoire des films de qualité qu'ils avaient vus[277]. Il rappelait le cas d'un ouvrier qui notait au jour le jour, les films qui l'avaient marqué. Cet exemple illustre ainsi la manière dont l'écriture accompagne et soutient la culture du plaisir cinématographique. Jack Goody a consacré un essai célèbre à l'écriture en tant que « technologie intellectuelle »[278], dont la généralisation a profondément modifié le mode de transmission du savoir, qui reposait auparavant sur la seule mémoire corporelle de l'individu, en même temps que notre mode de connaissance de la réalité. Le passage de l' « oral » à l' « écrit » explique même, pour l'auteur, le développement scientifique caractéristique des sociétés européennes[279].

Le rôle d'internet dans la sociabilité des spectateurs de cinéma n'a pas encore donné lieu à de nombreuses études[280]. Internet est pourtant un lieu de débat et d'information mutuelle des spectateurs de cinéma et parfois, un lieu de rencontre pour les fans d'une même œuvre cinématographique[281]. Internet est donc un bon exemple de l'efficacité culturelle des intermédiaires techniques dans la diffusion d'une culture artistique. Tout ceci justifie mon attention particulière au site internet d'Utopolis qui constitue ainsi un lieu nouveau d'échange des critiques de films, pour les spectateurs de Longwy et un espace d'inscription et

[277] MONTEBELLO, F. 1994, *op. cit.*

[278] GOODY, J. 1979. *La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*. Paris : Minuit, p. 86.

[279] C'est ce qui constitue, pour l'auteur, la justification, souvent implicite, de l'opposition entre « traditionnel » et « moderne ». ibid., p. 96.

[280] ALLARD, L. 2000. Cinéphiles, à vos claviers. *Réseaux,* n°99, « Cinéma et réception », Hermès.

[281] JULLIER, L. 2005. *Star Wars. Anatomie d'une saga*. Paris : Armand Colin.

d'observation du « bouche à oreille ». Je présenterai d'abord les caractéristiques du site internet du multiplexe (I) et le corpus effectivement étudié (II).

I- Le site internet du cinéma Utopolis

Le site internet du cinéma Utopolis de Longwy propose un espace où les spectateurs peuvent critiquer et donner une note de 1 à 5 aux films programmés. Mon observation porte sur une durée de quatre mois (d'Octobre 2003 à Mars 2004) pour 44 films soit 9 messages par film en moyenne. Les films les plus critiqués sont : *Le seigneur des anneaux* (II) : 45 messages, *Le dernier samouraï* : 42, *Pirates des caraïbes* : 36, *Le seigneur des anneaux* (III) : 34 , *Podium* : 29, *The Matrix Revolutions* (19), *Scary Movie* 3 : 17, *Freaky Friday* : 12, *Les Rivières pourpres 2 - les anges de l'apocalypse* : 14, *Les 11 Commandements* : 11, *Kill Bill : Volume 1* : 18, *Bruce Tout-Puissant* :19, et enfin *Le monde de Nemo* : 12 (jusqu'en janvier 2004). Parmi ces messages, les internautes qui en ont « posté » le plus grand nombre sont : Cosmic de Arlon (ville belge) (10 messages), Fab de Rehon : (8), Iginse de Longwy (5), Jaymore (4) et Client de chez Auchan (6). Les habitants de Longwy même sont ceux qui ont le plus posté : 120 messages sur 400.

La venue sur le site est d'abord motivée par la recherche d'informations sur les films à l'affiche et leurs horaires. Celle de l'espace du site réservé à la critique des spectateurs, est, quant à elle, motivée par la lecture d'évaluations des autres longoviciens et par le désir de faire connaître la leur. De nombreux spectateurs semblent lire d'abord les critiques déposées par d'autres avant de poster la leur comme le laisse supposer ce message :

> *Podium* : 2004-03-08 - liz de pétange : J'étais déçu, parce que suivant les commentaires donnés ici, je m'attendais à voir un film beaucoup plus rigolo. (…)

La prise en compte du jugement des autres spectateurs sur un film suscite, en retour, le désir de produire son propre jugement. Antoine Hennion rappelait que « pour parvenir à qualifier ce qui s'est passé, il faut effectivement s'appuyer sur une autre série de jugements, à commencer par ceux des autres »[282]. L'espace réservé à la critique est donc tout à la fois utile pour réduire

---

[282] HENNION, A. 2007. Réflexivités. Le sociologue et le goût. Sociologie de l'art, sociologie des sciences. GAUDEZ, F. Ed. *Actes du colloque de Toulouse AISLF, 17-19 novembre 2004*. Paris : L'Harmattan.

les risques d'aller voir un film qui ne lui plairait pas en lisant la critique des autres spectateurs, et pour rendre compte de leur plaisir ou de leur déception.

Les internautes utilisent également le site pour partager immédiatement leur émotion après un film : « c'est génial ! », « un super film ! », « c'est un des meilleurs films que j'ai vus depuis longtemps ». Beaucoup n'hésitent pas, d'ailleurs, à appliquer l'épithète « *le meilleur que j'ai jamais vu !* » à tous les films dont ils parlent. Ils justifient leur plaisir par les impressions physiques que le film a laissé sur leur corps qu'ils utilisent également comme instrument de mesure : « j'ai bien ri ! », « c'est triste ! » (Cf. Partie 1, Chapitre 2). L'émotion ressentie semble alors suffire pour avoir le droit de parler du film et de l'évaluer en public. Mais on y trouve aussi des exposés plus documentés et argumentés mobilisant différents instruments de mesure, des évaluations plus précises que celles relevées lors des conversations orales. C'est le propre de l'écriture, selon Jack Goody, que de favoriser une telle objectivation du plaisir ressenti[283]. Il va, par exemple, argumenter son opinion en rappelant les instruments de mesure qu'il utilise et que nous avons déjà relevés précédemment (Cf. Partie 1, Chapitre 2). En plus des effets du film sur le corps du spectateur, la qualité technique et la qualité éthique du film sont les principaux instruments de mesure évoqués.

1- Une qualité technique :

> *Le seigneur des anneaux* : le retour du roi (de P. Jackson)
> 2003-12-17 - Galadriel de Esch/Alzette :-Fan inconditionelle de la trilogie, la 3e partie ne m'a pas déçue. C'est du grand cinéma et qui a su respecter le roman de Tolkien à la lettre. (…)

2- Une qualité éthique :

> *The Pianist* (de Roman Polanski)
> 2002-10-04 - Alain H. de Luxembourg : (…) Ce film aux aspects douloureux est nécessaire, car au delà de ses qualités cinématographiques, il nous remémore avec un autre regard, un passé pas si loin, une haine tellement proche, des horreurs différentes mais quotidiennes... Nous sommes tous juifs, catholiques, musulmans !
>
> *RRR* (des Robins des bois) 2004-02-02 - Da de Herserange : (…) Ils prennent les spectateurs pour des cons ou quoi ?

[283] GOODY, J. 1979. *op. cit.* Il ne s'agit pas de soutenir ici l'hypothèse d'une « rationalité esthétique » (Cf. ROCHLITZ, R. 1998. *L'art au banc d'essai. Esthetique et critique*. Paris : NRF Essais) mais de faire remarquer simplement que l'écrit impose une justification argumentée.

Le rappel des instruments de mesure ayant permis l'évaluation de la qualité d'un film ne suffisent pas toujours à convaincre le lecteur. D'autres outils sont alors à la disposition de celui qui veut convaincre.

II- Convaincre

Le spectateur-internaute en même temps qu'il mobilise les instruments de mesure habituels, tente parfois de convaincre le lecteur avec des formules toutes faites. Par exemple, il s'inscrit dans une querelle artistique, utilise le registre de l'évidence, conseille les lecteurs, contextualise son opinion ou laisse transparaître sa personnalité grâce au pseudonyme qu'il choisit ou fait appel à des experts.

1- La querelle artistique

Inscrire son jugement dans une querelle artistique est une forme de « montée en généralité » où le spectateur cesse de défendre son cas particulier et fait référence à un conflit plus général au sein duquel il prend position.

> *Lost In Translation* (de Sofia Copola)
> 2004-02-15 – Nasserdine de Villers - Le film d'1h30 le plus long que je connaisse.
> (…) Mais franchement, vive Spider man, vive *Star Wars* !

Nasserdine, dans cet exemple, fait d'une attitude individuelle vis-à-vis des films une affaire collective. Il introduit, en généralisant, son jugement dans la querelle bien connue qui oppose, en France surtout, le cinéma d'auteur au cinéma dit de divertissement et qui connaît grâce à l'écriture électronique, un moyen de se pérenniser.

2- Le registre de l'évidence

Utiliser le registre de l'évidence ou, pour le dire autrement, faire comme si la chose était entendue, évite de se perdre en justifications et donne l'impression, au lecteur, d'une vérité qui n'est plus à discuter.

Kill Bill (de Quentin Tarentino).
2003-12-08 - Andrea de Esch/Alzette : (…) typiquement Quentin Tarantino. Nous savons tous que ses films sont violents et bizarres mais toujours d'un grand charme. (…)

Ici, Andréa généralise son propre point de vue à l'aide des raccourcis « nous savons tous que » et « toujours d'un grand charme ».

3- Le conseil aux autres

Visiter cet espace réservé à la critique d'autres spectateurs avant d'aller voir un film est une pratique courante qui consiste à s'appuyer sur le bouche à oreille local. Les spectateurs qui écrivent des critiques de films en tiennent compte. Il n'est donc pas rare de voir celui qui écrit conseiller directement son lecteur potentiel. Ce « conseil aux autres » est, en même temps, un bon moyen de donner du poids à une opinion personnelle.

Kill Bill (de Quentin Tarantino)
2003-10-31 - Nico de Belvaux : (…) à déconseiller aux plus jeunes ! ! !

Frère des ours (de Bob Walker, Aaron Blaise, Disney)
2004-02-06 - Deborah de Petange, (…) Amenez vos enfants voir ce film, ils aimeront et vous aussi. Hymne à la nature !

Le seigneur des anneaux II (de Peter Jackson)
2002-12-29 - loulou de Mexy -film inoubliable, extraordinaire, à voir absolument. Si vous n'allez jamais au ciné, cette fois c'est le moment. Cette trilogie est tellement différente des films qu'on voit habituellement. (…)

RRR (des Robins des bois)
2004-02-16 - katie de nancy : film assez décevant! on pensait plus rigoler.. encore une fois ne pas se fier à la bande annonce ! (Note : Elle avait fait le même conseil pour *Podium* dont elle était ressortie déçue également)

Après le conseil, le rappel des circonstances dans lesquelles on a vu le film est une autre manière d'intéresser le lecteur et, partant, de lui faire partager son évaluation.

4- Contextualiser son opinion

Par contextualiser, j'entends nommer l'acte du spectateur qui consiste à rappeler les conditions dans lesquelles le film a été vu. Le spectateur souligne ainsi l'importance du contexte que j'ai moi-même déjà relevé (cf. Partie 1, chapitre 2). Ce faisant, il intéresse le lecteur qui peut alors s'identifier à son expérience.

Le dernier samouraï (de Edward Zwick)
2004-02-22 - lori et gaetan de chez nous ! - On a beaucoup hésité à aller le voir à cause des mauvaises critiques... et finalement on a adoré.

Podium
2004-02-24 - silvia et Cie de Gorcy- Film amusant à voir en famille comme nous ! Bien fait et amusant.

2004-01-08 - Julien de Longwy : Bon, soyons clairs ! C'est bien réalisé, on s'y croirait, mais on a pas envie d'y être, c'est super ch...! A la fin du film, tous les spectateurs qui ne sont pas morts d'ennui se regardent et fondent en larmes. (…) On m'y a emmené, elle se reconnaitra, la prochaine fois, JE choisis le film s'il te plait !

5 - S'identifier

S'identifier permet également d'indiquer de quel point de vue on se place. Les internautes peuvent s'identifier de manière plus ou moins subtile, par exemple, en choisissant un pseudonyme qui laisse transparaître un âge ou le fait d'être un homme ou une femme (des informations que personne ne peut vérifier car le site n'offrait pas la possibilité de connaître ces caractéristiques). Ainsi, on peut lire des pseudonymes tels que « bombalatina de longwy », « Zidane de Esch/Alzette », « papillon de nancy », « mare de longwy », « le ZIZOU de Pétange », « le bo gosse du 54400 », « qui de nulle part ailleurs », « Lilly la Belle du bois dormant », « Jean-Michel de Parailleurs », « Jobbi de jojoba », « client toujours DechezAuchan », « barilla de l'Italie » ou encore, quand ils sont deux à écrire d'une seule main, « david&carine ».

Dans ces messages, l'auto-identification du locuteur, comme le notent Jean-Marc Leveratto et Marie Leontsini à propos de forums des lecteurs sur internet « permet d'obtenir la confiance de l'interlocuteur en lui apportant des informations sur la personne qui juge et le contexte du jugement qu'elle propose, et en lui indiquant jusqu'à quel point il peut partager sa lecture, ses goûts et ses impressions [284]». La prégnance des catégorisations sur l'autre, inhérente à cette mise en scène, est sue et voulue par le spectateur, qui choisit un pseudonyme. C'est moins la réalité de l'identité de l'internaute qui intéresse (d'ailleurs impossible à connaître[285]), que l'effet produit par ces pseudonymes sur le lecteur. L'idée que l'on se fait de celui qui écrit

[284] LEVERATO, J.-M. et LEONTSINI, M. 2005. Internet et la construction du goût littéraire : le cas de critiqueslibres.com. In GAUDEZ, F. Sous la dir. *Sociologie de l'Art*, n°7, « Littérature, Fiction/réel ».

[285] Le site est d'accès libre et ne nécessite donc pas d'enregistrer ses coordonnées réelles pour y accéder. Il

peut avoir une incidence sur la crédibilité qu'on lui accorde. Les spectateurs aiment mettre en scène leur identité par l'intermédiaire de ces pseudonymes (être un jeune fan de foot, une jolie fille, un ancien de Daewoo) si bien qu'on n'a peu de mal à deviner l'âge ou le sexe de celui qui écrit, comme le montre ce message déposé par un enfant.

> *Frère des ours* de (Bob Walker, Aaron Blaise)
> TEO de aubange : J'ai été voir le film une fois avec ma maman, et une fois avec ma mamy et mon tonton. alors ça veut dire que j'ai adoré. Allez le voir !

La mobilisation d'experts reconnus, censés valider notre propre expertise, est le dernier moyen utilisé pour convaincre.

6- Mobiliser des experts

Le spectateur peut s'efforçer de justifier son opinion comme le font les citoyens, étudiés par Luc Boltanski[286], qui dénoncent une injustice. Le spectateur mobilise, en effet, des alliés pour contrôler son opinion, un proche expert ou des critiques de cinéma.

> *Open Range* (de Kevin Costner).
> Fabien de Mexy - Mon père, il sait c'est quoi un bon western, et je suis d'accord avec lui. Je peux vous dire que le dernier Kevin Costner (*Open Range*), c'est de la merde (…)

> *Open Range* (de Kevin Costner).
> Jeff de Longwy - Le film, il s'est fait descendre dans le dernier Studio Magazine, ils disent que c'est pas terrible, terrible, rien à voir avec *Danse avec les loups*.

En montrant la convergence de son évaluation avec celle de *Studio magazine* ou de son « père », le spectateur démontre le caractère collectif de son jugement et dé-singularise sa position : « dé-singulariser signifie alors opérer une connexion entre un cas singulier et des ensembles collectifs[287] ».

---

m'était donc impossible de connaître l'identité réelle des spectateurs.

[286] BOLTANSKI, L. 1984. avec DARRE, Y., SCHILTZ, M.-A. La dénonciation. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°51, mars 1984.

[287] BLIC, D. 2000. La sociologie politique et morale de Luc Boltanski. *Raisons politiques*, n°3.

III- La dispute cinématographique

Cet espace, qui, du fait de son fonctionnement asynchrone, n'a pas vocation à faire naître des discussions est pourtant le théâtre d'interpellations entre spectateurs qui expriment leur désaccord sur l'expertise faite par d'autres. Il s'agit, tout à la fois, de défendre la qualité du film et de défendre sa propre compétence à l'évaluer, les deux semblant indissociables. Ces disputes, au sens de Jean-Marc Leveratto[288] sont facilitées par l'écriture et par le fait que l'anonymat et l'agressivité déployée n'exigent pas de réparation. L'attaque d'un objet personnel (le film qu'on aime) concourt au développement de cette agressivité notamment lorsque ce dernier semble injustement critiqué.

Dans l'exemple qui suit, la dispute porte sur le film *Kill Bill* et oppose Client de chez Cora, Client De chez Auchan et Driss de Longwy. Le choix de tels pseudonymes n'est pas anodin. Leur utilisation fait écho, en effet, à la querelle médiatique survenue entre ces deux enseignes suite au projet d'ouverture à Longwy de la grande surface Auchan alors qu'un magasin Cora existe à Arlon en Belgique, à 25 mn de là.

Kill Bill (Q. Tarantino) (lire de bas en haut) (orthographe d'origine)

2003-11-24 – Client dechezCora aussi : à Driis : t'aurais certainement fais partie des gens qui partaient au bout de 15 premières minutes de 2001 à l'époque.

2003- 11- 08 – driss de Longwy :

Le problème chez Tarantino, que j'adore, c'est k'il y a pas de second degré. Pas de deuxième lecture à ses films. Il dénonce rien. C'est gratuit. C'est bien fait mais c'est tout. Parfois c'est limite guignol comme dans *Kill Bill* ! libre à toi de suivre comme un mouton et d'aplaudir à cette farce.

2003-11-02 - client toujour DechezAuchan : eh driis, je compare si je veux. Tarantino aura la même reconnaissance que Kubrick dans 20 ans. Moi j'ai décidé de ne pas attendre jusque là. Comme kubrik, il a son univers à lui. Comme kubrik, les gens adorent ou détestent ses films. Comme pour *2001*, les gens disent soit de *Kill Bill* que c'est du génie, soit que c'est nul…comme chez Kubrik, c'est du film d'auteur qui fait ce qu'il a vraiment envie de faire sans se soucier de savoir sison public le suivra.

2003-10-30 - Driss de Longwy : Comparer Tarantino à Kubrick (cf. autre commentaire), non mais je rêve, il faut quand même y aller... il faudrait revoir vos valeurs... J'adore Tarantino. J'ai *Reservoir Dogs* et *Pulp Fiction* chez moi et je les regarde régulièrement avec une joie non dissimulée. Je le guête même en tant qu'acteur dans *Alias*, dans *Desperado*, dans *Une nuit en enfer*. Autant vous dire que

[288] LEVERATTO, J. M. 2005. *op. cit.*

j'attendais *Kill Bill* avec impatience... Eh bien, je ne sais même pas si j'irai voir le 2e volet. Les images sont esthétiquement géniales, très belles. Chapeau aux acteurs. Mais pour le reste. Tout le monde s'insurge contre la violence montrée à l'écran. Moi je la trouve GROTESQUE... On coupe un bras et on asperge une pièce de sang comme avec une lance à incendie. S'il n'y avait pas marqué Tarantino au générique ce serait un film de série B qui passerait la nuit à 3h du mat pour les insomniaques sur une chaîne câblée... J'espère que je retrouverai le Quentin que j'aime pour son 5e film. Une fan déçue.

2003-10-27 - Client de chez Auchan : Chef d'oeuvre. Tarantino nouveau Kubrik ?

Cette dispute, comme la suivante, montre bien la dynamique collective de la question de la qualité. Chacun voulant rendre compte de son opinion lorsque « son » film est attaqué. Il en va de même pour les suivantes consacrées aux films *Love Actually* et *Lost In Translation*.

Love Actually (de Richard Curtis) (lire de bas en haut)

2003-12-07 - barilla de litalie Cher Nicolas, je trouve que dans un monde qui est assez froid et faux comme tu dis, cela fait du bien de rêver 135 minutes ! Film à R E C O M A N D E R!!!

2003-12-01 - Nicolas de Herserange Ce film se résume facilement: Niaiseries. Tout le monde est gentil, la sincérité avant tout. Le bonheur. Le seul personnage "méchant" est déguisé en diable au milieu du film, ainsi on sait imméditament que c'est le mal. En aucun cas je ne voudrais vivre dans un monde pareil. Un dessin animé pour enfants de 6 ans n'oserait pas être si faux, les enfants ne pourraient y croire.

2003-12-01 - Save de Esch/Alzette : C'est vraiment un très bon moment. C'est touchant et surtout très drôle. Malgré ce que l'on pourrait prendre pour un sujet léger, tout le monde n'est pas parfaits ou gentils. Les personnages ont leurs bons et mauvais côtés. C'est un vrai bonheur de retrouver ces merveilleux acteurs "so british". Vous voulez rire, être touché (et peut-être même verser une petite larme)... allez-y... et pour répondre à une autre critique: je n'ai pas 6 ans et je sais que les choses tournent rarement aussi bien dans la vie, mais Dieu merci les moments de magie existe malgré des gens terre à terre. Un peu de douceur dans ce monde de brutes.

2003-12-01 - Nicolas de Herserange : Ce film se résume facilement: Niaiseries. Tout le monde est gentil, la sincérité avant tout. Le bonheur. Le seul personnage "méchant" est déguisé en diable au milieu du film, ainsi on sait immédiatement que c'est le mal. En aucun cas je ne voudrais vivre dans un monde pareil. Un dessin animé pour enfants de 6 ans n'oserait pas être si faux, les enfants ne pourraient y croire.

Lost In Translation (de Sofia Copola)

2004-02-14 : Joël de Rodange : Je voulais rien dire au début mais quand je vois toutes ces critiques positives, alors là je me dois de réagir. Ce film est d'une banalité déconcertante….il ne se passe rien. Absolument rien pendant 1H30.

> Comment vous faîtes pour vous emballer pour ça…c'est l'ennui total. Je ne comprends pas le succès d'un tel film.

On note que c'est la lecture de « toutes ces critiques positives » qui a incité Joël à réagir et à faire part de sa propre évaluation négative. Cette réaction confirme la manière dont la dispute s'ancre dans le sentiment d'injustice au sens d'un sentiment de manque de justesse du jugement d'autrui qui cherche à dégrader un objet personnel.

Conclusion

Pour Fabrice Montebello, la conversation est une occasion de « déclarer "publiquement" son amour » pour un film[289]. Ces disputes montrent qu'elle est aussi l'occasion de les défendre. Il importe de se souvenir cependant que « l'échange social entre les spectateurs dont l'œuvre d'art est à la fois le prétexte et le produit, ne consiste pas qu'à parler de l'art, mais du « monde vécu » dans lequel il s'inscrit »[290]. C'est ce que nous permet de vérifier la transmission locale de la mémoire cinématographique que nous allons, dans le chapitre suivant, examiner.

[289] MONTEBELLO, F. 1997, *op. cit.*, p. 303.

[290] LEVERATTO, J.-M. 2005, *op. cit.*, p. 5.

CHAPITRE III- LA TRANSMISSION DE LA CULTURE CINEMATOGRAPHIQUE

La discussion offre à chacun l'occasion d'être ponctuellement un intermédiaire culturel car, au détour d'une conversation, il peut attirer l'attention des autres à propos de la qualité d'un film ou d'une série télévisée et nourrir ainsi leur expertise. Si l'encadrement patronal de l'éducation au cinéma a disparu à Longwy, les spectateurs eux-mêmes ont pris le relais de la médiation nécessaire à la découverte des films anciens ou nouveaux lorsque la transmission d'un plaisir du cinéma ne passe pas par l'intermédiaire des films eux-mêmes. On ne peut donc réduire le rang des intermédiaires aux seuls professionnels du cinéma ni même réserver à ces derniers le monopôle du discours sur le monde du cinéma. Chaque spectateur qui éprouve une émotion grâce à un film ou une série télévisée est susceptible, en effet, de les recommander à d'autres. Pour Jean-Marc Leveratto « le pouvoir ordinaire du spectateur est ainsi d'attacher d'autres individus à une culture artistique qu'il transmet au travers de la communication verbale de son plaisir, communication verbale qui est à la fois l'instrument de vulgarisation d'un objet spectaculaire et un vecteur de socialisation du plaisir qui procure cet objet »[291]. Certains spectateurs se distinguent cependant de par le temps qu'ils consacrent à promouvoir les films de qualité dont ils ont été les témoins. Ils tiennent alors une position d'intermédiaire et de guide qui consiste à intéresser les autres spectateurs par le prêt ou l'échange de films (section 1). Ils sont aujourd'hui aidés par des techniques modernes de communication qui facilitent ces échanges et in fine la diffusion de l'amour du cinéma (section II).

Section I- La transmission de l'amour du cinéma

Consacrer son temps libre au cinéma s'inscrit naturellement dans une logique de don/contre-don ou l'amour des films est vécu comme un don qu'il s'agit, pour celui qui en a bénéficié (après transmission de pair à pair ou à la suite d'un « coup de foudre ») de le faire partager

[291] LEVERATTO, J.-M. *op.cit.*, p. 124.

(I). En retour, il s'efforce de conseiller les autres en n'hésitant pas à prêter ou à donner ses propres films mais aussi de son temps libre pour partager sa passion (II).

I- L'amour du cinéma : un don

Pour beaucoup, le goût du cinéma leur a été transmis par la famille (A). Pour d'autres, ce sont des « coups de foudre » (B).

A- La transmission familiale

Le père, la mère, le grand frère ou la grande sœur sont des passeurs privilégiés dès lors qu'ils entretiennent naturellement, en l'alimentant même, le plaisir éprouvé par certains enfants au contact des films ou séries télévisées. L'exemple de Christiane, (40 ans, ouvrière, mère de deux enfants), déjà interrogée, offre un bon exemple.

> **Tu as transmis le goût du cinéma à tes enfants ?**
>
> Axel a un Blog qui est pas trop mal, il est accroc à tous les genres de cinéma. On peut aller voir très bien Guillaume Canet que des films américains…
>
> **Vous n'avez pas de goût à priori…**
> Non. Axel a été voir *Jarhead*, *Lord Of War* (…) Tout les intéresse ! C'est ça le bonheur avec eux ! On va pas seulement ensemble au cinéma parce qu'on a une voiture. C'est parce qu'on va avoir les mêmes films, tous les films ! Ils aiment tous les genres, grâce aux informations grâce à la télévision. Ils s'intéressent, tout les intéresse ! On va voir tout. Ils voient tout, ils en voient plus que nous et ils décortiquent encore plus que nous. On voit toujours les films ensemble. C'est très important d'aller voir des films ensemble et d'en discuter ensemble.

Ce cas illustre bien la manière dont les échanges en milieu familial et la consommation collective des films favorise leur expertise. Pour Ricardo[292], (30 ans, cariste à l'aéroport de Luxembourg), c'est son grand frère qui louait de manière frénétique toutes sortes de films au

[292] Ricardo a été mon voisin de pallier, en HLM, pendant plus de 20 ans et il a grandit comme moi avec sa mère qui l'a élevé seul avec ses deux sœurs et son frère. Il vient d'emménager en Belgique, à Athus (à 10 Km de Longwy) avec son amie. Il est connu pour deux choses dans le quartier. Son talent au football (lui et son frère ont joué dans des grands clubs belges) et sa cinéphilie. Par moment, il me disait voir 8 films (essentiellement des nouveautés) par semaine ou deux ou trois par jour. Je le crois volontiers. Pour l'avoir croisé dans les escaliers de notre immeuble des centaines de fois avec cassettes VHS, DVD et maintenant Div X sous le bras. Pourtant, il ne va que rarement au cinéma. Toute sa culture cinéma d'ailleurs très diverse s'est constituée à domicile.

magasin de location *Le Fauconnier* situé à 200 mètres de chez eux (présenté dans l'introduction) et qui est à l'origine de sa passion.

> **Ta cinéphilie remonte à quand ? Qui t'as transmis ça ?**
> Mon frère ! Y avait des mercredi après-midi où on se faisait chier ou aussi les vacances. Il me ramenait des films, c'était extra ! Les Gabin, les films en noir et blanc. Les Gabin ! Je trouve qu'il a fait des très très beaux films : *Les vieux de la vieille* ! J'adore les répliques, c'est incroyable !

On voit ici comment la transmission à l'intérieur de la famille et le temps libre favorisent l'entrée de certains films et de certains auteurs/acteurs dans le patrimoine familial. Dans le cas de Mona et Natacha, deux adolescentes, filles d'un enseignant de l'IUT de Longwy, la passion de leurs parents a été décisive dans la découverte et l'amour de films français des années 60.

> Déjà j'ai des DVD de Henri Verneuil chez moi et c'est ma mère qui m'en a parlé.
>
> **Ta mère aime bien ces films ?**
> Oui, elle adore ! On en a enregistré et on en a en DVD.

Cette transmission a également été l'occasion d'un apprentissage de l'éclectisme : la mère des deux adolescentes a bien des préférences mais elle assure aimer tous les films « pourvu qu'ils soient bons » comme elle me l'a confié lors d'une discussion informelle. Pour le père, c'est identique. Il aime des choses très différentes comme l'illustre cette autre séquence de l'entretien avec les deux adolescentes.

> **Et votre papa il aime bien aussi le cinéma ?**
> Mona : Oui lui aussi mais pas trop les vieux films, c'est pas comme ma mère ! Mais il aime bien les Belmondo ! Il les a tous vu ! Il aime bien aussi les Steven Seagal et les Denzel Washington.
> **Mais il n'aime pas les films français ?**
> Natacha : Si ! Parce que la dernière fois il nous a demandé d'enregistrer *Les tontons flingueurs* ! Et il aime bien aussi la série des *Magnum*, les *Colombo*, les *Cordiers, juge et flic*, les *Dolmen*, les *Femmes de loi* (séries télévisées) (rires).

Les rires signalent que les adolescentes ne partagent pas entièrement les mêmes goûts que leur père. Ceci n'empêche pas ce dernier de jouer le rôle de découvreur et de médiateur à leur égard.

> **Mais qui c'est qui a aimé Sandra Bullock en premier, vous ou votre père ?**
> Il m'a fait découvrir *L'amour sans préavis* et après j'ai commencé à l'aimer ! Natacha : moi je suis plus fan de Monica Bellucci. J'ai vu *Astérix*, *Le pacte des loups*, *Sindbad*, *Matrix*.

Le rôle privilégié joué par la mère dans la transmission du goût s'explique par son souci d'intéresser les enfants au cinéma et par son action pour leur faire aimer des genres différents. Nassera, maman de Mona et Natacha, 45 ans, est femme au foyer. Elle a découvert le cinéma avec ses parents ouvriers dans la sidérurgie dans les années 70. Elle entretient le plaisir de cette époque en spécialisant sa collection dans les films, des années 50 et à 70 % français (Gabin, Ventura, Blier, De Funès, Belmondo, etc.).

> **Tu as transmis l'amour du cinéma à tes filles je crois…**
> Non t'exagères ! Bon si parce que elles aimeraient peut-être pas les vieux films en noir et blanc sinon…quoique pas sûr ! Ce que j'ai fait, j'ai montré ces films à mes filles ! C'est tout ce que j'ai fait ! Je les ai pas obligées à les aimer quoi, je sais pas, comment te dire…Elles rient de bon coeur devant un Fernandel, un Bourvil, un De Funès (…). C'est des films qu'on regarde en famille encore et encore ! Si ça passe à la télé ben c'est sûr, on ne les rate pas ! Après si tu veux, je les force pas moi ! Elles aiment les films américains, les nouveautés alors je dis : « bon ben ok, allez-y » ! Je leur impose pas mes goûts, tu vois ce que je veux dire ?

Ces exemples illustrent le rôle de la consommation au domicile familial dans la survenue du goût pour le cinéma. Cette observation ne doit pas surprendre : près d'un Français sur trois (30 %) déclare avoir reçu de son entourage, au cours de l'enfance, une activité de loisirs ou une passion en héritage[293]. L'amour du cinéma ne nous est cependant pas toujours transmis par un proche ou un ami. Un film, un acteur, un réalisateur peuvent remplir ce rôle.

B- Le coup de foudre

La passion du cinéma peut aussi ne pas passer par la famille ou par un proche, comme l'oublient les sociologues qui mettent l'accent sur la reproduction ou la rupture avec l'espace familial. Or, comme le rappelle justement l'enquête du DEP déjà citée : « aller régulièrement au théâtre, jouer dans une fanfare, s'intéresser à l'art contemporain... peuvent être des manières de prolonger une histoire familiale ou de s'inscrire dans des appartenances héritées, mais cela

[293] Dans 9 % des cas, l'activité concernée relève du domaine culturel, dans 21 % des cas d'autres domaines du temps libre (dont 7 % pour le sport et 7 % pour des activi- tés de loisirs domestiques tels le bricolage, le jardinage ou la couture) selon une enquête menée par le DEP du Ministère de la culture datant de 2004. L'enquête portait sur 5 299 français de 14 ans et plus, interrogés sur les loisirs qu'ils avaient pratiqués pendant leur enfance et sur l'existence d'une éventuelle passion qu'ils auraient reçue en héritage. Cf. *Transmettre une passion culturelle*. Développement culturel. N°143–février 2004 disponible sur http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/telechrg/dc/dc143.pdf.

peut être aussi le résultat d'une rencontre (celle d'un ami, d'un enseignant...) ou d'une démarche personnelle s'inscrivant en marge ou en réaction contre ces appartenances[294] ».

Il faut alors plus simplement prendre en considération l'efficacité directe des objets eux-mêmes sur les spectateurs. C'est ce qui est arrivé à David, tombé amoureux des cultures asiatiques grâce au cinéma alors que rien, dans son histoire personnelle, ne l'y préparait. Personne dans sa famille, par exemple, ne s'intéressait au cinéma ou à la culture asiatique. Il possède aujourd'hui une collection impressionnante de films et de DVD. Le monde asiatique exerce, depuis ses premiers émois cinématographiques, une telle fascination sur lui que sa fiancée, elle-même, est originaire de Mongolie. Lors de l'entretien, il revenait justement d'un voyage en Chine et en Mongolie.

> **Comment tu es rentré dedans ?**
> J'ai toujours aimé les dessins animés, les mangas et j'ai vu *Jackie Chan dans le Bronx* en 96 au Rex, je m'en souviens, ça a été pour moi la révélation. Après je cherchais les cassettes de Jackie et de fil en aiguille j'ai découvert leur univers, leur esthétique. Bon, j'ai grandit à la ZUP. On se passait des cassettes de Bruce Lee et des films aussi fin nuls mais bon c'était marrant à voir ! Puis j'ai vu les films de Jackie Chan style *Drunken Master*, *Opération Condor*. C'était avant qu'il passe aux Etas-unis et qu'il fasse *Rush Hour*. C'était les années 80. J'avais 13/14 ans. Après avec internet, c'était terminé et ça a été la boîte de Pandore ! J'ai téléchargé des films comme c'est pas permis !
> **Combien de films tu as ?**
> 1500 ? Je sais pas, je sais plus…
> **Et de séries télé ?**
> Ben, tu comptes, j'ai toutes les saisons d'*Alias*, de *Nip Tuck*, d'*Ally Mac Beal*, de *Sex and the City*, des *Experts*, de *Six feet under*…
>
> **Tu m'as dis que tu regardais maintenant des films d'auteurs ? Dans le cinéma asiatique !**
> Oui ! Faut savoir que dans le cinéma coréen par exemple, ils filment la vie tout simplement. Y a des petits films coréens où les personnages sont attachants mais t'as des bons films chinois aussi !
> **Oui j'ai d'ailleurs beaucoup apprécié récemment *Balzac* et *La petite tailleuse chinoise* et *Vivre* que tu m'as prêté !**
> Oui ça c'est chinois je crois. Mais oui ! Ce sont des films incroyables mais y en a plein d'autres !
>
> **Quels sont tes films préférés ?**
> Dur à dire ! J'ai des films que j'adore, mais des films préférés ? J'en vois tellement. Je suis très fan de Jackie Chan bien sûr mais oui ça va plus vers du Zhang Yimou ou du Tsui Hark !

[294] Développement culturel, n°143, février 2004. Transmettre une passion culturelle. Disponible sur http://www.culture.gouv.fr/culture/editions/r-devc/dc143.pdf [consulté le 29/05/2007].

Et ta copine, elle a pas joué un rôle ?
Non, c'est l'inverse ! C'est plutôt ma fascination pour le monde japonais qui m'a fait tilter quand je l'ai rencontrée. Elle habitait dans le même couloir que moi ! Dans cette cité U ! Ca c'est passé l'an dernier. Mon rêve c'est d'aller au Japon. Je mets de la tune de côté exprès !

Une anecdote de Charles Chaplin dans laquelle il met en scène le coup de foudre qu'il a éprouvé à la vue d'un opéra, rend bien compte du phénomène : « Je n'avais jamais vu d'opéra, mais seulement des extraits dans des music halls, et j'avais horreur de cela. Mais cette fois je me sentais d'humeur à entrer. Je pris un billet et m'installai au second balcon. L'opéra était en allemand et je n'en compris pas un mot, pas plus que je ne connaissais l'histoire. Mais lorsqu'on emporta la reine aux accents du cœur des pélérins, je pleurai toutes les larmes de mon corps. J'avais l'impression que cela résumait toutes les peines de ma vie. C'est à peine, si je pouvais me maîtriser ; je ne sais pas ce qu'ont du penser les gens assis à côté de moi, mais je sortis de là, les jambes molles et dans tous mes états »[295]. De la même manière que Charlie Chaplin et l'opéra, David a eu le coup de foudre pour le cinéma asiatique. Il a pu le cultiver grâce aux échanges intensifs entre « gars de la ZUP » et aux téléchargements illégaux. Pour Mona et Natacha (déjà rencontrées), si l'essentiel de la transmission est familial, la vision du film *8 femmes* a été vécu comme un coup de foudre pour le cinéma entraînant une consommation frénétique de films.

Depuis quand tu regardes beaucoup de films ?
En 2002 j'ai d'abord vu le film *8 femmes* et après je me suis intéressé au cinéma et à Ludivine Sagnier. Après je me suis intéressée à elle j'ai même été fan d'elle.
C'était à quelle occasion que tu as vu le film ?
Je l'ai vu en février 2002 mardi à 20 h 30 le 17 février ! (note : je suis surpris par la précision de la réponse !).
Comment ça se fait que tu te rappelles de la date exacte ?
Parce que, dans mon journal intime, je l'ai noté.

Tu as beaucoup aimé ce film alors ?
Oui, je l'ai même en cassette !
Pourquoi tu es allée voir ce film là ?
Parce qu'il y avait Fanny Ardant et au début et je l'aimais bien et il y avait aussi Catherine Deneuve !
Pourquoi tu aimais ces actrices là ?
Eh bien parce que j'avais vu *La bûche*, *Belle maman* !

Et comment ça se fait que tu connais ces films là ?
Mon père connaissait ces films là et il m'en avait parlé !

[295] CHAPLIN, C. 2002, *op. cit.*

Après tu as aimé Sandra Bullock je crois ?
Oui, j'ai vu tous ses films. Le dernier film que j'ai vu d'elle, c'est *Miss FBI* et *Calculs meurtriers* ! J'ai vu les deux *Speed*, *Traque sur Internet*, *28 jours en sursis* quand elle fait l'alcoolique et qu'elle est droguée. Et j'ai vu aussi *Le droit de tuer* et je vais aller voir au cinéma *Crash*[296] !

C- Une relation discontinue avec les films et notamment avec la sortie cinéma

Pour une grande partie des spectateurs rencontrés, ce n'est ni la transmission familiale, ni le coup de foudre qui sont évoqués mais simplement une relation plus ou moins régulière avec le cinéma qui alterne des périodes de grande et de faible consommation. L'exemple de Marco, 53 ans, professeur des écoles, déjà interrogé, est exemplaire de rapports de périodicité dans sa consommation des films tout au long de sa vie, grâce à la télévision et aux salles.

Parle-moi un peu de tes souvenirs cinéma ?
J'ai toujours aimé le cinéma depuis que je suis tout petit. Je regardais beaucoup de films à la télé. J'ai eu des périodes où j'allais pas trop mais maintenant je m'intéresse à nouveau au cinéma…avec les projections débat que j'organise. J'ai l'occasion d'en voir plein, surtout les films documentaires, genre que je ne connaissais pas bien.

Tu as grandi à Longwy ? Tu as connu les anciennes salles…
Oui il y avait le Palace, le Ciné-Rehon pour les films du *Ciné-Club* et à Longwy-bas, Le Rex. J'ai fait mes études à Nancy. Là-bas, j'allais au Caméo. Ils passaient des films d'art et d'essai ! J'y allais pas mal ! Le cinéma, ça m'est passé quand les salles ont fermé à Longwy. Je n'allais pas trop au Rex, j'avais Canal Plus, je me contentais des films qui y passaient. Les années 90, j'étais pas vraiment dedans. On dirait que ça m'était passé. Je supportais plus Le Rex faut dire. Les salles étaient trop comment dire…enfin tu vois quoi, c'était pas le grand luxe. Maintenant les enfants sont partis. J'ai une nouvelle amie (Marco a divorcé) et on sort beaucoup au cinéma. L'arrivée d'Utopolis a fait beaucoup pour mon regain d'intérêt pour le cinéma. Les conditions de confort sont super et l'offre de films aussi.

Tu as découvert le cinéma comment ?
C'est par moi-même ! Mes parents étaient ouvriers, mais c'est par moi-même que j'ai découvert le cinéma. J'aimais bien le cinéma italien, réaliste. Mon père était syndicaliste (CGT) un vrai militant et le cinéma italien avait de la vigueur. Mes parents sont italiens, bref, on allait tous chaque année au festival à Villerupt. Y avait même pas à discuter, on y allait, on suivait mais on a vu des bons films hein…me demande pas, je saurais pas te dire lesquels comme ça à froid, mais c'était bien…Bon maintenant j'y vais plus, c'est vrai ou rarement.

[296] Le film est sorti en France sous le titre *Collision*.

On voit comment la relation au cinéma de Marco varie en fonction des réseaux techniques et sociaux ou des circonstances de sa vie personnelle (vie étudiante à Nancy, possession d'un décodeur Canal Plus, rencontre avec sa nouvelle amie). Il en est de même pour Nassera, la maman de Mona et Natacha, déjà interrogée.

> **Toi et le cinéma, ça remonte à quand ?**
> Je pense que j'ai toujours aimé le cinéma surtout lorsque j'étais enfant ou ado. La télévision a beaucoup fait parce que finalement on allait pas tant que ça au cinéma. On habitait Errouville à la campagne et bien sûr quand t'es gosse, t'as pas de possibilité de venir à Longwy comme ça ! Ah si, on allait au festival italien de Villerupt. On disait : « c'est toute l'Italie qui descend à Villerupt ! » (rires).
>
> Après j'ai eu ma période des films des années 50 60 que j'enregistrais toujours à la télé. Là maintenant que les enfants sont grandes, bon, je retourne de temps en temps au cinéma voir des films rien que pour moi. J'y vais avec une amie. Un coup de fil et hop ! Ou on se donne rendez-vous. On papotte et on y va quoi je lui dis « ça te dit d'aller voir tel film ? » et elle : « ouais ouais c'est bon ! ». Enfin tu vois le genre quoi. C'est marrant, tu vois, j'ai 45 ans et je vais plus au cinéma que quand j'étais jeune mais c'est vrai que, depuis qu'il y a Utopolis, t'as plaisir à y aller. Avant, bon, fallait se taper 40 bornes ! Le Rex ne passait que 3 films par semaine donc t'avais pas trop le choix. Tu vois ce que je veux dire ?

Pour Nassera, les circonstances actuelles l'encouragent à renouer avec la sortie cinéma (les enfants sont grandes, Utopolis offre un meilleur confort que Le Rex).

II- L'accès au film : les intermédiaires économiques et techniques

Certains spectateurs jouent le rôle de « leaders d'opinion »[297], à l'égard de leur environnement proche, comme l'avaient déjà signalé Katz et Lazarsfeld dans les années 50. Les fournisseurs-amateurs aidés des nouveaux moyens techniques que permettent l'informatique du début des années 2000 assurent la diffusion des films.

A- Les fournisseurs-amateurs

Une importante collection de cassettes et de DVD constitue un vecteur privilégié pour occuper une position d'expert dans un cercle local. Elle atteste de la compétence de celui qui

[297] LAZARSFELD P. et KATZ, E. 1955, *op. cit.*

parle, en même temps qu'elle alimente les échanges par des prêts. Ali est un de ces experts. Agé de 35 ans, il a bâti sa cinéphilie dans les années 80/90 grâce à la location de cassettes vidéos. Il a grandi dans le quartier HLM de Longwy, loin du seul cinéma de la ville de l'époque (Le Rex à Longwy-Bas). Du fait de la chèreté des places pour un adolescent, il a principalement découvert le cinéma grâce à la télévision, au prêt entre copains et à la location de films qui lui ont permis de faire de belles trouvailles.

Tu louais des films ?
Oui à la libraire Vauban, à 500 m de chez moi
Et au Fauconnier (Place d'Arche à 100 m de chez lui) ?
Non pas parce que c'était plus cher et ils avaient que des nouveautés. Moi j'étais plus passionné par les films également plus anciens (ce que proposait la librairie Vauban).

Entre amis, vous vous prêtiez des films ?
Oui, même si on avait pas tous les même orientations ciné…on avait d'ailleurs des déceptions !
Tu te souviens quand on prêtait des films on avait des chances de pas le revoir !
Oui ! Et les magnétoscopes étaient de mauvaise qualité ! Mais faut dire que la cassette, c'était pas un support génial !

Tu en connaissais des experts en cinéma ?
Oui, ton voisin Ricardo qui en avait beaucoup, bien que les films étaient bizarres parfois. Et Zinedine qui avait que des films de Kung Fu. J'avais un ami qui était passionné de cinéma aussi et qui avait des lasers disc !

Tu en profité de ce système Laser Disc ?
Oui mais y avait que les cinéphiles qui en avaient et pouvaient m'en prêter ! Eux ils avaient du pouvoir d'achat, ça valait 300/400 frs. L'avantage c'est qu'il y avait que des grands films édités en Laser Disc donc y avait que des grands films, ça enlevait les risques de tomber sur des navets. L'essentiel, c'était la VHS quand même.

Il t'en reste encore ?
Oui 20 environ…
C'est tout comment ça se fait ?
Oui on m'a tout pris ! On a profité de mon absence et ils sont partis dans la famille (quand il est parti en Guyane)
Combien possèdes-tu de DVD ?
La trilogie des Sergio Léone…les *Il était une fois dans l'ouest* et *Il était une fois en en amérique*.
En div X ?
300 ou 400 ! C'est des films que je prends chez les copains sur un disque dur (amovible). Quand j'achète un disque en DVD, il faut que ce soit une oeuvre qu'on va voir, revoir encore et encore ! Si c'est pour se distraire, en div X ca suffit.

Finalement tu fais pareil que dans les années 80/90 ? Tu vas très peu au cinéma mais tu regardes beaucoup de films en les louant, les empruntant ou en les téléchargeant ?
Oui ! J'ai jamais été trop cinéma. J'aime bien regarder un film à la maison, j'apprécie plus !

Ali est un exemple intéressant car il n'est pas seulement, en effet, quelqu'un ici qui peut guider le choix de ses proches. Du fait de la démocratisation des équipements informatiques qui rend notamment la copie des films plus aisée. Il est devenu un fournisseur de films pour ses amis.

> **On t'en emprunte ?**
> Ben oui, je ne peux plus sortir de chez moi sans ce disque dur que je trimballe souvent dans le coffre de ma voiture…tous les gars du quartier mes les empruntent comme ça. On m'arrête dans la rue on me dit : « t'as pas un bon film ? ». Je leur propose de regarder ce qu'il y a dans mon disque dur. Je monte chez le gars, il branche le disque dur sur son ordi et prend ce qui l'intéresse ! Ou bien je repasse quand j'ai pas mon disque dur. Ce qui est sûr, tu trouveras pas une daube dans mon disque dur, je supprime au fur et à mesure. Je ne donne pas de daubes non plus…je ne refile que des bons films. Je ne suis pas un distributeur de films…ça non.

Tout semble se passer selon la logique de don/contre-don explicitée par Marcel Mauss. D'abord, le plaisir ressenti face au spectacle cinématographique semble vécu comme un don qui appelle un rendu : « Le don [nous dit Marcel Mauss] non rendu rend encore inférieur à celui qui l'a accepté, surtout quand il est reçu sans esprit de retour. (…) L'invitation doit être rendue, tout comme la « politesse » »[298]. C'est ce qui me semble expliquer que certains spectateurs consacrent une grande partie de leur temps à assurer une promotion de certains films qu'ils estiment dignes d'intérêt, c'est-à-dire de qualité comme dans le cas de David, déjà interrogé.

> **Est-ce qu'il t'arrive de conseiller directement des films que tu possèdes ?**
> Quand j'ai des coups de cœur, ouais, après bon je m'adapte aux goûts des gens, je vais pas leur refiler un film dont je sais qu'il leur plaira pas (…).
>
> Baptiste (un ami de David, présent lors de l'entretien) : c'est clair que David, il m'a fait découvrir des trucs. Que ce soit dans le cinéma de Hong Kong par exemple *Shaolin Soccer*. Lui il l'avait bien avant tout le monde et dans sa version originale, pas celle qu'ils ont passée ici en France !

Cette position d'intermédiaire dans la diffusion des films est, on l'a noté, aujourd'hui largement facilitée par les techniques modernes de communication (dont Internet) et les nouveaux supports et espaces de stockage informatiques des films. C'est sur quelques-uns d'entre eux que nous allons à présent nous pencher.

[298] MAUSS, M. 1999. Essai sur le don. In *Sociologie et Anthropologie*. Paris : Quadrige (1ère Ed. 1923-1924), p. 258.

B- Les intermédiaires techniques de l'échange

Le prêt des films ou séries télévisées entre amis ou entre proches passe par l'informatique au début des années 2000. Les films sont copiés sur des CD-Rom ou échangés d'ordinateurs à ordinateurs. Il n'en constitue pas moins un véritable don de soi. En effet, une telle pratique exige plus que je ne le pensais, un véritable savoir-faire et un certain investissement comme le montre cet extrait d'entretien avec David (déjà interrogé).

> **Mais c'est dur à faire un Div X ?**
> Faire des DivX, ça demande des connaissanc
> es et tout le monde les a pas. C'est pour ça aussi qu'on me demande à moi parce qu'ils savent que je suis à fond dedans et que j'ai les meilleurs films du moment. La question qu'on me pose c'est : « qu'est-ce que t'as ? ». Soit je prête le CD que je me suis fait, il leur reste plus qu'à le copier…Bon parfois, c'est plus compliqué….par exemple…quand il faut le couper. Avec le DVD, la copie n'est possible qu'à partir du moment où une personne a pris un DVD d'origine et qu'il a ré-encodé le son et l'image. Pour cela, pas moins de 3-4 logiciels sont nécessaires (à cette époque) pour transformer un fichier et le rendre diffusable (en DivX par exemple). Il faut avoir un ordinateur haut de gamme pour traiter les informations. L'ordinateur est monopilisé entre 3 et 5 heures pour créer le DivX.
>
> **Ca veut dire quoi « couper » ?**
> Ben si tu veux, le format du CD est trop court…donc je vais le graver pour eux parce que là ça demande des connaissances techniques. Sinon, si tu fais pas ça bien, t'as des copies mais ça bug toutes les 10 minutes. Voilà, moi je m'y suis mis parce que j'ai pas les moyens d'acheter les DVD. A la base je ne suis pas un pro en informatique.

Depuis le tout début des années 2000 et cet entretien avec David, les techniques se sont simplifiées, démocratisant encore plus la copie et l'échange de films. Les films s'échangent également sur Internet grâce à des logiciels spécialisés, tant au niveau mondial que local. Ces échanges de fichiers musicaux ou cinématographiques gênent la reconnaissance, dans ce phénomène, de la logique de don/contre don au sens de Marcel Mauss. Pour Michel Bauwens et Rémi Sussan, en effet : « ces échanges de fichier n'impliquent pas de relation personnelle. Les processus Peer To Peer étant plutôt de nature « impersonnelle ». La collaboration a un projet n'implique pas de relation nécessairement personnelle (bien que ce ne soit pas exclu), ou d'obligation personnelle envers les autres participants, le départ y est toujours volontaire et possible à chaque instant. Les processus Peer To Peer par contre, sont caractérisés par le don 'non-réciproque'. Il y a donc bien don : le don de l'individu (de son temps, de son intelligence et de sa créativité) au projet et sa communauté, le don du projet par la communauté à la

société. (…) Le don n'est pas obligatoire, on peut être simplement utilisateur. Chaque utilisateur et donateur reçoit beaucoup plus (l'accumulation de la valeur d'usage du projet sur fond de milliers d'améliorations régulières). Il y a donc dans un certain sens la création d'une dette sociale, mais qui peut être « acquittée » par son engagement dans d'autres projets » [299].

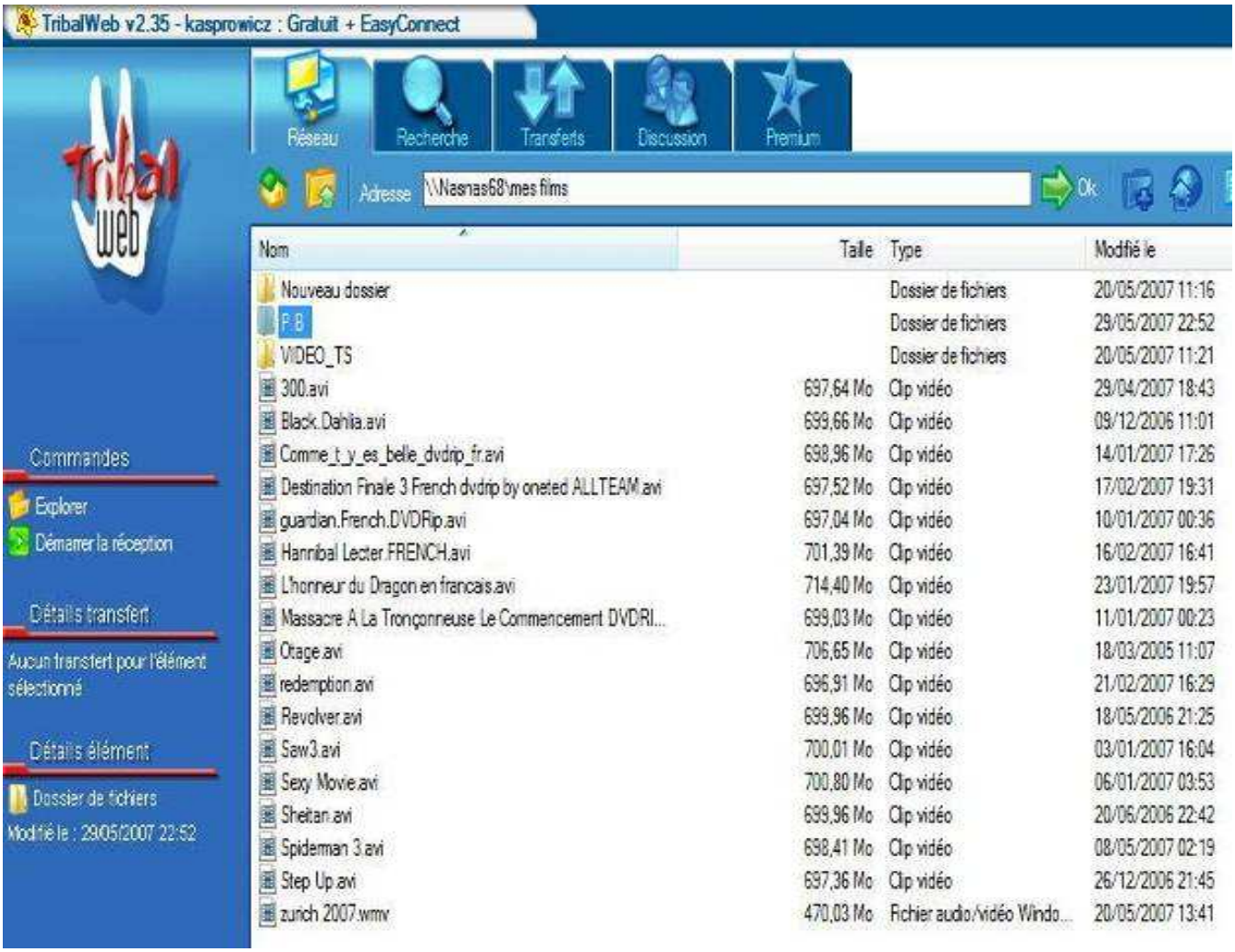
L'utilisation, par David et ses amis, de logiciels facilitant le partage de fichiers privés offre cependant une vision plus proche du modèle de l'économie du don de Marcel Mauss que celle des échanges effectués sur les serveurs de Peer To Peer où les participants ne se connaissent pas. Sur le logiciel Tribal Web par exemple, David, déjà interrogé, a invité, un à un, ses amis et personne ne peut rejoindre ce réseau privé sans y avoir été invité. Au final, ils sont un quinzaine d'amis à s'échanger ainsi des fichiers (dont une dizaine habite Longwy même).

8 amis de Longwy utilisent le logiciel TribalWeb pour s'échanger films et musiques.



Nasser partage ses films sur ce logiciel d'échange privé

[299] BAUWENS, M., SUSSAN, R. 2005. Le peer to peer: nouvelle formation sociale, *Revue du MAUSS*, n° 26, (2005 2e sem.) « Alter-démocratie, alter-économie. Chantiers de l'espérance », p. 193.



Nasser partage une vingtaine de films sur ce logiciel avec ses amis de Longwy en juin 2007.

Dans certains cas, cette fonction d'expert devient un statut reconnu y compris par des personnes qui ne lui sont pas proches. Jean-Pierre, déjà interrogé, en offre un bon exemple. Il collectionne, trie et classe plus de 4000 films de toutes les époques non seulement pour son propre plaisir mais également pour les autres, parce que, comme il dit : « on ne sait jamais ». Jean-Pierre a ainsi constitué une collection très importante de films, le poussant à établir une liste détaillée des films qu'il possède. Bien qu'il ait d'abord collectionné et archivé les films pour lui, il a peu à peu pris conscience de son rôle éducatif. Dorénanvant, il archive soigneusement ses films dorénavant pour les retrouver rapidement au cas où on les lui demande. C'est ce qui explique qu'il « récupère », comme il dit, des films qu'il ne regarde même pas ou qui ne l'intéressent pas mais dont il sait qu'ils peuvent être recherchés notamment par les jeunes de son quartier. C'est ainsi que parler des films stimule le désir de

les visionner, de les posséder et de les prêter comme c'est le cas pour les livres[300]. Cet extrait d'entretien avec Jean-Pierre permet de le vérifier :

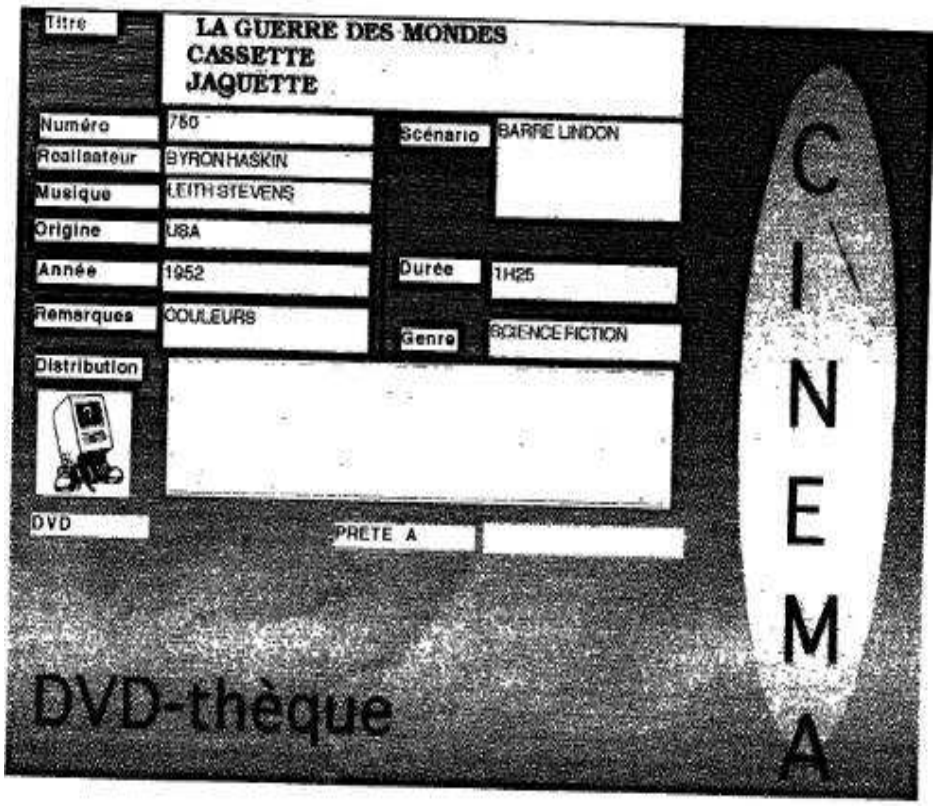
> Ils (des amis) me passent encore des films que je n'ai jamais vus. Je les garde. Ca peut servir un jour ! Par exemple, moi, j'ai des gens de Nice qui m'ont déjà demandé des films ! Un gardien de prison à Cannes aussi ma demandé « ici on ne le trouve pas ! » qu'il me dit. Il me dit « Jean Pierre est-ce que tu l'as toi ? ». Le film c'était *Comme un homme libre*. J'ai dit « oui moi je l'ai ! » Alors je lui ai envoyé. Un autre de Cannes, il m'a demandé : « vous l'avez aussi celui là ? » Parce qu'attention c'est un vieux film ! Alors, je lui dis : « mais oui j'ai 61 ans, je les connais les vieux films ! ». Il est heureux comme un gosse car il croyait qu'il n'allait jamais le voir dans sa vie ! Maintenant, les copains, ils savent que je suis fanatique de cinéma, des fois ils m'apportent 100, 200 cassettes !
>
> Et moi je les prends et puis je voudrais aussi…Mon but, comme on a fait une bibliothèque à Gouraincourt (village à côté de Longwy), parce que je trouve que les gamins s'intéressent plus au cinéma. Je voudrais faire un coin cinéma pour réintroduire le cinéma dans l'esprit des enfants. Le cinéma c'est merveilleux. Pas les films de maintenant mais les Chaplin, les Laurel et Hardy, y a tout là-dedans, y a des moralités, y a des manières de vivre ! A a tout, quand je regarde *La ruée vers l'or* et que je vois Chaplin jouer avec des petits pains, je pleure ! *Le dictateur*, les jeunes l'ont tous regardé ! *Les temps modernes* c'est d'actualité, c'est ce que vous vivez ! Le cinéma, c'est aussi la grande histoire ! Quand on voit au temps du maccartisme, on a persécuté Chaplin et d'autres parce que, soit disant, ils étaient communistes !

Un logiciel, installé pour son fils sur son ordinateur, l'aide à se répérer dans sa collection.

> Tout est sur ordinateur, par acteurs, par réalisateurs, l'origine, le scénario, tout ça ! J'ai les fiches techniques des films tout ça. C'est mon fils qui m'a fait ça. Dans le temps j'apprenais tout ça, parce qu'à force on retient ! J'ai même des dictionnaires du cinéma (il se retourne et me montre son étagère où ils sont posés). Mon fils est maintenant plus fort en cinéma, surtout en fantastique. Combien de fois dans l'année, je prends les jaquettes, je les regarde quand je m'emmerde, je les regarde, j'ai des classeurs avec les jaquettes. Tous mes films sont répertoriés dans des classeurs de 100 films, parce que je me méfie de la technique, c'est bien mais c'est pas fiable.

[300] HOLLEROU-LAFARGE, C., SEGRE, M. 2003, *op cit.*, p. 93.

Le Logiciel de Jean-Pierre pour archiver ses films



Ali, David, Jean-Pierre ou Nasser, tous issus du monde ouvrier se définissent comme des « connaisseurs avertis » du cinéma, tout comme les ouvriers interrogés par Fabrice Montebello. Ils présentent le profil typique du cinéphile, « consommation frénétique des films (de l'ordre de 5 à 6 fois par semaine) », accumulation des connaissances et souci de la collection (cassettes, DVD, Div X, jaquettes). Jean-Pierre, par exemple, traque la « perle rare » que les autres spectateurs (« ceux qui ne connaissent rien au cinéma ») n'ont pas remarquée. David traque les films que personne ne connaît et ne se contente pas d'accumuler « bêtement », comme il le dit, les Div X. Sur la liste de ces films, régulièrement mise à jour, figurent également une note et un commentaire pour chacun des films.

> David : Là, en ce moment, je cible davantage sur des trucs pas connus. Il y a des trucs qui passent dans des festivals ! T'as le festival du cinéma de Hong Kong. Bon personne connaît mais je suis ça de très près avec le Net, des vrais films d'auteurs, mais ça commence à percer tout doucement au niveau du grand public attention, on commence enfin à s'intéresser à ce cinéma là mais moi je suis sur le coup depuis, je sais pas, 3 ou 4 ans !

Accumuler et collectionner des films n'est pas qu'une activité orientée vers soi mais, au contraire, également vers les autres. Le souci de conseiller des bons films à d'autres

spectateurs ne cesse pas dès lors que l'on devient commerçant, si j'en crois mon entretien avec le gérant du magazin de location de Longwy-Haut.

C- Le conseil du commercial

Dès lors qu'il obtient la confiance personnelle de ses clients, le commerçant local devient, lui aussi, un guide en matière de cinéma et un expert dont le jugement peut-être utile au spectateur qui recherche de nouveautés et ceci d'autant plus qu'il est lui-même un passionné de cinéma. Daniel, le gérant du Vidéo Club de Longwy-Haut, *Le Fauconnier*, a toujours été cinéphile. Il ne gère le vidéo club que depuis deux ans mais il prend sa fonction très au sérieux et s'efforce de donner des conseils avisés à ses clients. Ces conseils varient cependant selon la personne à qui ils sont prodigués. Il s'agit de s'adapter à la personne et de tenir compte de son histoire et de ses goûts comme le montre cet extrait d'entretien.

> **Est-ce que les gens vous demandent des conseils parfois** ?
> Oui, souvent même, pas tous mais certains ! Mais on essaie de voir ce qu'ils ont aimé, et de les orienter, les aiguiller ! Si y en a un qui me dit qu'il aime tel film, qu'il veut un film rigolo genre Louis de Funès, je vais pas lui refiler un Teen movie américain. Je vais le mettre sur une voie, faut cibler ! Après on se trompe plus trop sur les goûts ! 9 fois sur 10 on a juste ! A un moment on se trompe plus, on connaît les goûts ! Je leur demande toujours après s'ils ont bien aimé dans la mesure où c'est moi qui leur ai conseillé, ça me permet d'affiner et de mieux cibler les goûts !
>
> **Vous connaissez du monde ici…**
> Oui quand même !
>
> **Vous avez choisi de ranger les films par genre (comédie, science-fiction, action, comédie dramatique) ? Pourquoi ?**
> Pour essayer d'aiguiller un peu plus les clients ! C'est vrai qu'avant c'était un peu plus le fouillis ! Avant, c'était pêle-mêle !

Ce rôle de guide est toutefois limité par les contraintes commerciales de la location. Daniel ne peut pas offrir les films qu'il veut sous peine de nuire à la rentabilité de son activité.

> **Vous avez également des clients qui louent des films d'auteur ?**
> Oui mais il n'y en a pas beaucoup ! Les films du festival de Cannes et compagnie ! Mais je n'ai pas beaucoup de films comme ça, vous comprenez ? Ils coûtent 60 voir 80 € alors qu'ils ne tournent pas ! Le but c'est quand même de les amortir ! Avec cinq ou six cinéphiles, ce n'est pas suffisant
>
> **Vous essayez quand même de proposer ?**
> Sa femme : Même le film *Radio* que j'ai vu hier. Bon c'est sûr qu'il n'y a pas d'action ! Je suis sûr qu'il n'y en a qui vont le prendre et qui ne vont pas aimer. Mais les gens sont très friands des pochettes des DVD, ça attire. Si la pochette est belle,

> ils vont prendre le film ! Le film peut être un vrai chef-d'oeuvre et avoir une pochette mauvaise, les gens ne le prendront pas ! Des fois, on a envie d'intervenir en disant pourquoi vous ne prenez pas ce film là alors que c'est un chef-d'oeuvre alors qu'il y a souvent des pochettes superbes pour des navets extraordinaires !
>
> Mais là c'est pareil ! Si les gens me demandent s'il est bien ou pas, je ne peux pas leur dire qu'il n'est pas bien alors je leur dis : « je ne l'ai pas vu ! ». C'est là que le bât blesse ! Vous ne pouvez pas dire à chaque fois au client que tel film est un navet sinon je ne les amortirais plus ! Alors, le film qu'on a, même si c'est un navet, il faut quand même le faire tourner ! A 80 ou 60 €, on ne peut pas se permettre à chaque fois de dire : « il est pas bien ne le prenez pas ! ». Mais si je n'ai pas trouvé bien un film je dis au client : « c'est pas mon style ! ».
>
> Bon c'est pareil, tout à l'heure vous me demandiez pourquoi les *Cahiers du cinéma* ou *Positif* ne se vendaient pas. Mais il y a qu'à voir à quoi ressemblent les magazines comme *Studio*, *Ciné Live* ou *Première* puisque le fait est que les gens, ils aiment surtout les belles images ! C'est comme ça ! Ils n'aiment pas voir des critiques de films de deux ou trois pages ! Il considère qu'une image en dit plus sur le film que trois pages écrites avec un vocabulaire où ils n'y comprennent rien.

On note ici que ce commerçant reconnaît agir pour élever la qualité de la consommation de ses clients. Sa démarche est cependant contrariée par les réalités de son activité économique. Les astuces pour ne pas louer des films qu'il n'aime pas et sur lesquels on lui demande des précisions consistent à prétendre qu'il ne les a pas vus ou a suggérer des films qu'il aime, des films d'auteur. Parce qu'il est également commerçant, il dissimule ainsi parfois son expertise en rappelant sa subjectivité : « ce n'est pas mon style ».

D- Le militant culturel

Membre fondateur du *Ciné-Club* du Pays-haut et figure locale du cinéma à Longwy, parler de Robert Bardelli comme d'un militant culturel sonne comme un euphémisme. C'est une posture qu'il tient, selon lui, de son parcours à l'usine, de modeste employé jusqu'à celui de responsable au sein de l'encadrement. L'engagement politique de Robert Bardelli, fils d'ouvrier communiste devenu militant socialiste, a également son pendant dans le domaine éducatif et culturel. Pour Jean-Marc Leveratto et Fabrice Montebello, il faut y voir les grands principes de l'éducation populaire, cette « euphorie d'après guerre », dans laquelle convergent « toutes les traditions politiques du mouvement ouvrier : communiste, socialiste, catholique y compris cette spécificité typique du nord de la meurthe-et-moselle, un « communisme d'importation italienne » selon l'expresseion de Serge Bonnet »[301]. A l'âge

[301] MONTEBELLO, F. et LEVERATTO, J.-M. 2008. Il était une fois dans l'Est. Avant-propos au livre *Lumières sur la Ville*. BARDELLI, R., MONTEBELLO, F., KASPROWICZ, L. LEVERATTO, J.-M. Editions Paroles de

de la retraite, Robert Bardelli reste très actif au sein de sa structure, qui fête en 2008 ses 50 ans.

> Aujourd'hui on a 7 films par semaine. Avant on avait 14 films par semaine. Quand vous avez depuis un mois *Pirates des caraïbes* où est le choix ? J'essaie de transmettre le goût de l'exigence…aux gens. Je vais dans les écoles, je fais du travail en amont. Moi je fais du boulot, j'essaie pas de remplir les salles à tout prix !

Effectivement, Robert Bardelli, en plus d'animer les soirées *Ciné-Club* mène également une action pédagogique d'initiaton à l'image dans les écoles, collèges, lycées et même à l'IUT. Il reste cependant ironique sur la tâche accomplie et celle qui reste à accomplir, pointant sans cesse le succès des films qu'il juge « commerciaux » et la difficulté à faire vivre sa structure sans oublier de dénoncer le vieillissement des adhérents. Mais il avoue, non ironie, s'être bien « battu » et avoir rempli sa « mission » durant les 50 années du *Ciné-Club*[302].

Christian Lajugie, responsable de *J'aime le cinéma*, offre un autre exemple de militantisme culturel à Longwy. Il intervient très peu dans le choix des films et préfère laisser aux cinéphiles de Longwy le choix de la sélection même s'il reconnaît aimer faire découvrir des films et des auteurs qui ne bénéficient pas d'une grosse promotion. Cinéphile à la retraite, l'occasion lui a été donnée, au début des années 90, de prendre la tête de l'association *J'aime le cinéma.*

> **Vous choisissez vos films comment ?**
> J'interviens très peu dans le choix des films. Ils sont proposés par des cinéphiles qui nous contactent. On en parle ensuite au programmateur d'Utopolis, Mr Compagnone, qui s'occupe aussi du festival italien de Villerupt.
>
> On essaie de proposer des films qui abordent des sujets plus difficiles et qui viennent de tous les pays. Il n'y a pas un grand public mais la clientèle n'est pas non plus une clientèle élitiste. C'est vrai qu'un film étranger qui n'est pas lancé, qui n'a pas d'acteurs connus, ne va pas rencontrer l'adhésion du grand public. Ce sont des films de réalisateurs d'horizons différents parce qu'il y a des bons films aussi…dans ces pays là ! C'est pour faire découvrir la variété du cinéma ! Le cinéma, c'est la vie et la vie c'est la variété !
>
> Mes séances Art et Essai sont ouvertes à tout le monde même aux gens qui ne font pas partie des 21 communes du conseil d'administration. Si les gens nous le demandent on leur envoie un courrier ou un mail avec des programmes chaque mois (vers le 20) : 100 personnes par voie postale, 80 par voie mail. On rencontre beaucoup d'enseignants (les 2/3), de gens qui s'impliquent dans le réseau

---

Lorrains.

[302] Cf. « Journal d'un cinéphile » In BARDELLI, R., MONTEBELLO, F., KASPROWICZ, L. LEVERATTO, J.-M. 2008, *op. cit.*, pp. 15-85.

associatif, informés sur la politique. Des films comme *Le cauchemar de Darwin*, c'est des films difficiles. Les films d'Art et d'Essai représentent 3000 entrées par an sur 300 000 à Utopolis.

Un tel militantisme est original dans un multiplexe d'initiative privée. Bien que peu rentable, l'activité est maintenue et soutenue par la maison mère Utopia et la passion des membres de l'association, dont le président Mr Lajugie.

Ces films sont peu rentables et Utopolis c'est une entreprise ?
Oui, mais c'est la vocation d'Utopia de faire connaître ces films ! D'être classé Art et Essai, c'est un label enviable quand même et il n'y en pas beaucoup ! On n'a pas de remarques négatives de leur part ! On leur apporte des spectateurs, on fait des efforts vers un public que, peut-être, ils ne toucheraient pas ! C'est donnant-donnant, Utopia fait un effort sur les tarifs, pour être Art et Essai. Il faut diffuser des films classés comme tel pour avoir le label.

Aujourd'hui et avec les moyens modernes de communication, la transmission de l'amour du cinéma entre simples spectateurs, passe d'abord par la diffusion de l'information sur les films.

Section II- La diffusion de l'information

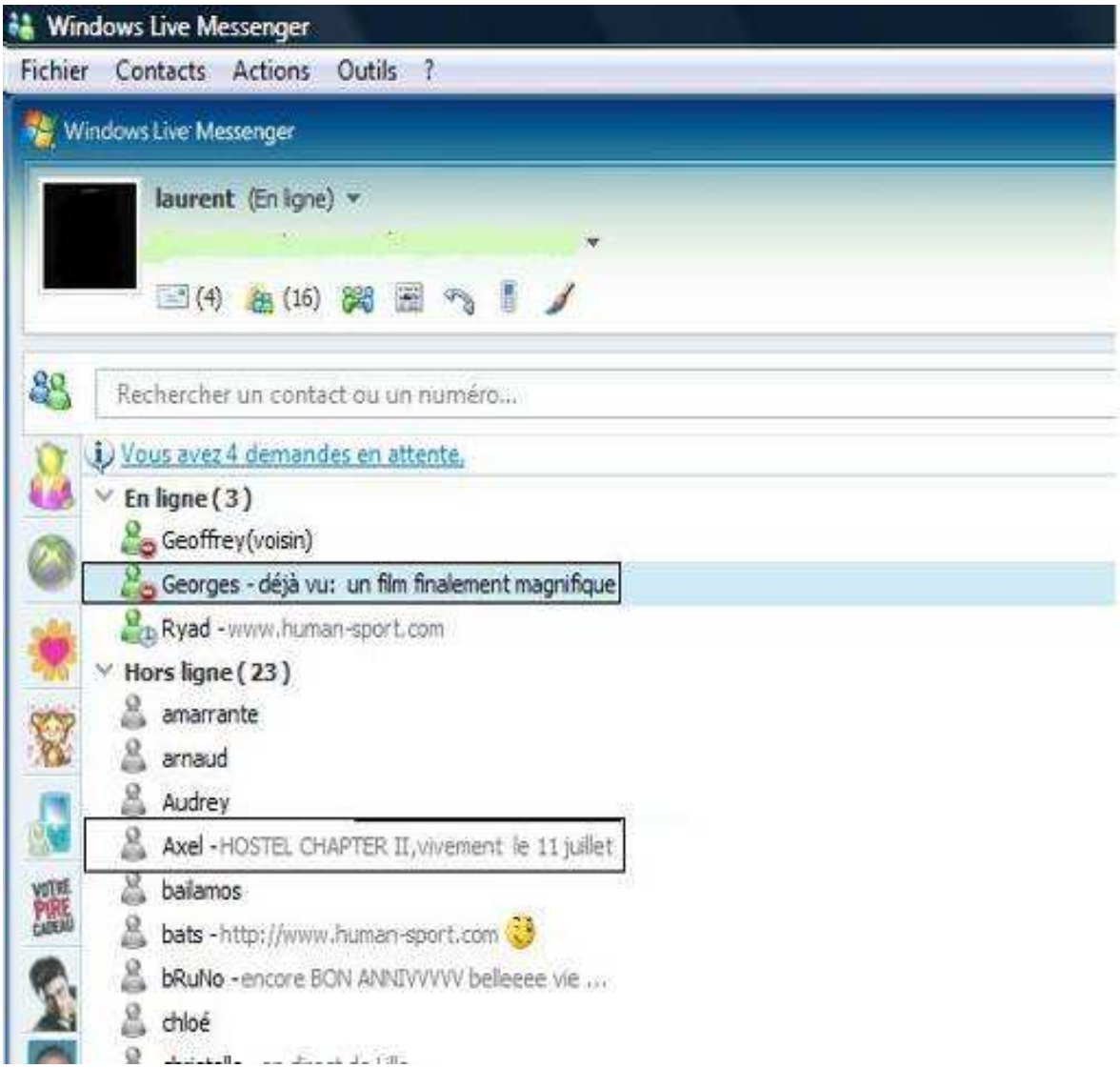
Le conseil amical, « Va le voir ! Tu verras il est super ! », gagne aujourd'hui en visibilité grâce à Internet et permet de toucher également plus de personnes que la conversation en face-à-face (I). D'autres formes de communication, comme les Blogs (II), aident encore plus le spectateur soucieux de transmettre son amour de certains films ou du cinéma en général à d'autres.

I- Internet

Le logiciel MSN, très utilisé par les jeunes, offre un bel exemple de cette possibilité nouvelle, pour le spectateur, de transmettre son plaisir à d'autres internautes (A). De même, établir la liste des films que l'on possède et la diffuser ensuite à ses connaissances par courrier électronique, permet non seulement de partager son plaisir mais également de découvrir, sur les conseils d'autres internautes qui diffusent également leurs propres listes, des films qu'on ne serait pas allé voir au cinéma.

A- MSN

Le logiciel MSN sur Internet est pour les spectateurs et surtout les jeunes qui l'utilisent beaucoup, l'occasion d'informer leurs contacts de la qualité des films et séries télévisées. Ils peuvent, comme Georges et Axel dans l'exemple ci-dessous, laisser des petits messages de manière plus ou moins permanente à proximité de leur pseudonyme visible des autres personnes connectées. Ils renseignent alors tous leurs contacts, et ce en une seule fois, sur leurs coups de cœur cinématographiques du moment.



Georges, 35 ans et Axel, 16 ans, déjà interrogés, font ici respectivement la promotion des films *Déjà vu* (science fiction) et *Hostel* (horreur). Adeptes des nouveautés au cinéma, ils agissent comme des relais d'opinion, des consommateurs dont l'opinion personnelle est susceptible d'influencer de manière régulière l'opinion et la décision des gens dans quelques

domaines particuliers[303] . Axel et Georges expriment, dans l'exemple, leur avis sur les films à l'affiche d'Utopolis à leurs contacts qui sont, pour les ¾, des habitants de Longwy. Internet est donc bien un instrument de communication local qui participe au bouche à oreille et donc à la consommation des films à Longwy. La diffusion de la liste de films que l'on possède ou que l'on conseille de regarder en est un autre exemple.

B- Les listes de films que l'on diffuse

Fabrice Montebello considère qu'on a « de fortes raisons de penser que les fiches techniques ou "culturelles" (telles celles des Ciné-Clubs) n'apparaissent qu'avec l'avènement des Ciné-Clubs de masse, au lendemain de la Seconde guerre mondiale, à un moment où il s'agit de diffuser le savoir sur les films à un public très large et de faire école[304] ». Au début des années 2000 à Longwy, la pratique de la fiche n'a pas disparu. Des spectateurs, de 17 à 70 ans continuent d'en fabriquer mais aussi et surtout d'en diffuser. David, déjà, interrogé, met ainsi à disposition de ses amis la liste des films qu'il possède et prête ou donne.

> **D'où vient cette idée de fiches ?**
> A la base c'était pour moi, pour savoir où j'en étais mais maintenant, elle circule dans toute la cité ! (rires) Tout le monde vient me voir. Ils savent que j'ai les nouveautés assez rapidement grâce au net et la liste que je tiens à jour . Heureusement que je fais pas encore des listes pour mes VHS ou pour les films que j'enregistre à la télé !
> **Pourquoi ?**
> J'en ai plus de mille des cassettes, je ne compte plus ! Je les stocke de plus en plus dans la cave de mes parents, c'est la folie.
> **Tous vus ?**
> La plupart, oui, sinon ça sert à rien ! Mais y en a que j'ai en plusieurs versions parce qu'ils avaient fait des coffrets spéciaux !
>
> **Mais pourquoi tu leur mets une note sur tes listes ?**
> Ceux que j'ai, c'est ceux que j'ai aimés, sinon je ne les aurais pas copiés. Après, c'est toujours pareil, j'en ai marre de voir des gens me demander s'ils sont biens ou quoi. Alors, direct, je mets une note et quelques mots quoi. Bon, ils connaissent mes goûts ! Pour ça, ils me font confiance ! T'en as aussi qui ont des collections pour le seul plaisir de dire « j'ai ça ! Regardez-moi les gars, j'ai ce film ! ». Si tu veux, nous on essaie de tout voir quand même, c'est pas pour narguer les autres !

[303] LAZARSFELD, P. et KATZ, E. 1955, *op. cit.*

[304] MONTEBELLO, F. 1997, *op. cit.*, p. 124.

Est-ce qu'il t'arrive de conseiller directement des films que tu possèdes ?
Quand j'ai des coups de cœur, ouais ! Après bon je m'adapte aux goûts des gens, je ne vais pas leur refiler un film dont je sais qu'il leur plaira pas !
Comment ça se passe avec vos listes, quel est l'intérêt de tenir ta liste ?
J'ai toute une liste parce que je m'intéresse ! Enfin si tu veux, 100 balles dans un DVD, non merci ! C'est pour ça les DivX, c'est économique ! [note : ici, le prix d'achat de l'objet film via le support DivX est réduit, c'est le prix très modique qui favorise en premier lieu le visionnage des films sur ce support].
On te prête des DVD et tu les copies ?
Ouais c'est ça…
Mais votre réseau là ça se passe comment ?
Ben, on tient des listes chacun ! Et comme ça on sait qui a quoi !
Et les DVD ?
Je guette les bonnes occasions ! Je mets toute ma tune là-dedans, je suis grave (rires). Bon, ce qu'il y a, c'est que moi, je sais bien faire les bons DVD !

Liste de mes films (David)

Titre	L	Casting	Format	Support	ot	Ce n'est que mon avis mais
58 minutes pour vivre	F	B. Willis	DVD	DVD	20	Le meilleur de la trilogie!!
Alien la résurrection	F	S. Weaver	DivX	CD	14	Jeunet se plante aux States
Animal	F		DivX	CD		
Anthony Kavanagh	F		DivX	DVD		
Antitrust	Q		DivX	CD		
Astérix Mission Cléopâtre	F	Debouze	DivX	CD	20	Chabat/Debouz : la totale
Atlantide	F		DivX	CD		
Billy Elliot	F		DivX	DVD	12	Pas si bien ça se regarde
Comme Chien et Chat	F		DivX	CD		
Cyber-traque	F		DivX	CD		
David Copperfield	F		DivX	DVD		
Donjon et Dragon	F		DivX	CD		
Driven	Q	Stallone	DivX	2CD	15	Rocky fait de la f1...pas mal
Endiablé	F		DivX	CD		
Final Fantasy	F	Animation	DivX	CD	14	scénario bof mais anim. top
Franck Dubosc	F		DivX	DVD		
Ghost ot Mars	F		DivX	CD		
Gustave Parking	F		DivX	DVD		
Haute Voltige	F	Zeta Jones	DivX	CD	14	Pas si mauvais que ça...
Jurassic Park III	F		DivX	CD	14	Le moins bien des 3
Kuzco	F		DivX	DVD		
La Chute du faucon noir	F		DivX	2CD	20	Film de guerre époustouflant
La folle histoire de l'espace	F		DivX	CD		
La Machine à explorer le temps	F		DivX	DVD		
La Momie II	F		DivX	CD		
La Tour Montparnasse infernale	F	Eric Ramzy	DVD	DVD	15	Mort de rire
Le Baiser mortel du dragon	F		DivX	CD		
Le fabuleux destin d'Amélie Pou	F	Jeunet !	DivX	CD	20	meilleur film français en 10 ans
Le Petit Poucet	F		DivX	CD		
Le Seigneur des Anneaux	F	bons act.	DivX	2CD	18	Pari réuss. un peu long
Les Rois Mages	F	Les inconn	DivX	CD	12	familial. décevant
Men in Black	F	W. Smith	DivX	CD	12	je préfère le second
Mon voisin le tueur	Q	Willis	DivX	CD	14	
Monstres et Compagnie	F	Animation	DivX	CD	17	franchement bien
Ocean 11	Q	Clooney et	DVD	DVD	20	Soderbergh...A. Garcia, B. Pitt
Opération Espadon	F	Travolta	DivX	CD	18	ImpressionnanT.
Retour vers le futur I	F	J Fox	DVD	DVD	20	La trilogie au complet
Retour vers le futur II	F	et	DVD	DVD	20	Rythme, humour...
Retour vers le futur III	F	C. Loyd	DVD	DVD	18	moins bien que les 2 autres
Roméo doit mourir	F	Jet LI	DivX	CD	15	Film d'action...sans plus.
Rush Hour I	F	J. Chan	DivX	DVD	14	Mouais...pas si bien que çà...
Rush Hour II	Q	et	DivX	DVD	15	ça s'améliore...
Rush Hour II	F	C. Tucker	DivX	CD	15	
Rush Hour II	F/A		DivX	DVD	15	
Shanghai Kid	Q	J. Chan	DivX	CD	16	meilleur que R. H, top humour
Shaolin Soccer	Ca	F/A	DivX	CD	15	Délirant...du jamais vu
Shrek	F	Animation	DivX	CD	20	humour grinçant ki fait mouche
Stargate	F	K. Russel	DivX	CD	14	Bon film SF
Tarzan (Disney)	F	DA	DivX	DVD	15	Cool...Familial
Taxi 2	F	Naceri	DivX	CD	17	Le meilleur des 3

On voit, dans l'exemple de David, que la liste permet la transmission et l'échange. Elle est une forme simple de l'application de la technique graphique au sens de Goody [305]. La liste écrite constitue un moyen de conserver la mémoire (la liste—inventaire) laquelle autorise la comparaison indépendamment de l'individu qui a produit la liste. Elle est un moyen d'organiser l'action (la liste-guide) et d'en renforcer l'efficacité en la corrigeant au fur et à mesure des expériences. Elle permet de présenter les choses selon un ordre hiérarchique (la liste-classement), d'établir des relations entre les individus (êtres ou choses) qui rendent leur action prévisible. Ce dernier aspect est particulièrement important. La liste, en tant que moyen d'abstraction et de décontextualisation des objets[306], donne corps à la notion logique de classe et permet l'émergence de concepts scientifiques »[307]. La liste que tient David est typique de cette logique de classification, puisqu'elle reprend les films par ordre alphabétique, par genre et par note sur 20. Il met à disposition de ses amis ces listes ou les transmet via le logiciel MSN ou par courriers électroniques. Le Blog, page personnelle sur Internet, est également un moyen pratique de communiquer sa passion pour le cinéma.

II- Le Blog

Le Blog sur internet est un autre moyen de faire connaître les productions cinématographiques films que l'on estime être de qualité. On peut y faire part de son évaluation détaillée d'un film (A) afficher les posters ou photos tirées de films ou séries télévisées que l'on apprécie particulièrement (B) ou diffuser des parodies de ces derniers (C).

A- L'exemple d'Axel et Clément

Deux adolescents de 16 ans, Axel et Clément, utilisent également le Blog comme un moyen de diffuser leur passion pour le cinéma. Il est intéressant de noter que c'est cette passion commune pour le cinéma qui a scellé leur amitié.

---

[305] Cette forme « première » de technologie intellectuelle caractérise une grande partie des inscriptions déchiffrées, ou en cours de déchiffrement, par les archéologues. Cf. GOODY, J. 1979, *op. cit*.

[306] Ibid., p. 175.

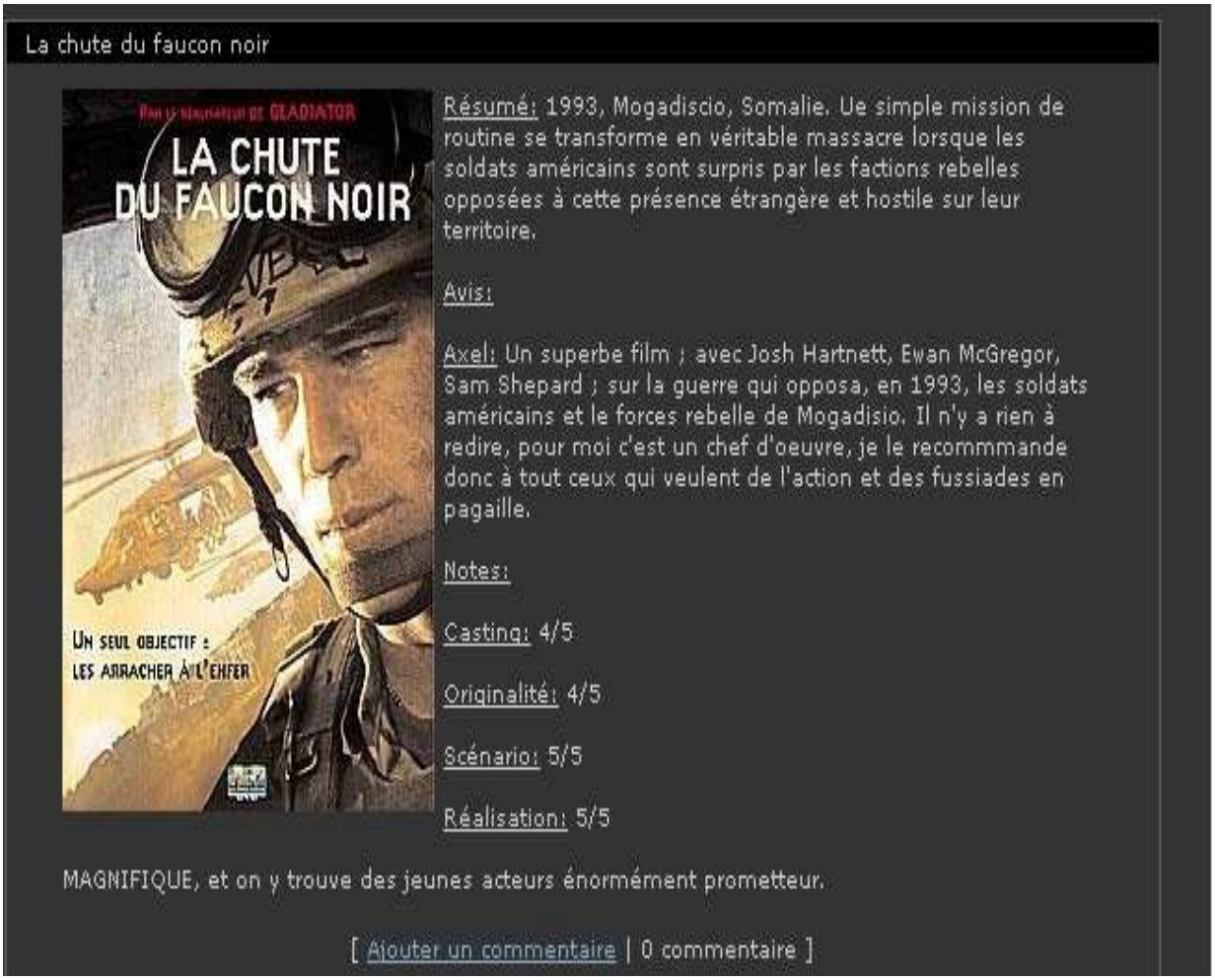
[307] Ibid., p.187.

Axel, tu tiens avec clément un site internet que tu as commencé quand ?
Fin août 2006, avec Clément que j'ai rencontré en décembre 2005, au Lycée, en classe de seconde.
C'est là que tu as discuté avec lui cinéma ?
Oui tout de suite. On aime bien tous les deux les films on s'intéresse aux acteurs, réalisateurs etc…On a accroché tout de suite ! On est devenu pote à force de parler cinéma !

Qui a eu l'idée de faire un Blog consacré au cinéma ?
C'est nous deux ! On en parlait ensemble, on a décidé de le commencer ensemble !

Je vois que vous avez 50 films critiqués environ, vous allez continuer longtemps comme ça ?
Tant qu'on pourra ! De toute façon tant qu'on va au cinéma on écrit un nouvel article.
Vous avez eu des visites d'internautes ?
Oui, beaucoup !

Axel et Clément analysent la qualité des films d'une manière plus rationelle encore que David, vu précédemment. Ils tiennent à jour un Blog sur internet avec le souci de la juste mesure de la qualité des films. La comparaison est édifiante : leur geste semble plus élaboré, plus intellectualisé, plus rationalisé également que chez David, bien qu'ils soient beaucoup plus jeunes et possèdent un capital scolaire inférieur. D'abord, Axel et Clément offrent au lecteur un résumé à côté de l'affiche du film (tous sont classés par ordre alphabétique ou par date d'insertion dans la liste). Puis, pour chaque instrument de mesure : originalité, casting, scénario et réalisation sont scrupuleusement évalués au point de donner une note sur 5. Enfin, ils attribuent une note globale au film sur 20 cette fois (une notation qu'ils connaissent bien en tant qu'élèves), comme le montre leur analyse de *La chute du faucon noir* ci-dessous :



Ce souci de déconstruire l'évaluation, notamment à travers des critères de qualité des films qu'ils ont vus, rappelle la « balance des peintres de Roger de Piles. Le cahier des notes de peintres du 15è et 16è siècle qui permet de calculer le « poids de mérite qui leur convient » prend la forme d'un tableau où les peintres sont classés par ordre alphabétique, les « noms des peintres les plus connus » et à droite, les notes obtenues par chaque peintre eb matière de « composition », de « dessin », de « coloris », d'« expression »[308]. La rationalité donnée à l'évaluation tient cependant plus à l'exigence de transparence vis-à-vis des lecteurs qu'à une prétention à l'objectivité, comme le montre la suite de l'entretien.

> **J'ai vu que vous décomposez votre évaluation : casting, scénario, réalisation, originalité…Comment avez-vous choisi de prendre ces critères ?**
> Quand on s'intéresse aux acteurs, c'est des critères qui reviennent souvent en fait. On voulait montrer aux autres ce qu'on pensait, en décomposant les étapes. Chaque film a une critique, un résumé, une note globale.

[308] Cf. LEVERATTO, J.-M. 2006, *op. cit.*, p. 146.

Mona et Natacha, qui tiennent également un blog, ne s'embarassent pas d'une telle objectivité ou de rationalité. L'exemple de l'utilisation de leur Blog, pourtant également destiné à témoigner de la qualité des films qu'elles ont aimés, contraste avec l'exemple précédent.

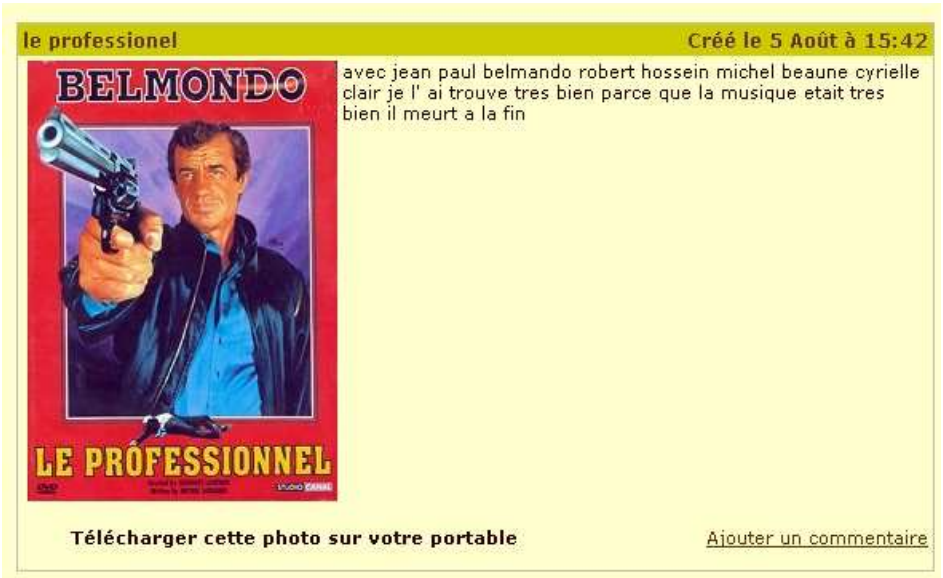
B- L'exemple de Mona et Natacha

Mona et Natacha, les deux adolescentes de 12 ans que nous avons déjà rencontrées, tiennent un Blog internet avec lequel elles communiquent sur ce qu'elles aiment en général, et notamment les films et leurs Stars préférées. « Parler » est, cependant, un terme réducteur, tant leur expression s'appuie sur les images plus que sur les mots**.** En effet, à la différence du Blog d'Axel et de Clément, elles se décrivent et affichent leurs photos personnelles sur leur Blog en même temps qu'elles affichent des images de leurs Stars et de leurs films préférés. Elles rendent ainsi sensibles les visiteurs de leurs pages personnelles, à leur engagement corporel dans le discours qu'elles tiennent sur le cinéma. La conversation à bâtons rompus, enregistrée avec leur accord, permet de préciser systématiquement les sources d'un savoir impressionnant sur le cinéma (elles citent spontanément les noms des acteurs et cinéastes dans des périodes et des genres du cinéma très différents).

L'envoi d'images sur Internet est, pour elles, un moyen privilégié pour communiquer leur admiration. Jugées plus efficaces par Mona et Natacha, ces photos des films mais aussi de Stars du cinéma et de la chanson, qu'elles ont choisi de montrer aux autres adolescents qui visitent leur Blog ne s'accompagnent que d'un minimum de texte. Leur connaissance précise des films, des dates de sortie et des noms d'acteurs ou de cinéastes ne transparaît donc que très rarement. L'exemple du film *Le professionnel* fait ainsi figure d'exception lorsque Mona écrit : « Avec Jean Paul Belmondo, Robert Hossein, Michel Beaune, Cyrielle Clair je l'ai trouvé très bien parce que la musique était très bien, il meurt à la fin ». De même, à propos de l'actrice Ludivine Sagnier, elles écrivent : « Voici Ludivine Sagnier, l'actrice que j'adore ! Franchement, elle joue bien dans les films je vous conseille de voir tous ses films ils sont géniaux *8 femmes*, *Swimming Pool*, *Petites coupures*, *Peter Pan*, *La légende Parva*, *La petite Lili*, enfin bref tous ses films ! ». Mais la plupart du temps, à côté des photos des films ou de leurs Stars préférés, elles n'écrivent que quelques mots. Par exemple, pour Sandra Bullock,

elles écrivent : « Trop belle, trop canon, je l'adore ! ». Pour le film, *Un mariage trop parfait*, à propos duquel elles sont pourtant intarissables, Natacha se contente d'écrire : « Voici encore Jennifer Lopez dans *Un mariage trop parfait*, il est bien le film là, il est passé sur M6 ».

Dès que je les interroge sur ce contraste entre leur culture cinématographique et le peu d'étalage qu'elles en font, elles me répondent : « Pourquoi en dire plus ? Si on les met là, c'est parce qu'on les aime sinon, on ne les mettrait pas ! » (Natacha). Cette quasi-absence de mots, accompagnant la plupart des photos de films affichées, n'est pas synonyme d'une incapacité à dire « pourquoi elles aiment » ni révélatrice d'une culture limitée. C'est plutôt une manière de dire que le geste de promotion publique, par l'intermédiaire d'images et d'objets cinématographiques qu'elles aiment, suffit.







On note par ailleurs que les caractéristiques personnelles de Mona et Natacha, ainsi que leurs propres photos, sont également mobilisées. Elles servent ici à mettre en scène leur affectivité personnelle pour impliquer corporellement l'internaute qui visite le Blog. Ainsi hobbies, sports, culture, voyage, sont scrupuleusement renseignés. L'idée d'expression de soi est essentielle en anthropologie du spectacle, car sa fonction est de servir l'échange et de favoriser sa réussite en rendant l'autre sensible à mon engagement personnel. Pour m'intéresser à un film, il ne suffit pas que quelqu'un m'en parle, il faut encore que je comprenne sa sensibilité pour que je sache de quel point de vue il juge le film et quel crédit accorder à son avis. C'est aussi ce qui explique que les spectateurs que j'ai interrogés par ailleurs préfèrent l'avis d'un ami à celui d'un critique professionnel.

On comprend pourquoi Mona et Natacha n'hésitent pas à intégrer leur portrait photographique dans la même page que celle consacrée à l'actrice américaine Sandra Bullock. Elles s'amusent également à remplacer leurs photos par celles de jeunes actrices de Sitcom auxquelles elles s'identifient (elles sont elles-même jumelles).



Cette pratique se rapproche des affiches de cinéma qu'épinglent sur leurs murs les étudiants que Damien Malinas et Virginie Spies ont observés puis étudiés. Pour ces auteurs : « si, (…) l'affiche fait signe, il faut envisager l'idée selon laquelle elle signifie aussi quelque chose de celui qui l'expose. En effet, au cœur de cette situation particulière, dans laquelle l'étudiant affiche, s'il affirme quelque chose à quelques autres, il s'affirme surtout lui-même… à lui-même »[309]. Jean-Marc Leveratto souligne la même chose : la ritualisation de l'attention portée au corps de la Star que manifeste la conduite du fan est, pour l'auteur « le moyen de faire savoir à autrui mes propres émotions et mes propres pensées, et d'affirmer publiquement, à travers l'usage que je fais de mon propre corps, ma personnalité »[310]. Elle n'est cependant pas

[309] MALINAS, D., SPIES, V., 2006, *op. cit.*

[310] La signification anthropologique de l'admiration ne se réduit donc pas au culte de la Star, dans la mesure où cette culture est un moyen de « communiquer son admiration de spectateur pour une personne, mais aussi pour

aussi naïve qu'elle pourrait y paraître à première vue comme le montre l'humour de Mona et Natacha lorsqu'elles ont réalisé ce photo-montage également visible sur leur Blog.



L'observation de la parodie de films faite par des amateurs de cinéma témoigne encore plus fortement de la manière dont la mise en scène des qualités propres de celui qui s'exprime à propos d'un film renforce la transmission du plaisir. Cette pratique d'esthétisation ouvre à une dernière forme de transmission de la culture cinématographique, celle qui consiste dans la pratique cinématographique elle-même.

C- Le film parodique

Les films parodiques de Baptiste, qui ont pour thème des films bien connus et qu'il diffuse sur internet, offrent un autre exemple de transmission du plaisir cinématographique. Bien qu'originaires de Longwy pour la plupart, Baptiste et ses amis ne se sont connus que lors de leurs études universitaires à Nancy. Ils ont pris l'habitude depuis plusieurs années de se réunir régulièrement pour réaliser des parodies de films célèbres sous forme de petits sketches de

---

une chose, à laquelle on doit une satisfaction personnelle esthétique » (LEVERATTO, J.-M., 2006, *op.cit.*, p.

d'une durée de 1 à 3 mn environ. Imaginée d'abord comme un moyen de s'amuser ensemble en cité universitaire, caméscope et table de montage à l'appui, cette occupation est également devenue, avec le temps, un objet assurant le maintien d'une franche amitié entre les participants. En effet, en tant qu'occasion régulière d'un ralliement et malgré le fait « que tout le monde a sa vie maintenant », elle participe au maintien de ce lien d'amitié au-delà des « années fac ». Aujourd'hui âgés de 25 à 30 ans, ils se réunissent 3 à 4 fois dans l'année pour tourner ces très courts métrages. Si la technique a évolué, (caméscope numérique, utilisation de logiciels de montage informatiques), l'amateurisme reste la règle. « Trop de moyens tuent l'imagination » assure Baptiste qui se refuse à se prendre au sérieux en se positionnant comme « auteur » ou « réalisateur », « des grands mots » pour lui.

1- Nouvelles technologies et amateurisme

Le cas de Baptiste offre ainsi un bel exemple de la manière dont la démocratisation de l'informatique a donné aux amateurs de cinéma la possibilité de manipuler les films qu'ils aiment. Baptiste, à l'aide d'un logiciel de montage, a d'abord commencé par créer des vidéos musicales à partir de ses films préférés, bousculant l'ordre des scènes, jouant de ralentis, de zooms, d'arrêts sur image, bref en réorganisant à sa guise ces films. La technique du Sampling, bien connue en musique, est ici appliquée au cinéma. Elle autorise Baptiste à jouer au réalisateur.

> A chaque fois, ce sont des films que j'adore ! Parfois, ce sont simplement des films que je trouve trop longs ou pas assez. J'ai fait un long clip du *Grand Bleu* qui dure trente minutes et qui résume bien l'original. J'ai fait aussi plusieurs clips des *Rocky* et des Van Damme, des Jackie Chan, *Retour vers le futur*, que j'adore. J'ai refait récemment un clip vidéo du chanteur Jamiroquai parce que le sien, je ne l'aimais pas ! J'ai fait aussi des clips à partir des clips de Michael Jackson.
>
> J'ai également fait des bandes annonces pour des films pas encore sortis. J'ai coupé les 6 dernières minutes de *Taxi Driver*...parce que je trouve que la fin de Scorsese n'apporte rien. J'ai fait le clip d'I*n The Mood For Love* parce que le film, tu diras ce que tu voudras, c'est un grand clip qui aurait pu tenir en 10 mn à peine. Alors je l'ai fait (rires).

Le discours de Baptiste met en évidence le plaisir lié, d'abord, au fait de s'approprier l'oeuvre, puis d'en créer une nouvelle. Parfois, ce qui ne convient pas ou ce qui dérange peut-

229 et p. 318).

être supprimé, grâce au fameux « copié/collé » que les logiciels de montage permettent de réaliser facilement. De même ce qui plaît peut-être rallongé grâce au ralenti et le plaisir est ainsi reproduit, sublimé. Baptiste est ensuite passé à la réalisation de ses propres courts-métrages avec ses amis, voisins de couloir en cité universitaire. Véritables parodies des films dont la moquerie n'est qu'apparence et dissimule, en fait, une véritable admiration, ces productions sont aussi un moyen de communiquer leur amour des films et séries télévisées et de célébrer, en même temps, une culture commune. Baptiste dit d'ailleurs : « on n'a pas tous vu ces films en même temps parce qu'on ne se connaissait pas mais par contre on les aime tous ». Faits « avec les moyens du bord » ces films sont également le moyen de s'amuser. Parmi les parodies, citons *Court Matrix, L'homme qui valait 3 milliards, Bruce Lee, K 2000, Le Grand Bleu, Les raisins de la colère, Cliffhanger, Au-delà du réel, Taxi, Superman, La quatrième dimension, Starsky et Hutch, Scream, Les Dents de la mer*. Ces mini courts-métrages offrent également à leur auteur principal, Baptiste, l'occasion de se mettre en scène au sens d'Erving Goffman[311]. Son appartement, sa voiture et sa fiancée sont, en effet, également, les acteurs de tous ces courts métrages. Il se met également en scène en tant que Fan et n'hésite pas à se parodier lui-même, à se moquer de son idôlatrie pour le personnage de Bruce Lee par exemple. Ces mini court-métrages offrent ainsi un bon exemple « des formes culturelles fabriquées dans la réappropriation personnalisée et le retournement créatif de genres textuels et de documents divers à des fins d'expression de soi à travers ses goûts et ses passions[312] ».

[311] C'est-à-dire une activité de présentation de soi. Cf. GOFFMAN, E. 1973, *op. cit.*, p. 240.

[312] ALLARD, L. et VANDENBERGHE, P. 2003. Express Yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer. *Réseaux*, n° 117, Hermès.



2-De l'imitation à l'innovation

Deux attitudes ambivalentes en apparence caractérisent cependant la démarche de Baptiste. D'une part, le principe de l'imitation lui impose de rester humble et d'assumer son amateurisme, « en ne se prenant pas au sérieux ». D'autre part, le plaisir ressenti grâce à ces films l'invite à faire preuve d'originalité, comme pour rendre hommage à l'effort et à l'originalité du film dont il s'inspire. Aucune règle, en apparence, ne guide les séances sinon *« faire simple et assumer l'amateurisme. On est surtout là pour se marrer, quand on voit le temps qu'on y passe, et que c'est que pour des prunes, on va pas en plus se prendre le chou* ». Baptiste invoque encore cet amateurisme pour m'expliquer la qualité de ses toutes premières réalisations.

Comment tu juges tes premières créations ?
Ils étaient géniaux, les meilleurs !

Pourtant, il n'y avait pas beaucoup de gestes techniques dedans ?
Justement, une caméra, un plan séquence ou des plans fixes, de l'impro. La chute était connue mais tout le reste, c'était de l'impro. Mais, en fait, on faisait des plans séquences, pas par recherche de style mais parce qu'on avait pas de table de montage (rires !). Le manque de moyens techniques a fait toute la richesse de ces sketches ! Dans mes derniers films, il y a une trentaine de plans. Alors qu'à l'époque, il y a quatre ans on l'aurait fait en 3, 4 plans, on aurait trouvé le moyen de le faire comme ça, en tout cas ! On aurait tourné une trentaine de fois pour que ça passe alors que maintenant, on s'embête plus, on dit qu'on s'arrangera au montage !

Les termes de champ, de contre-champ ou encore de traveling ne sont pas utilisés, et ce, même si leurs courts métrages en sont remplis. Cet amateurisme ne signifie pas pour autant une incompétence cinématographique à laquelle accède tout spectateur passionné comme il le signale lui-même.

T'as pas besoin d'être musicien pour reconnaître une fausse note ou une rupture de rythme. Tant que j'ai avec moi des gens qui ont le même vocabulaire[313] que moi ça roule mais si je bosse avec des pros là oui, faudra que j'apprenne pour communiquer mais tant que j'en ai pas besoin (…) ! Avec mes acteurs, on a un vocabulaire et on se comprend mais c'est sûr que c'est pas le vocabulaire officiel quoi !

L'amour du cinéma est ainsi un vecteur d'apprentissage de la technique cinématographique, à travers l'imprégnation puis l'imitation consciente des films qu'on a aimés.

J'étais fan des clips vidéos, ça se voit dans le sketch *Taxi* (son premier) que c'est fait comme un clip ! *Le grand bleu*, *Retour vers le futur*, je suis fan. Mais sur le coup c'est le film *Yamakasi* qui m'a inspiré parce que je l'avais vu la veille avec les plans en dessous et au dessus des acteurs, ça m'avait bien plu. Les inconnus aussi et leurs sketches m'ont beaucoup inspiré !

Clairement, les sketches de Baptiste se présentent comme des *parodies* de films dont il se dit fan et dont il imite ouvertement le style sans se prendre au sérieux. Parodier ne consiste pas uniquement à imiter mais également à apporter une touche personnelle pour que l'ensemble

[313] L'observation de Baptiste en train de diriger ses acteurs est édifiante sur sa manière de procéder en l'absence de vocabulaire. Il joint les deux mains devant lui pour signifier ce qu'il va effectivement filmer avec sa caméra ou montre les dessins d'un storyboard dessiné à la hâte pour se faire comprendre de ses acteurs.

présente, en soi, un intérêt comme le rappelle Baptiste : « Il faut que ce soit réussi, qu'il y ait une chute aux sketches qui soit pas trop mal et en rapport avec les films. Il faut aussi renouveler l'idée de l'original, la prolonger ». Le plaisir de parodier prend ici la forme d'un contre-don. Il s'accompagne, en effet, d'un effort pour rendre hommage par l'attention portée à la qualité de la parodie, à l'original. Il ne s'agit pas, comme dans le cas des étudiants parodiant la série télévisée *Hélène et les garçons* observés par Dominique Pasquier, de se moquer des amateurs d'un certain genre de spectacle[314]. Baptiste se sert de ses courts-métrages pour témoigner, au contraire, de son amour pour certains films ou séries télévisées et d'étendre, par là-même, la sociabilité dont ils sont l'occasion.

Ces courts métrages se veulent drôles et longtemps Baptiste a pensé que, comme les films de famille, ils étaient surtout destinés à intéresser les proches. Un pas décisif a cependant été franchi lorsqu'il a pu constater l'efficacité de son film *Court Matrix* sur un public d'étudiants en arts du spectacle lors du premier Festival du Court métrage organisé en décembre 2005 à Metz. En octobre 2005, la « bande de copains » s'est dotée d'un site Internet, une étape supplémentaire dans l'organisation de leur sociabilité et dans la transmission de leur amour du cinéma. Le site propose des informations sur des soirées chez l'un ou chez l'autre et annonce régulièrement l'organisation d'un week-end au ski, une sortie dans un parc d'attraction, etc. Par ailleurs, et bien que ce ne soit pas son but premier, le site offre les courts métrages aux visiteurs et leur offre la possibilité de les télécharger[315]. En 2007, ils ont créé un Blog sur lequel ils diffusaient chaque semaine un épisode d'une série télévisée qu'ils avaient eux-mêmes créé sur le modèle d'*Un gars, Une fille* ou *Caméra café*[316]*, c'est-à-dire* des épisodes très courts avec un plan fixe et à visée humoristique. Dans le même temps, Baptiste réalisait des vidéos publicitaires pour des entreprises de la région, poursuivant ainsi son apprentissage dans le monde du cinéma…

En juin 2007, Baptiste était retenu par Canal Family (une chaîne du groupe Canal Plus) pour diffuser ses sketches lors d'une émission de télévision consacrée aux films « faits à la maison ». Cette émission, dont l'un des numéros a finalement été entièrement consacré aux créations de Baptiste, s'est également intéressé à sa famille et ses amis, a pris la mesure du

[314] PASQUIER, D. 1999, *op. cit*. pp. 204-213.

[315] Sur le site http://www.placieuxteam.com.

[316] Sur le site http://www.horsforfait.com

rôle de ces courts-métrages dans la construction de la sociabilité. Cette annonce de la société de production qui produit l'émission, passée sur internet, le montre bien :

> - Pour une série de portraits de "familles numériques", la société La Parisienne d'Images recherche des familles qui ont l'habitude de réaliser ensemble des films amateurs, des grands parents aux petits enfants en passant par les cousins, oncles, tantes et amis. Qu'il s'agisse de films de familles, de vacances, de fictions faites à la maison, utilisant n'importe quel support ou technique de cinéma ou de vidéo légère (8mm, super8, 9.5mm, HI8, SVHS, VHS, DV, téléphones portables, appareils photos numériques...).
>
> - Qui est plus ou moins "moteur" pour faire un film, le tourner et/ou le monter? Comment se répartissent les "rôles" ?
>
> - D'où vient cette envie de faire des films? Certains ont-ils suivi une formation, l'audiovisuel est-il leur métier ?
> - A quelles occasions décidez-vous de tourner un film? Préférez-vous l'improvisation, la spontanéité, où au contraire avez-vous l'habitude d'écrire et de construire une trame ou un scénario ?
>
> - A combien estimez-vous le nombre de films que vous avez réalisé "en famille" à ce jour ?
>
> - Quels "styles" ont votre faveur ? Film souvenirs, fictions, clips, documentaires ?
>
> - Cela a-t-il créé des vocations auprès des plus jeunes, ou au contraire des plus agés ?
> Si vous avez dans votre entourage ou si vous êtes vous même une famille très productive, résidente en France métropolotaine et qui corresponde à cette description, merci de contacter par téléphone ++++++++++++++++++++++++

Aujourd'hui, Baptiste, en parallèle avec son activité professionnelle principale de professeur des écoles, réalise des vidéos d'entreprise et poursuit sa série télé Hors Forfait qu'il diffuse sur son Blog et sur des serveurs de partage de vidéos (Dailymotion notamment).

Conclusion

L'observation des nouvelles formes de communication qu'autorise Internet est édifiante. Si certains spectateurs ont une approche rationalisante qui imite le geste de la critique professionnelle, d'autres se mettent en scène en même temps que l'objet de leur affection. L'engagement de ses qualités personnelles, au sens d'attributs identitaires (fille, adolescente, fan de films) sert à intéresser et à impliquer le lecteur du Blog ou le spectateur des sketches. Il traduit aussi l'inscription dans la vie quotidienne du cinéma. Cet usage du corps propre est

un prolongement de la technique du corps que constitue l'appropriation d'une œuvre, selon Wittgenstein. S'observant en train de relire des poèmes, il s'étonnait : « Je faisais des gestes et des mimiques qui étaient ce qu'on pourrait appeler des gestes d'approbation. Mais l'important, c'est que j'ai lu ces poèmes d'une manière complètement différente, plus intensément, que j'ai dit à mon entourage : « voyez, c'est ainsi qu'il faut les lire ! ». Les adjectifs esthétiques n'ont joué là aucun rôle »[317]. Wittgenstein anticipait sur l'usage contemporrain des Smileys lorsqu'il remarquait la supériorité de l'émotion faciale des émotions sur le vocabulaire esthétique : « Si je savais dessiner, je pourrais évoquer d'innombrables expressions en quatre traits. « Des mots comme (pompeux) et (majestueux) pourraient être exposés par des visages. De la sorte, nos descriptions seraient beaucoup plus souples et variées qu'elles ne le sont, exprimées par des adjectifs. Si je dis d'un morceau de Schubert qu'il est mélancolique, cela revient à lui donner un visage (je n'exprime par là ni approbation, ni réprobation). Au lieu de cela, je pourrais aussi bien employer des gestes ou danser. En fait, si nous voulons être exacts, c'est bien un geste ou une mimique que nous employons [318] ».



[317] WITTGENSTEIN, L. 1992, op. cit., p. 20

[318] WITTGENSTEIN, L. 1992, op. cit., p. 20.

Conclusion de la partie 2

L'observation de la sociabilité cinématographique sur Internet contribue, ce qui peut sembler paradoxal, à faire reconnaître l'importance de l'engagement corporel dans la conversation. Parler cinéma est un moyen de parler de soi à autrui, de se questionner sur autrui, bref de déterminer et construire sa propre identité[319] et de compléter sa connaissance des films. Ainsi la connaissance des noms d'auteurs, d'acteurs des films facilite la discussion à leur propos et le plaisir qu'on y prend. Roberto Casati soutient dans sa théorie des déclencheurs de conversations que les « artefacts artistiques » sont des objets produits dans le but principal de susciter une quelconque conversation sur leur production[320]. De ce point de vue, les produits artistiques ne servent pas uniquement une « communication » entre l'artiste et le public en véhiculant des « messages », par exemple. Ce sont plutôt des objets qui doivent attirer l'attention (et de ce fait ne pas être utilitaires, ou alors cacher leur côté utilitaire) à l'intérieur d'un contexte linguistique dans lequel ils sont utilisés comme objets de discussion. Pour l'auteur, « on traite d'objets qui doivent être en état de se prêter à la conversation »[321].

Cette théorie a le mérite d'expliquer « pourquoi n'importe quelle culture artistique locale peut trouver peu intéressantes les oeuvres d'autres cultures, tout en reconnaissant qu'il s'agit d'artefacts artistiques ». Sa théorie explique comment des produits artistiques peuvent passer l'épreuve du temps : « la conversation ne cesse jamais, a toujours besoin d'arguments. Même quand il n'est plus possible de connaître les termes de la conversation dans laquelle le produit avait dû initialement s'insérer comme stimulus, il reste cependant la possibilité de récupérer le produit à l'intérieur d'une nouvelle conversation »[322]. Laurent Jullier rejoint ce point de vue sur l'importance de la conversation dans la construction du jugement esthétique lorsqu'il affirme que « la plupart du temps, ce ne sont pas les éléments internes à l'œuvre qui font

[319] DE SINGLY, F. 1993. Le livre et la construction de l'identité. In ChAUDRON, M., De SINGLY, F. Sous la dir. *Identité, lecture, écriture*. Paris : BPI-Etudes et recherches, pp. 131-152.

[320] CASATI, R. 2002, *op. cit.*

[321] Ibidem

[322] Ibidem

barrage [à la découverte d'une œuvre] (tous les spectateurs d'*Astérix et Obélix* sont susceptibles d'apprécier Ozu, dont les films loués par les experts professionnels regorgent d'universaux narratifs, et inversement), mais des éléments externes. Avec qui un spectateur de *Voyage à Tokyo* dont les amis, collègues et parents sont allés voir *Astérix* en parlera-t-il ? »[323].

[323] JULLIER, L. 2002, *op. cit.*, p. 240.

CONCLUSION GENERALE

Arrivés au terme de cette observation ethnographique ayant pour objet la consommation cinématographique à Longwy au début des années 2000, j'aimerais revenir sur les principaux résultats obtenus ; notamment ceux portant sur la richesse de la consommation cinématographique à Longwy ainsi que ses déterminants (1) et ceux sur les liens existant entre les films et la sociabilité locale (2).

1- La consommation cinématographique à Longwy au début des années 2000 : plus de genres, plus de films, plus de supports, plus d'expériences.

L'observation locale du public de cinéma que j'ai réalisée à Longwy ne vérifie pas une bi-polarisation de l'audience selon des goûts pré-définis. Le plébiscite rencontré par les films d'action, de science-fiction, les comédies et les films d'animation au multiplexe de Longwy, doit être relativisé par la prise en compte de la consommation au domicile, qui révèle une profusion de types de films d'époques, de pays et de genres différents. Comme l'a montré l'enquête sur la culture cinématographique des français, cette culture, à la différence de celle des arts plastiques, est une culture partagée. Dès qu'on demande aux étudiants quels sont leurs films préférés, les drames et les grands classiques du cinéma resurgissent de manière évidente, alors qu'ils sont peu choisis lors de la sortie en salle, d'ailleurs elle-même concentrée sur le Week-End. Les multiples diffusions télévisées et l'échange de DVD et maintenant de Div X contribue à ce que cette culture cinématographique devienne chaque jour davantage un bien commun que le privilège de quelques-uns.

Les situations dans lesquelles le spectateur regarde un film sont également diverses et nombreuses : le film qu'on prend en cours de route à la télévision, la sortie entre ados et le « teen movie », la sortie entre filles et la comédie sentimentale, la sortie solitaire en semaine (bien à l'écart du brouhaha et des bousculades du week-end), la sortie des enfants le mercredi et le dimanche ou encore le film téléchargé par curiosité, parce que c'est gratuit, en sont quelques exemples. On pourrait en déduire avec Jean-Michel Guy que « si lors de leur sortie

en salle, la plupart des films ont un public-cible, et atteignent essentiellement la cible visée. Il faut cependant rappeler que ces mêmes films finissent tôt ou tard, par gagner à eux des spectateurs au profil de moins en moins conforme à celui du spectateur-cible[324] ». Ainsi, le fait que les spectateurs privilégient lors de la sortie cinéma, les nouveautés et les films qui visent explicitement l'amusement, ne doit pas faire oublier, comme on l'a constaté, la convergence des jugements qu'ils portent sur la qualité des films plus anciens, dramatiques ou consacrés par la critique professionnelle.

Par ailleurs, le spectateur réfléchit ses choix de films et ses instruments de mesure de la qualité selon les films, la situation, et les personnes en présence. Comme le rappelle Jean-Marc Leveratto, s'il peut y avoir des goûts différents, il n'existe donc bien qu'une formule de la qualité : l'expertise faite au cas par cas et, suis-je tenté de rajouter, dans la durée. Du même coup, l'expertise déborde l'épreuve immédiate du film. Les désaccords entre spectateurs, loin d'être un frein à la sociabilité, sont un prétexte à la raillerie et à l'échange (chaque spoectateur s'estimant compétant pour évaluser la qualité d'un film), enrichissant du même coup leur expertise. Le contact répété et approfondi avec les films (discussions, consommation de films importante, intérêt pour les bonus sur les DVD, comparaison entre les films) permet de mieux les appréhender, d'être plus précis dans la mesure de leur qualité et de mieux se laisser saisir par eux. Pour certains, la connaissance du cinéma est incorporée au point de pouvoir refaire ce qui a été vu et apprécié sans même avoir appris dans une école de de cinéma les techniques d'écriture et de réalisation. D'après mes observations, le catastrophisme actuel en matière de consommation de cinéma n'est donc pas d'actualité. Les différents modes d'appropriation du film des années 50 et 60 qu'observe Fabrice Montebello et les rapports particuliers qu'entretenaient les spectateurs alors avec les différentes salles est finalement toujours d'actualité puisqu'aujourd'hui, on ne voit pas forcément les mêmes films à la télé et au cinéma par exemple. La multiplication des supports et des contextes d'usage possibles des films enrichit même l'expérience du spectateur longovicien.

Cette consommation ne s'organise donc pas suivant un lien systématique entre type de films et type socioculturel de spectateurs car ces derniers ne cessent, eux-mêmes, de nous rappeler que « ça dépend... ». De manière très résumée, l'observation localisée de la consommation cinématographique montre qu'elle est donc tout autant liée :

---

[324]GUY, J.-M. 2000, *op.cit.*, p. 207.

- A la qualité des films, acteurs ou réalisateurs appréciés par le passé qui constituent notre expérience et agissent comme guide pour choisir ou évaluer les prochains films.

- A la situation : on ne regarde pas de la même manière un film à la télévision ou sur grand écran, seul ou accompagné, etc.

- Aux conditions locales de l'offre cinématographique.

- Au vécu personnel du spectateur, indissociable parfois de l'histoire de sa ville.

- Au mode de vie typiquement local (on l'a vu avec Longwy où les gens sortent très peu en semaine car ils travaillent à Luxembourg-ville à 50 km et où il y a peu d'étudiants).

- A son âge ou son sexe. Même si le lien n'est pas systématique, on note toutefois que les femmes sont plus intéressées par les séries télévisées, que les hommes collectionnent d'avantage les films ou encore que les jeunes téléchargent plus de films ou sortent plus souvent au cinéma.

- A la sociabilité cinématographique que les spectateurs développent et entretiennent.

2- Les films et la sociabilité locale

Les discussions en face à face ou sur internet que j'ai relevées et que j'ai regroupées sur le terme de sociabilité cinématographique déterminent enfin notre rapport au cinéma ou aux séries télévisées. La mesure de la qualité d'un film n'est pas l'unique but de l'échange, elle est aussi un moyen de parler de soi à autrui et de se questionner sur autrui, bref de déterminer et construire sa propre identité. C'est la raison pour laquelle l'expertise du spectateur ne se suffit pas à elle-même et qu'il lui faut être reconnue ou complétée par celle des autres. L'acte, qui consiste à venir sur internet parler de son (dé)plaisir rapproche le comportement du spectateur ordinaire de celui de l'artiste qui souhaite que ses œuvres existent pour d'autres que lui et que leur existence soit validée par un jugement public. Les films appartiennent à un rhizome dont tous ceux qui parlent de lui font partie. Il participe ainsi au sentiment d'appartenance à un même monde vécu. Cette capacité du film à s'attacher ainsi des spectateurs est souvent

oubliée dans les études classiques au profit de l'appartenance à une catégorie sociale du côté des spectateurs ou de l'appartenance à une catégorie technique du côté du film (film d'auteur, film commercial). Ainsi, internet est un moyen privilégié d'observer le fait que des films, pourtant en tout point identiques à ceux diffusés par ailleurs, constituent dans un même pays des spectacles reçus différemment à l'arrivée. Ce qui permet au spectateur de s'emparer de tel ou tel film, c'est le lien de parenté qu'il établit avec d'autres œuvres et d'autres spectateurs. L'approche anthropologique permet ainsi de mieux comprendre comment un film peut-être susceptible, dans une situation, de devenir le champion local.

L'expérience, avortée pour des raisons techniques, de l'espace internet où pouvait s'exprimer la critique des longoviciens[325], a montré toute la vitalité du bouche à oreille local. A l'instar du *Ciné-Club* des années 50 à Longwy, où les discussions suivaient les projections et avaient pour but de prolonger le plaisir cinématographique, ces dernières existent également dans le Longwy des années 2000. Elles sont certes plus brèves et les désaccords sont rarement explicités, mais elles touchent beaucoup plus de monde et surviennent très souvent de manière informelle. De plus, les films circulent plus rapidement notamment avec les nouvelles technologies. Les conversations permettent de s'y confronter et de les domestiquer en mémorisant noms d'acteurs et de réalisateurs, genres, etc. L'observation nous confirme que « le spectateur est infiniment plus autonome, actif, interprétatif que ne le laisse supposer toute la mécanique de la persuasion commerciale[326] ». Cette circulation des objets spectaculaires par l'intermédiaire de la conversation offre à l'individu, comme le rappelle Jean-Marc Leveratto, l'occasion « d'éprouver et d'exercer sa sensibilité grâce à la remémoration d'objets familiers mais aussi par la rencontre d'objets inédits qu'autrui fait surgir. Au lieu de neutraliser l'efficacité de cette sociabilité en invoquant un habitus collectif qui rendrait le corps sourd et aveugle à la nouveauté, la sociologie de la culture doit donc prendre au sérieux la manière dont le corps élargit la culture artistique de l'individu et la modifie en l'intégrant, d'une manière imprévisible, dans de nouveaux réseaux de relations sociales »[327]. Sans nier la qualité cinématographique qui permet d'ailleurs que d'un bout à l'autre de la planète, certains films soient plébiscités, l'inscription locale de la réception permet de mesurer le rôle de la sociabilité et des échanges sur la consommation et l'expertise des films.

[325] Malgré mes insistances auprès de la direction d'utopolis, jamais, depuis 2004, un forum fonctionnel n'a vu le jour. Les spectateurs n'hésitent pas à se plaindre d'ailleurs du non fonctionnement du forum actuel.
[326] KARPIK, L. 2007, *op. cit.*, p. 193.

[327] LEVERATTO, J.-M., 2006, *op.cit.*

C’est donc bien une sociologie des usages des films et de leurs évaluations passant par l’observation ethnographique systématique, qui est urgente à établir après celle déjà faite de la culture cinématographique des français ou de la fréquentation des salles de cinéma. Ces résultats me semblent ainsi valider l’intérêt d’une observation localisée, c’est-à-dire au plus près du spectateur. Ils appellent, je l’espère, d’autres études du même genre.

BIBLIOGRAPHIE

ALLARD, L. 1994. *L'espace public esthétique et les amateurs, l'exemple du cinéma privé*. Thèse de doctorat, Université Sorbonne Nouvelle, Paris III.

ALLARD, L. 2000. Cinéphiles, à vos claviers. *Réseaux*, n°99, « Cinéma et réception », Hermès.

ALLARD, L. et VANDENBERGHE, P. 2003. Express Yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer. *Réseaux*, n° 117, Hermès.

ALLEN, R. C, 1999. Home alone together. Hollywood and the 'family film'. Identifying Hollywood´s Audiences. In Stokes, M. et Maltby, R. Sous la dir. *Hollywood's Audiences, Cultural Identity and the Movies*. London : bfi, 1999, pp.109-131.

ARTIS, P. 1947. *Histoire du cinéma américain.* Paris : Colette d'Halluin Editeur.

AUMONT, J., BERGALA, A., MARIE, M., VERNET, M. 1983. *Esthétique du film*. Paris : Coll. Armand Collin cinéma, Armand Colin.

AUSTIN, B. 1988. *Immediate Seating. A look at the Movie audience*. Rochester Institute of Technology. Wadsworth Publishing Company

BARDELLI, R., MONTEBELLO, F., KASPROWICZ, L., LEVERATTO, J.-M. 2008. *Lumières sur la Ville*. Editions Paroles de Lorrains.

BAUWENS, M., SUSSAN, R. 2005. Le peer to peer: nouvelle formation sociale, *Revue du MAUSS*, n° 26, (2005 2e sem.) « Alter-démocratie, alter-économie. Chantiers de l'espérance ».

BECKER, H. 2002. *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*. Paris : La découverte.

BELKACEM, R., BENNOUI, M. et ROUYER, R. 2003. Un territoire transfrontalier en crise : l'exemple du bassin transfrontalier de Longwy. *Rencontres Internationales Démocratie et Management Local*, Québec, 20-23 mai 2003.

BENJAMIN, W. 2000, « L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique », in Oeuvres III. Paris : Folio Essais, Gallimard, (1ère Ed. 1936).

BERGALA, A. 2002. *L'hypothèse cinéma*. *Petit traité de transmission du cinéma à l'école et ailleurs*. Paris : Cahiers du cinéma, Coll. Essais.

BESSY, C. et CHATEAUREYNAUD, F. 1995. *Experts et faussaires. Pour une sociologie de la perception*. Paris : Métailié.

BLIC, D. 2000. La sociologie politique et morale de Luc Boltanski. *Raisons politiques*, n°3.

BLIN, E. 2005. Les cinémas dans l'espace urbain : un siècle de mutations. In BECK, R. et MADOEUF, A. Sous la dir. *Divertissements et loisirs dans les sociétés urbaines à l'époque moderne et contemporaine*. Tours : Presses Universitaires François-Rabelais.

BOLTANSKI, L. 1984. avec DARRE, Y., SCHILTZ, M.-A. La dénonciation. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°51, mars 1984.

BOLTANSKI, L. et THEVENOT, L. 1991. *De la justification. Les Économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.

BONENFANT, M. et HSAB, G. 2003. L'expérience d'aller au cinéma comme activité rituelle de médiation. *Les cahiers du Gerse*, « L'expérience d'aller au cinéma », n°5.

BONNET, S. 1981. *La ligne rouge des hauts- fourneaux*. Paris : Editions dentée Serpenoise.

BORDWELL, D. 1985. *Narration in the Fiction Film*. London, The University of Wisconsin Press.

BORDWELL, D. 1989. *A Case for Cognitivism*. IRIS, n° 9/ Spring 1989.

BORDWELL, D. 1991. *Making Meaning. Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Harvard University Press.

BOULLIER, D. 2003. La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques. *Champs visuels*, Hermes.

BOURDIEU, P. 1979. *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit. Coll. Le Sens commun.

BURCH, N. et SELLIER, G. 1996. *La Dôle de Guerre des Sexes du cinéma français (1930-1956)*. Paris :

Nathan/A. Colin.
BURZINSKY, M. H. et BAYER, D.-J. 1977. The effect of positive and negative prior information on motion picture appreciation. *Journal of Social Psychology*. Vol. 101, pp. 215-218.
CASETTI, F. 1993. *Les théories du cinéma depuis 1945*. Paris : Nathan.
CASETTI, F. 2003. *Les théories du cinéma depuis 1945*. Traduit de l'italien par Sophie Saffi, Cinéma, Nathan (1ère Ed. 1993).
CHAPLIN, C. 2002. *Histoire de ma vie*. Paris : Robert Laffont.
CHARASSE, D. et DESHAYES, J.-L. 1989. *Rites de la crise et crise des rites dans le bassin de Longwy*. Rapport à la Mission du Patrimoine Ethnologique, Ministère de la Culture, Nancy, LASTES, Longwy, APEP.
CHAUVIRE, C. et FONTAINE, O. 2003. *Le vocabulaire de Bourdieu*. Coll. Le vocabulaire de…Paris : Ellipses,
CORNELLIER, B. Cinéma et cognition. Entretien avec Laurent Jullier pour la revue en ligne *Cadrage*. Disponible sur http://www.cadrage.net/entretiens/cinecognition/cinecognition.html
COPANS, J. 2002. *L'enquête ethnologique de terrain*. Paris : 128, Nathan, (1ère Ed. 1999).
CORCUFF, P. 1995. *Les nouvelles sociologies. Constructions de la réalité sociale*. Paris : Nathan, collection "128".
DANART, B. 2003. La fréquentation des salles de cinéma. Le(s) Public(S) de la culture. Sous la direction de Olivier Donnat et Paul Tolila, p. 65 (partie cédérom).
DARRAS, E. 2003. La pluralité des réceptions féminines. Remarques sur quelques usages distanciés, imbriqués et identitaires des produits culturels. *Questions de culture*. DONNAT, O. Sous la dir. Paris : La Documentation française.
DARRE, Y. 2006. Esquisse d'une sociologie du cinéma. Cinéma et intellectuels. *Actes de la recherche en sciences sociales*. Mars 2006, pp. 130-161.
DE CERTEAU, M. 1990. *L'invention du quotidien*. Tome 1. *Arts de faire.* Paris : Folio/Gallimard, (1ère Ed. 1980).
DE SINGLY, F. 1993. Le livre et la construction de l'identité. In ChAUDRON, M., De SINGLY, F. Sous la dir. *Identité, lecture, écriture*. Paris : BPI-Etudes et recherches.
DESHAYES, J.-L. 1995. *Filiations et ruptures intergénérationnelles dans le bassin de Longwy*. Thèse pour le doctorat de sociologie, Université de Nancy II, Nancy.
DESHAYES, J.-L. 2000. Transformation des conditions d'existence, trajectoires d'emploi et socialisation initiale des enfants de sidérurgistes du bassin de Longwy, in *Documents du CEREQ*, « Trajectoires d'emploi et conditions d'existence des individus », n° 148.
ELIAS, N. 1994. *Sport et civilisation*. Paris : Fayard.
D'HUGUES, P. 1999. *L'envahisseur américain. Hollywood contre Billancourt*. Paris : Favre.
ELIASHBERG, J., & SHUGAN, S. M. 1997. Film critics: Influencers or predictors ? *Journal of Marketing*, n°61(April), pp. 68-78..
ESQUENAZI, J.-P. 2003. *Sociologie des publics*. Paris : Repères, La découverte, Paris.
ETHIS, E. 2005. *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Paris : Armand Colin.
ETHIS, E. 2006. *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*. Paris : L'Harmattan, Collection Logiques sociales.
ETHIS, E. et FABIANI, J.-L. 2006. Sous la dir. *Culture & musées*, n°7.
EUZEBY F. et ONNEIN-BONNEFOY MARTINEZ, C. 2001. La bande-annonce dans le choix des films. *Actes de la Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne. Marketing des Activités Culturelles, des loisirs et du Tourisme*. Dijon : Crego.
FARADJI, H. 2003. L'expérience du spectateur face au film de genre : le double miroir. *Les cahiers du Gerse*, « L'expérience d'aller au cinéma », n°5.
FERRY, V. 2002. *Les spectateurs du festival du film italien de Villerupt*. Rapport de recherche, interreg IIC, Pôle de l'image de Villerupt, région Lorraine.
FLEURY, L. 2006. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*. Paris : Armand Colin, Coll. 128, Sociologie.
FRODON, J.-M. 2000. *L'exceptionnelle part de marché des films américains*. Le Monde, 27 décembre.
FRODON, J.-M. 2006. Y a-t-il trop de films en salle ? *Cahiers du cinéma*, n°618.
GAUTHIER, G. 1991. Christian Metz à la trace. 1968-19.. In MAGNY, J. et HENNEBELLE, G. Sous la dir**.** *CinemAction*, n° 60, « Histoire des théories du cinéma ». Ed.. Corlet – Télérama, pp. 69-76.

GLEVAREC, H. et PINET, M. 2007. Cent fois mieux qu'un film. Le goût des jeunes adultes pour les nouvelles séries télévisées américaines. *Médiamorphoses*, Hors-série Janvier, pp. 124-133. Version longue disponible sur http://www.univ-lille1.fr/clerse/site_clerse/
GEERTZ, C. 1983. Jeu d'enfer : notes sur le combat de coqs balinais. In Clifford GEERTZ, C. *Bali : Interprétation d'une culture*. Paris : Gallimard.
GOFFMAN, E et WINKIN, Y. 1988. *Les moments et leurs hommes*. « Les ressources sûres ». Paris : Seuil, Minuit.
GOFFMAN, E. 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Minuit, p. 243. (1ère Ed. 1974).
GOMART, E. & HENNION, A. 1998. A sociology of Attachment : Music Lovers, Drug Addicts. Actor Network Theory and after. *The Sociological Review*. In Law, J. et Hassard, J. Sous la dir. Oxford/Malden (Ma), Blackwell Publishers.
GOODY, J. 1979. *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage ?* Paris : Editions de minuit, Paris.
GRANOVETTER, M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3),
GUY, J.-M. 2000. *La culture cinématographique des français. Paris* : La Documentation française.
HEAS, S. et POUTRAIN, V. 2003. Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet. *Ethnographiques.org*, n° 4 (page consultée le 15 nov. 2003).
HENNION, A. Engager son propre goût. Entretien autour de la sociologie pragmatique d'Antoine Hennion. *Ethnographiqus.org*. Numéro 3 - avril 2003 [page consultée 25 mai 2005].
HENNION, A. 2007. Réflexivités. Le sociologue et le goût. Sociologie de l'art, sociologie des sciences. In GAUDEZ, F. *Actes du colloque de Toulouse AISLF, 17-19 novembre 2004*. Paris : L'Harmattan.
HOGGART. R. 1970. *La culture du pauvre*. Paris : Editions de Minuit, Tr. fr. 1957.
HOUBEN, J.-F. 1999. *Feux croisés sur la critique, dix-sept entretiens*. Paris : Cerf coll. 7ème Art.
JAMET, J.-F. 2005. *Quels sont les déterminants de la durée d'exploitation des films au cinéma ? Une approche théorique et empirique*. Paris : Mémoire de DEA Analyse et politiques économiques. Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
JULLIER, L. 2002. *Qu'est-ce qu'un bon film ?* Paris : La Dispute.
JULLIER. L. 2004. *Cinéma et cognition*. Paris : L'Harmattan, coll. Ouverture philosophique.
KATZ, E. et LAZARSFELD, P.-F. 1955. *Personal influence*. New York, Free Press.
KRUGER, A. 1997. Les spectateurs et les films : les sources d'information utilisées lors du processus de choix d'un film. *1ère journée en Marketing de Bourgogne- Marketing des activités culturelles et de loisirs*, Dijon : Crego.
LAHIRE, B. 2004. Individu et mélange des genres. *Réseaux*, n°126, « Figures du Public ».
LAHIRE, B. 2004. *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris : La Découverte.
LATOUR, B. 2006. Efficacité ou instauration ? *Lumière et Vie*, n° 270, avril-juin, pp. 47-56.
LEONTSINI, M. et LEVERATTO, J.-M. 2008. *Internet et la sociabilité littéraire*. Paris : BPI.
LEVERATO, J.-M. 1999. *Le lieu commun de l'art. Une sociologie de l'expertise culturelle*. Mémoire en vue de l'Habilitation à diriger les recherches ».
LEVERATO, J.-M. et LEONTSINI, M. 2005. Internet et la construction du goût littéraire : le cas de critiques libres.com. In GAUDEZ, F. Sous la dir. *Sociologie de l'Art*, n°7, « Littérature, Fiction/réel ».
LEVERATTO, J.-M. 2000. *La mesure de l'Art. Sociologie de la qualité artistique*. Paris : La Dispute.
LEVERATTO, J.-M. 2005. Le rôle des spaghettis dans le jugement esthétique. Sociologie d'un festival de cinéma. In ANCEL, P., DUTHEIL-PESSIN, C. et PESSIN, A. Sous la dir. *Rites et rythmes de l'œuvre*. Paris : L'Harmattan, 2 tomes.
LEVERATTO, J.-M. 2006. Les techniques du corps et le cinéma. *Portique*, n°17, « De Marcel Mauss à Norbert Elias. Marcel Mauss et les techniques du corps ».
LEVERATTO, J.-M. et MONTEBELLO, F. 2001. Faire l'histoire des hommes du fer. In BENSA, A., FABRE, D. Sous la dir. *Cahiers 18*, « Une histoire à soi ». Paris : Ed. de la MSH.
LEVERATTO, J-M. 2006. *Introduction à l'anthropologie du spectacle*. Paris : La Dispute.
LITMAN, B. R. 1983. Predicting Success of Theatrical Movies: An Empirical Study. *Journal of Popular Culture*, n° 16.
MACE, E. 2001. Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés. Les trois moments de la configuration médiatique de la réalité : production, usages,

représentations. *Réseaux*, « La presse magazine », n° 105 - FT R&D/Hermès Science Publications.
MALINAS, D., SPIES, V., 2006. *Mes jours et mes nuits avec Brad Pitt : l'affiche de cinéma, une identité énoncée de la chambre d'étudiant à la télévision*. *Cultures et musées*. *Body is comedy*, Arles, Actes Sud, mai.
MARSZALEK, S. 1994. *Les ethnométhodes utilisées dans l'interprétation d'un film de Godard : Le mépris*. Mémoire de DESS Ethnométhodologie. Paris 8.
MAUSS, M. 1999. Essai sur le don. *Sociologie et Anthropologie*. Paris : Quadrige (1ère Ed. 1923-1924).
MAYNES, J. 1990. *The Woman at the Keyhole : Feminism and Women's Cinema*. Bloomington : Indiana University Press.
MONTEBELLO, F. 1997. *Spectacle cinématographique et classe ouvrière. Longwy 1944-1960*. Thèse pour le doctorat d'histoire, Université Lyon 2.
MONTEBELLO, F. 2000. Le spectateur comme expert. Intervention à la deuxième édition de l'EASS (The European Audiovisual Seminars), Turin-Villa Gualino. *Existe-t-il un modèle audiovisuel européen ?* 26-28 mars 2000.
MONTEBELLO, F. 2003. Pour une histoire et une sociologie de la qualité cinématographique. *Politix*, « Politiques du cinéma », Volume 16 - n°61.
MONTEBELLO, F. 2004. *Histoire et sociologie de la qualité cinématographique*. Habilitation à diriger des recherches, Sous la dir. de J.-M. Leveratto.
MONTEBELLO, F. Le spectateur comme expert. Intervention à la deuxième édition de l'EASS (The European Audiovisual SeminarS). Turin-Villa Gualino, 26-28 mars 2000. *Existe-t-il un modèle audiovisuel européen ?*
MONTEBELLO, F. 2002. Le film noir une passion prolétarienne. In Pessin, A. et Vanbremeerssch, M-C. Sous la dir. *Les œuvres noires de l'art et de la littérature*. Paris : L'Harmattan, Tome II.
MULLER, J. 1987. Editorial du Républicain Lorrain du 17 janvier .
MULVEY, L. 1993. Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*. Vol 16, n°3, 1975. Traduit in Cinémaction, n°67.
NACHI, M. 2006. *Introduction à la sociologie pragmatique*. Préface de Luc Boltanski. Cursus. Armand Colin.
NAVADIC. J, 1975. *Télé-Luxembourg a vingt ans*. Préface de Gaston Thorn. Paris : Editions France-empire.
NEMESSANY, V. 2005. Pour une ethnographie de la culture artistique. *Le Portique*, « Recherches 3 - Cahier 3 ». Disponible sur http://leportique.revues.org/document751.html. (Page consultée le 18 septembre 2006).
NEZOSI, G. 1998. Vie et mort d'une identité professionnelle. L'idéologie de l'Homme du fer sur le bassin sidérurgique de Longwy. Revue française de sciences politiques, Vol. 48, N° 5, pp. 625-644.
NICOLAS, Y. 2005. Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair. *Développement Culturel*, n° 148 – Juin 2005. http://www.culture.gouv.fr/culture/editions/r-devc/dc148.pdf consulté le 29 mai 2007.
NOIRIEL, G. 1984. *Longwy, immigrés et prolétaires*. 1880-1908. Paris : PUF.
ODIN, R. 1979. Rhétorique du film de famille. *Revue d'esthétique*, n°1-2, 10/18.
PAQUET, A. 2003. Un regard anthropologique sur le rituel de la salle obscure. *Les cahiers du Gerse*, « L'expérience d'aller au cinéma », n°5, automne.
PASQUIER, D. 1999. La *culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris :,Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
PASQUIER, D. 2003. *La télévision : mauvais objet de la sociologie de la culture ?* Communication aux actes du Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet.
PEDLER, E. et ETHIS, E. 1994. En quête de réception : le deuxième cercle. *Réseaux*, n°68, pp. 85-103.
PERON, D. 2002. Critique du film *Men in Black II*. Libération, 07 août.
PHILLIPE, C.-J. 2004. Le cinéma est-il un Art ? *Passages*, n°120/121.
PRAG, J., & CASAVANT, J. 1994. An Empirical Study of the Determinants of Revenues and Marketing Expenditures in the Motion Picture Industry. *Journal of Cultural Economic*, n°18, pp. 217-235.
PRECHEUR, C. 1959. *La Lorraine sidérurgique*. Paris : Sabri.
ROCHLITZ R. 1998. *L'art au banc d'essai. Esthetique et critique*. Paris : NRF Essais.
RUBY, C. 2002. Esthétique des interférences. *EspacesTemps. Les Cahiers*, n°78-79, « À quoi œuvre l'art ? Esthétique et espace public ». Disponible sur http://espacestemps.net/document351.html.
SCHAEFFER, J.-M. 2000. *Adieu à l'esthétique*. Paris : Presses Universitaires de France. Les essais du

Collège internationnal de philosophie.
SELLIER, G. 2005. Gender studies et études filmiques. *Travail, Genre et Sociétés* n° 38.
SELLIER, G. 2003. L'apport des gender Studies aux études filmiques. In KAENEL, A., LEJEUNE, C. &. ROSSIGNOL, M.-J. Sous la dir. *Cultural Studies. Etudes Culturelles*. Nancy : PUN.
SELLIER, G. et ROLLET, B. 1999. Cinéma et genre en France, *Histoire, Femmes et Sociétés*, Clio. Disponible sur http://clio.revues.org/document1533.html. (Pages consultée le 11 juillet 2007).
SHAPIRO, M.-E. & BIGGERS, T. 1987. Emotion-Eliciting Qualities in the Motion Picture Viewing Situation and Audience Evaluations. In AUSTIN, B. Sous la dir. *Current Research in Film : Audiences, Economics, and Law* (Volume 3) (Vol. 3, pp. 1-11). Norwood, NJ : Ablex..
SHUSTERMAN, R. 1991. *L'art à l'état vif. La pensée pragmatiste et l'esthétique populaire*. Paris : Minuit.
STACEY, J. 1994. *Star Gazing : Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. Londres / New-York : Routledge.
TREPOS, J.-Y. 1996. *La sociologie de l'expertise*. Paris : Que sais-je, Presses Universitaires de France.
TREPOS, J.-Y. 2001. Prises de vue. Sur la photographie comme technique d'enquête. Le commun, l'individu et le sujet. Séminaire. Glysi-Safa — *Sociologies et Anthropologies des formes d'Action*. CNRS/Université Lumière Lyon II, UMR 5042.
VAN GENNEP, A. 1998. Ethnographie, sociologie, jolies choses et techniques. *Socio-Anthropologie*, n°3, « Technique : arts du social ».
VANOYE, F., GOLIOT-LETE, A. 2004, *Précis d'analyse filmique*. Paris : Nathan. 1ère Ed. 1992.
WINCKLER, M. 2005. *Séries télé. De Zorro à Friends, 60 ans de téléfictions américaines*. Paris : Librio-Flammarion.
WITTGENSTEIN, L. 1992. *Leçons et conversations*, Gallimard Trad. par J. Fauve (1ère Ed. 1966).

Sites internet

http://www2.culture.gouv.fr/
http://www.allocine.fr
http://www.Boxofficemojo.com

ANNEXES

1- Méthodologie de l'enquête

2- Listes de films

- **possédés par les spectateurs (Voir également le CD Rom)**
- **diffusés sur la chaîne de télévision RTL 9**

3- Parodies de films de Baptiste (sur le CD Rom)

1- Méthodologie de l'enquête

- La sortie cinéma : questionnaire passé auprès de 70 personnes avant et après la projection des films.

Avant le film :

Nom
Profession :
Venez-vous souvent au cinéma
Pourquoi venez-vous au cinéma
A qui faites-vous confiance pour choisir un film ?
Avec qui êtes vous venus ?

Quand avez-vous pris la décision de venir voir ce film ?
Où en avez-vous entendu parler ?
Qu'est-ce qui vous plaît dans ce film à priori ?
Que savez-vous du réalisateur ? Des acteurs principaux ?
Qu'espèrez-vous du film ?

Après le film :

Avez-vous aimé le film ?
Pourquoi ?

Date : Enquêteur : N° : _____

LES PRATIQUES CINEMA DES ETUDIANTS DE L'IUT DE LONGWY

La consommation de films à la maison : la location

1. Est-ce que vous louez des films?
- ○ 1. jamais
- ○ 2. plusieurs fois par an
- ○ 3. plusieurs fois par mois
- ○ 4. plusieurs fois par semaine

2. Où Louez-vous vos films ?
1. distributeur automatique
2. magasin
3. médiathèque
4. ailleurs
5. Au distributeur et au magasin, ça dépend

☐ ☐

Ordonnez 2 réponses.

3. Quel jour de la semaine louez-vous le plus souvent vos films ?
1. lundi 2. mardi
3. mercredi 4. jeudi
5. vendredi 6. samedi
7. dimanche 8. ça dépend

☐ ☐ ☐

Ordonnez 3 réponses.

4. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser en quoi, çà dépend ?

5. A quel moment de la journée, regardez-vous le plus souvent votre film loué ?
- ○ 1. matin
- ○ 2. après-midi
- ○ 3. soir
- ○ 4. ça dépend

6. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous précisez ?

7. Le plus souvent, vous savez quel film louer ou vous décidez au dernier moment ?
- ○ 1. je sais quoi louer avant
- ○ 2. je me décide au dernier moment
- ○ 3. ça dépend

8. S'il arrive de choisir "au dernier moment", vous choisissez comment ?
1. en regardant le liste des nouveautés
2. en regardant les meilleures locations
3. vous parcourez les jaquettes
4. autres

☐ ☐ ☐

Ordonnez 3 réponses.

9. Les films que vous louez, vous les regardez le plus souvent...
- ○ 1. seuls
- ○ 2. en famille
- ○ 3. avec des amis
- ○ 4. en couple

10. Sur quel support les regardez-vous ?
- ○ 1. ordinateur
- ○ 2. télévision
- ○ 3. lecteur dvd portable
- ○ 4. ça dépend

11. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser en quoi, çà dépend ?

12. Où le regardez-vous ?
- ○ 1. dans votre salon
- ○ 2. dans votre chambre
- ○ 3. autres
- ○ 4. ça dépend

La consommation de film à la maison : le téléchargement

13. Est-ce que vous téléchargez des films ?
○ 1. oui ○ 2. non

14. si vous avez répondu plusieurs fois par mois, combien de films en moyenne ?
- ○ 1. 1 films ○ 2. 2 films
- ○ 3. 3 films ○ 4. 4 films
- ○ 5. 5 films ○ 6. plus

15. si vous téléchargez plusieurs fois par semaine, combien de films en moyenne ?
- ○ 1. 1 ○ 2. 2
- ○ 3. 3 ○ 4. 4
- ○ 5. 5 ○ 6. plus

16. Le mode de téléchargement que vous utilisez est-il payant ?
○ 1. oui ○ 2. non
○ 3. ça dépend

17. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser en quoi, çà dépend ?

18. Sur quel support les regardez-vous?
1. ordinateur
2. télévision
3. lecteur dvd portable
4. ça dépend

☐ ☐

Ordonnez 2 réponses.

19. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser ?

20. Empruntez-vous des films téléchargés ? Choisissez une seule réponse.
- ○ 1. jamais
- ○ 2. quelques fois par an
- ○ 3. une fois par mois
- ○ 4. plusieurs fois par mois
- ○ 5. plusieurs fois par semaines
- ○ 6. une fois par semaine

21. Téléchargez-vous des films pour des parents, des amis ?
○ 1. oui ○ 2. non

22. Où regardez-vous ces films téléchargés ?

- ○ 1. dans votre salon
- ○ 2. dans votre chambre
- ○ 3. autres
- ○ 4. ça dépend

23. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser ?

24. Y-at-il des films que vous téléchargez "juste pour voir" ?

○ 1. oui ○ 2. non

25. Vous-est-il déjà arrivé de regarder le début d'un film téléchargé, de le trouver bien, puis d'être allé le voir au cinéma ?

○ 1. oui ○ 2. non

26. Est-ce que vous conservez vos films téléchargés sur support CD ou DVD ?

○ 1. oui ○ 2. non

La consommation de films à la maison : les films diffusés à la TV

27. Le film que vous téléchargez, vous le regardez le plus souvent

- ○ 1. seul
- ○ 2. en famille
- ○ 3. avec des amis
- ○ 4. en couple

28. A la télévision, vous regardez surtout :

- ○ 1. des films
- ○ 2. des séries télé
- ○ 3. ni l'un ni l'autre
- ○ 4. les deux

29. Qu'est-ce qui oriente principalement vos choix de films à la télévision ?

1. bande annonce
2. l'avis d'amis
3. l'avis de membres de la famille
4. ça dépend du film
5. l'avis d'un journaliste à la tv
6. l'avis d'un critique de la presse spécialisée
7. l'avis d'un critique du programme télé
8. la note (nombre d'étoiles, de T etc)
9. le succès du film en salles (nbre d'entrées)

□ □ □

Ordonnez 3 réponses.

30. Quelles sont les caractéristiques du film diffusé à la TV les plus susceptibles de vous inciter à le voir ?

1. genre (policier, aventures)
2. casting
3. durée du film
4. réalisateur
5. aucun
6. ça dépend

□ □ □

Ordonnez 3 réponses.

31. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser ?

32. Qui décide le plus souvent du choix du film à regarder ?

- ○ 1. vous
- ○ 2. un autre membre de la famille
- ○ 3. ça dépend

La consommation de films à la maison : l'achat de films

33. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser ?

34. Est-ce que vous achetez des films ?

○ 1. oui ○ 2. non

35. Qu'est-ce qui oriente principalement vos choix de films achetés ?

1. bande annonce
2. l'avis d'amis
3. l'avis de membres de la famille
4. çà dépend du film
5. l'avis d'un journaliste à la tv
6. l'avis d'un critique de la presse spécialisée
7. l'avis d'un critique du programme télé
8. la note (nombre d'étoiles, de T etc)
9. les bonus
10. le prix
11. le succès du film en salles (nbre d'entrées)

☐ ☐ ☐

Ordonnez 3 réponses.

36. Quelles sont les caractéristiques du film les plus susceptibles de vous inciter à l'acheter ?

1. genre (policier, aventures)
2. casting
3. durée du film
4. réalisateur
5. aucun
6. çà dépend

☐ ☐

Ordonnez 2 réponses.

37. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser ?

38. Où achetez-vous les plus souvent vos films ?

○ 1. en grande surface
○ 2. sur internet
○ 3. Fnac/Virgin
○ 4. ailleurs

39. Si vous avez répondu ailleurs, précisez :

40. Est-ce que vous achetez les mêmes genres de films que vous téléchargez ou louez ?

○ 1. oui ○ 2. non

41. Si vous avez répondu non, quel genre de films achetez-vous le plus alors ?

1. comédies
2. comédies sentimentales
3. d'action
4. films catastrophes
5. d'aventures
6. d'horreur ou d'épouvante
7. science fiction
8. dessins animés
9. d'arts martiaux
10. westerns
11. séries tv françaises, séries tv américaines
12. policiers
13. films de guerre
14. films biographiques
15. drames
16. érotiques etc
17. ça dépend

☐ ☐ ☐

Ordonnez 3 réponses.

42. Pourquoi achetez-vous des genres de films différents de ceux que vous téléchargez ou louez ?

43. Tenez-vous compte du prix des films avant de les acheter ?

○ 1. oui ○ 2. non
○ 3. ça dépend

44. Si vous avez répondu ça dépend, précisez

45. Parmi les nouveautés, vous achetez :

☐ 1. des films que vous avez vus au cinéma
☐ 2. des films que vous n'avez pas vus mais qui ont fait beaucoup d'entrées au cinéma
☐ 3. des films que vous n'avez pas vus mais qui sont bien notés par la critique professionnelle
☐ 4. vous n'achetez pas de nouveautés

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

46. Si vous avez répondu ça dépend, précisez

47. Où le regardez-vous ?

☐ 1. dans votre salon
☐ 2. dans votre chambre
☐ 3. autres
☐ 4. ça dépend

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

48. Si vous avez répondu autres, veulliez préciser

49. Vous arrive-t-il d'acheter des films vendus à un ou deux euros en grande surface ?

○ 1. oui ○ 2. non

50. Est-ce que vous achetez des séries TV ?

○ 1. oui ○ 2. non

La consommation de films au cinéma

51. Les aviez-vous vues auparant à la TV

○ 1. oui ○ 2. non

52. L'année passée, combien de fois, à peu près, êtes-vous allés au cinéma ?

☐ 1. 0
☐ 2. entre 1 et 5 fois
☐ 3. entre 5 et 10 fois
☐ 4. plus de 10 fois

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

53. Le mois passé, combien de fois êtes-vous allés au cinéma ?

☐ 1. 0 ☐ 2. 1
☐ 3. 2 ☐ 4. 3
☐ 5. 4 ☐ 6. 5 fois
☐ 7. plus

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

54. Quel jour de la semaine allez-vous le plus souvent au cinéma ?

- ☐ 1. lundi
- ☐ 2. mardi
- ☐ 3. mercredi
- ☐ 4. jeudi
- ☐ 5. vendredi
- ☐ 6. samedi
- ☐ 7. dimanche
- ☐ 8. ça dépend

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

55. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser ?

56. Pour vous, aller au cinéma, dans l'année, c'est une activité :

- ○ 1. régulière
- ○ 2. irrégulière
- ○ 3. périodique

57. Quand décidez-vous des films que vous allez voir ?

- ○ 1. juste avant de passer à la caisse
- ○ 2. dans la semaine qui précède
- ○ 3. ça dépend

58. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser en quoi ça dépend ?

59. Comment vous-tenez vous au courant des sorties cinéma ?

1. vous ne vous tenez pas au courant
2. grâce à la presse spécialisée
3. grâce à la télévision
4. grâce à internet
5. grâce au mag utopolis: grâce au journal Le Républicain Lorrain
6. grâce à la presse non spécialisée (programmes TV, hébodmadaire divers, etc)

☐ ☐ ☐

Ordonnez 3 réponses.

60. Qu'est-ce qui oriente principalement vos choix de films avant d'aller voir un film

1. bande annonce
2. l'avis d'amis
3. l'avis de membres de la famille
4. ça dépend du film
5. l'avis d'un journaliste à la tv
6. l'avis d'un critique de la presse spécialisée
7. l'avis d'un critique du programme télé
8. la note (nombre d'étoiles, de T etc)
9. le succès du film en salles (nbre d'entrées)

☐ ☐ ☐

Ordonnez 3 réponses.

61. Est-ce que vous allez voir au cinéma les mêmes genres de films que vous louez ou téléchargez ?

○ 1. oui ○ 2. non

62. Pourquoi ?

63. Si ce ne sont pas les mêmes genres, quels sont alors les genres que vous allez voir le plus souvent au cinéma ?

- ○ 1. comédies
- ○ 2. comédies sentimentales
- ○ 3. d'action
- ○ 4. films catastrophes
- ○ 5. d'aventures
- ○ 6. d'horreur ou d'épouvante
- ○ 7. science fiction
- ○ 8. dessins animés
- ○ 9. d'arts martiaux
- ○ 10. westerns
- ○ 11. séries tv françaises, séries tv américaines
- ○ 12. policiers
- ○ 13. films de guerre
- ○ 14. films biographiques
- ○ 15. drames
- ○ 16. érotiques etc
- ○ 17. ça dépend

64. Quelles sont, en dernier ressort, les caractéristiques du film les plus susceptibles de vous inciter à aller le voir au cinéma ?

- ○ 1. genre (policier, aventures)
- ○ 2. casting
- ○ 3. durée du film
- ○ 4. réalisateur
- ○ 5. aucun
- ○ 6. ça dépend

65. Est-ce que vous lisez les critiques avant d'aller voir un film ?

- ○ 1. jamais
- ○ 2. de temps en temps
- ○ 3. souvent
- ○ 4. systématiquement

66. Est-ce que vous lisez les critiques après avoir vu le film

- ○ 1. jamais
- ○ 2. de temps en temps
- ○ 3. souvent
- ○ 4. systématiquement

67. Si vous les lisez, pouvez-vous expliquer ce qui motive votre lecture des critiques après avoir vu le film ?

La sociabilité cinématographique

68. Pourquoi ?

69. Quelle est ou quelles sont les personnes avec qui vous aimez le plus parler cinéma ?

- ○ 1. parents proches
- ○ 2. amis
- ○ 3. connaissances

70. Pourquoi aimez-vous plutôt parler avec cette ou ces personnes en particulier ?

71. Vous êtes-vous déjà disputé ou presque avec quelqu'un à propos d'un film ?

○ 1. oui ○ 2. non

72. Avez-vous déjà changé d'avis sur un film ?

○ 1. oui ○ 2. non

73. Pourquoi ?

74. Ou préférez-vous regarder un film ?

- ○ 1. chez vous
- ○ 2. au cinéma
- ○ 3. ça dépend

75. Si vous avez répondu ça dépend, pouvez-vous préciser en quoi, çà dépend ?

76. Visistez-vous régulièrement des sites internet consacrés au cinéma ?

○ 1. oui ○ 2. non

77. A quelle fréquence ?

- ○ 1. plusieurs fois par semaine
- ○ 2. plusieurs fois par mois
- ○ 3. plusieurs fois par an

78. Participez-vous à des discussions dans des forums internet consacrés au cinéma ou aux séries TV ?

- ○ 1. oui souvent
- ○ 2. oui de temps en temps
- ○ 3. non jamais

79. Participez-vous à des discussions dans des forums internet mais qui, cette fois, ne sont pas exclusivement consacrés au cinéma ou aux séries TV ?

- ○ 1. oui souvent
- ○ 2. oui de temps en temps
- ○ 3. non jamais

80. Vous considère-t-on dans votre entourage comme un expert en cinéma ?

○ 1. oui ○ 2. non

81. Connaissez-vous, dans votre entourage, un expert en cinéma ?

○ 1. oui ○ 2. non

Préférences générales

82. Si oui qui ?

83. Votre consommation de films (tous supports confondus) est-elle régulière ou varie-t-elle selon les périodes ?

- ○ 1. régulière
- ○ 2. pas régulière

84. Au cinéma, vous allez voir le plus souvent vos films...

- ○ 1. seuls
- ○ 2. en famille
- ○ 3. avec des amis
- ○ 4. en couple

85. Quel genre de films préférez-vous le plus ?

- ○ 1. comédies
- ○ 2. comédies sentimentales
- ○ 3. films d'action
- ○ 4. films catastrophes
- ○ 5. films d'aventures
- ○ 6. films d'horreur ou d'épouvante
- ○ 7. science fiction
- ○ 8. dessins animés
- ○ 9. films d'arts martiaux
- ○ 10. westerns
- ○ 11. séries tv françaises, séries tv américaines
- ○ 12. films policiers
- ○ 13. films de guerre
- ○ 14. films biographiques
- ○ 15. drames
- ○ 16. érotiques etc
- ○ 17. ça dépend

86. Avez-vous un genre de film que vous préférez-voir à la maison et un genre de film que vous préférez-voir au cinéma ?

○ 1. oui ○ 2. non

87. Avez-vous un genre de film que vous n'aimez pas ?

○ 1. oui ○ 2. non

88. Lequel ?

- ○ 1. comédies
- ○ 2. comédies sentimentales
- ○ 3. films d'action
- ○ 4. films catastrophes
- ○ 5. films d'aventures
- ○ 6. films d'horreur ou d'épouvante
- ○ 7. science fiction
- ○ 8. dessins animés
- ○ 9. films d'arts martiaux
- ○ 10. westerns
- ○ 11. séries tv françaises, séries tv américaines
- ○ 12. films policiers
- ○ 13. films de guerre
- ○ 14. films biographiques
- ○ 15. drames
- ○ 16. érotiques etc
- ○ 17. ça dépend

89. Que ce soit à la maison ou au cinéma, y-a-t-il des genres de films que vous allez voir avec certaines personnes et d'autres que vous voyez avec d'autres personnes ou seuls ?

○ 1. oui ○ 2. non

90. Avez-vous été parfois déçu de revoir un film à la maison après l'avoir pourtant apprécié au cinéma ?

○ 1. oui ○ 2. non

91. Avez-vous déjà changé d'avis à propos d'un film ?

○ 1. oui ○ 2. non

92. Comment l'expliquez-vous ?

93. Avez-vous un acteur ou une actrice préférée ?

○ 1. oui ○ 2. non

94. Lequel ou laquelle ?

95. Avez-vous un réalisateur préféré ?

○ 1. oui ○ 2. non

96. Lequel ou laquelle ?

97. Avez-vous des films préférés ?

○ 1. oui ○ 2. non

98. Si oui, quels sont vos 5 films préférés ?

99. Pour quelles raisons les aimez-vous ?

100. Avez-vous eu des difficultés à répondre aux deux questions précédentes ?

○ 1. oui ○ 2. non

101. Pour quelles raisons ?

102. Avez-vous déjà donné votre avis sur un film ou une série TV sur un site comme amazon ou Allociné ?

○ 1. oui ○ 2. non

103. Estimez-vous que certains films n'ont pas eu le succès (nbre d'entrées ou critiques) qu'ils méritent ?

○ 1. oui ○ 2. non

104. Lesquels et pourquoi ?

105. Inversement, estimez-vous que certains films ont eu plus de succès (nbre entrées ou succès critique) qu'ils ne le méritaient ?

○ 1. oui ○ 2. non

106. Lesquels ou pourquoi ?

107. Vous arrive-t-il de vous intéresser à des films qui n'en sont qu'à l'état de projet ?

○ 1. oui ○ 2. non

108. Si oui lesquels par exemple et pourquoi ces films vous ont interpelés aussitôt ?

109. Quel film, qui sortira en 2006 vous intéresse déjà ? Pourquoi ?

110. Comment jugez-vous la qualité des séries TV françaises en général ?

1. mauvaise 2. bonne
3. très bonne 4. ça dépend

☐ ☐

Ordonnez 2 réponses.

111. Comment jugez-vous la qualité films français en général ?

1. mauvaise 2. bonne
3. très bonne 4. ça dépend

☐ ☐

Ordonnez 2 réponses.

112. Comment jugez-vous la qualité films américains en général ?

1. mauvais 2. bons
3. très bons 4. ça dépend

☐ ☐

Ordonnez 2 réponses.

113. Connaissez-vous bien d'autres cinémas (italien, asiatique etc)

○ 1. oui ○ 2. non

Utopolis et vous ?

114. Qu'est-ce que vous aimez dans ce ou ces cinémas ?

115. Etes-vous satisfait des horaires proposés par Utopolis ?

○ 1. oui ○ 2. non

116. Etes-vous satisfait du confort des salles ?

○ 1. oui ○ 2. non

117. Etes-vous satisfait des films mis à l'affiche ?

○ 1. oui ○ 2. non

118. Si non pourquoi ?

119. Comment jugez-vous le prix des places ?

○ 1. normal
○ 2. trop cher
○ 3. beaucoup trop cher
○ 4. cela vous est indifférent car de toute manière vous préférez regarder les films chez vous

120. Allez-vous à Kinépolis Thionville ou à d'autres multiplexes ?

○ 1. oui ○ 2. non

121. Pourquoi ?

Au fait, qui êtes-vous ?

122. Si oui, précisez les circonstances

123. Quel âge avez-vous ?

○ 1. 18 ○ 2. 19
○ 3. 20 ○ 4. 21
○ 5. 22 ○ 6. + ?

124. Homme ou Femme ?

○ 1. Homme ○ 2. Femme

125. Quelle est la profession de votre père ? (voire le tableau des PCS ci-joint)

126. Quelle est la profession de votre mère ? (voire le tableau des PCS ci-joint)

127. Ou vivez-vous ?

○ 1. à Longwy ou dans sa région
○ 2. ailleurs

128. Si vous venez d'ailleurs, précisez

129. Chez vous il y a :

☐ 1. télévision
☐ 2. magnétoscope
☐ 3. lecteur dvd
☐ 4. caméscope
☐ 5. canal plus
☐ 6. des chaînes du cable consacrées au cinéma ou équivalent
☐ 7. ordinateur
☐ 8. autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

130. Chez vous, il y a régulièrement des magazines consacrés aux sorties cinéma/sorties DVD

○ 1. oui ○ 2. non

131. Qui les achète ?

132. Chez vous, il y a des livres consacrés au cinéma

○ 1. oui ○ 2. non

133. Qui les achète ?

134. Vous possédez chez vous :

☐ 1. des cassettes vidéo de films achetés
☐ 2. des films enregistrés à la télévision
☐ 3. des DVD
☐ 4. des DivX

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

135. Précisez-le nombre pour chacun des supports

Films diffusés sur la chaine télé RTL 9 (13 semaines choisies au hasard)

Jours	Films	Films classés par genre	
Samedi	Avalanche express		
		Action	23
Dimanche	Hot Shots	Aventure	6
	Boys in The Hood	Catastrophe	3
Lundi	Dans les griffes du dragon rouge	Comédie	23
	Enterré vivant	Comédie dramatique	4
Mardi	L'année du dragon	Drame	12
	Vorace	Drame action	3
Mercredi	Un été en Louisianne	Erotique	15
	Body Snatchers	Fantastique	13
Jeudi	Police Academy	Guerre	8
	Les confidences érotiques …	Horreur	15
Vendredi	La méthode 0	Policier	9
	Tentations	Science fiction	7
		Thriller	10
		Western	9
		Total	160

Semaine du 16 au 22 Avril 2005

Jours	Films
Samedi	Le pont de Remagen
	Sniper
Dimanche	Luke la main froide
	Outrages
Lundi	Le Fan
	Le cavalier du diable
Mardi	Absolom 2022
	3 garçons 1 fille 3 possibilités
Mercredi	La fille de l'air
Jeudi	Vampires
	Passion dévorante
Vendredi	Nico
	Aphrodite

Semaine du 23 au 29 Avril 2005

Jours	Films
Samedi	Banquero
	Luke la main froide
Dimanche	Papa est un fantôme
	Massacre à la tronçonneuse 4
Lundi	Full Metal Jacket
	La reine des vampires
Mardi	Mister Jones
	Vampires

Mercredi	La cage aux folles 3
Jeudi	La jour de la fin du monde
	Joy à Moscou
Vendredi	Président, vous avez dit président
	Fantasmes en tout genre

Semaine du 30 avril au 06 Mai 2005

Jours	**Films**
Samedi	La 7ème aube
	Le masque de la vengeance
Dimanche	contre-attaque
	La nuit déchirée
Lundi	Il était une fois la révolution
	Absolom 2022
Mardi	Mortal kombat
	Nico
Mercredi	Mystic Pizza
Jeudi	Harley davidson et l'homme aux santiagues
	Aphrodite
Vendredi	Vengeance aveugle
	Corps sublimes

Semaine du 15 au 21 mai 2006

Jours	**Films**
Samedi	Le gang des frères James
	Dans les griffes du dragon rouge
Dimanche	Red Corner
	La reine des vampires
Lundi	Harley Davidson et l'homme aux santiags
Mardi	Le solitaire de Fort Humboldt
	Le dernier dragon
Mercredi	Madeline
	Le proviseur
Jeudi	Cadence
	Songe d'une nuit d'été
Vendredi	Soldier's story
	Les beautés orientales

Semaine du 29 juillet au 4 août 2006

Jours	**Films**
Samedi	Les aventures du capitaine Wyatt
	Gator
Dimanche	Airport 80
	Les naufragés du 747

Lundi	La maitresse du lieutenant français
	Jeu d'enfant
Mardi	Une créature de rêve
Mercredi	La tentation de Vénus
	séduction à l'irlandaise
	Charlie Chan et la malédictionde
Jeudi	la reine dragon
Vendredi	Meurte à Hollywwod
	Jeux d'influence

Semaine du 21 au 27 octobre 2006

Jours	**Films**
Samedi	Le commando de sa majesté
	Crash
Dimanche	Postman
	Body snatchers
Lundi	Menace Toxique
	Carrie
Mardi	Sorcières
	Cobra
Mercredi	Un ange pour tess
	Relic
Jeudi	Dragon l'histoire de bruce lee
	Opération crossbow
Vendredi	Sex house

Semaine du 04 au 10 novembre 2006

Jours	**Films**
Samedi	Un pont trop loin
	Body snatcher
Dimanche	Sniper
	Critters
Lundi	Mort subite
	Poltergeist III
Mardi	Rencontre avec Joe Black
Mercredi	Drôles de fantômes
	Wanted recherché mort ou vif
Jeudi	Suspicion
Vendredi	Brubaker
	Tel est pris

Semaine du 10 au 16 février

Jours	**Films**
Samedi	C. Colomb
	Le retour des morts vivants
	Michael
Dimanche	Bound

	Fargo
Lundi	Ls pilleurs
	Dangereuse alliance
Mardi	Sœurs de glace
	Un monde pour nous
Mercredi	Jonny Mnémonic
	Piégé
Jeudi	Le ciel peut attendre
	Strike
Vendredi	Dieu seul me voit

Semaine du 17 au 23 février

Jours	**Films**
Samedi	L'aube rouge
	Fear
Dimanche	American warrior
	Le retour des morts vivants
Lundi	Air force Bat 21
	Jonny Mnémonic
Mardi	Les sorcières d'eastwick
	Rétrocation
Mercredi	petits mensonges entre frères
	Alliance finale
Jeudi	La guerre des Rose
Vendredi	Les pilleurs
	Mariages mortels

Semaine du 3-9 mars 2007

Jours	**Films**
Samedi	La bataille des ardennes
	Le gang des frères James
Dimanche	Rocky III
	Fist
Lundi	Nico
	Hellaraiser 3
mardi	La main qui tue
	Menace toxique
Mercredi	C'est ça l'amour
	Le triangle maudit
jeudi	Rob Roy
Vendredi	traces de sang
	Les confidences de sandraErotique

Semaine du 10-16 mars 2007

Jours	**Films**
Samedi	Nevada smith
	Nico
Dimanche	Postman

	Le couvent
Lundi	Abyss
	La main qui tue
Mardi	Rocky 4
	Rocky 5
Mercredi	Ma vie est une comédie
	Audrey
Jeudi	Balance maman hors du train
Vendredi	L'ange du désir
	Les demoiselles du pensionnat

Semaine du 17-23 mars 2007

Jours	**Films**
Samedi	La bataille de san sebastien
	Hellraiser 3
Dimanche	Strip Tease
	L'étoile du mal
Lundi	Force One
	candyman 3
Mardi	L'aventure intérieure
	Un justicier dans la ville
Mercredi	La dernière danse
	L'ange du désir
Jeudi	délit d'innocence
Vendredi	mr Quigley L'australien
	emmanuelle

Résumé de la thèse :

Débutée en 2002, ma thèse soutient l'intérêt, dans une optique compréhensive, d'une observation localisée de la pratique cinématographique, en total contre-point des études nationales (type C.N.C.) qui séparent publics et films ou des théories du cinéma d'inspiration sémiologique qui négligent l'ancrage social de l'expérience cinématographique. Le plébiscite accordé aux films de divertissement au box office du multiplexe de Longwy (54), célèbre ville ouvrière du Nord Est de la France, semble moins résulter de préférences absolues que de pratiques différenciées en matière de consommation cinématographique. Mes enquêtes statistiques (270 questionnaires) et qualitatives (70 entretiens avec des spectateurs et 10 avec des professionnels de la ville) et mes observations des pratiques des spectateurs (sorties cinéma et consommation à domicile) témoignent d'une profusion des genres de films, de supports de visionnage et de modes d'attention aux films. Cette hétérogénéité des pratiques du spectateur révèle des plaisirs différenciés du cinéma (« voir un film au cinéma, c'est pas pareil que voir un film à la maison ») et l'importance du mode de vie typiquement local (la ville est une ville dortoir où les gens sortent très peu en semaine et travaillent à Luxembourg-ville à 50 km). La vitalité de la sociabilité locale qui se noue autour des films, de même que le contact répété avec ces derniers met en lumière et stimule une capacité d'expertise de la part du spectateur « ordinaire ». Ces résultats me semblent ainsi valider l'intérêt d'une observation localisée, seule en mesure de restituer à la fois la richesse de l'expérience cinématographique du spectateur et ses déterminants. Elle appelle, je l'espère, d'autres études du même genre.

Mots- clés : Socio-économie, Consommation culturelle, Expertise culturelle, Pratiques culturelles, Publics, marché cinématographique, Goût, Sociabilité.