

Fonction sociale du cinéma

Jacques Cousineau, S.J.

Numéro 26, octobre 1961

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/52051ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Cousineau, J. (1961). Fonction sociale du cinéma. *Séquences*, (26), 2-3.

Fonction sociale du cinéma

Une réflexion sur le cinéma ne saurait être valable si elle ne nous amène pas à reconnaître la part considérable prise par le spectateur dans la création artistique elle-même. Aucun autre mode d'expression ne met autant en évidence l'étroite relation entre le créateur-producteur et les consommateurs. Aussi la connaissance du cinéma, le grand art industriel des temps modernes, implique-t-elle à tout le moins une sociologie de son public.

Le public de cinéma

Ce public immense, — de douze à treize milliards de personnes par an — consommateur d'images animées, nous est d'ailleurs très mal connu.

On peut cependant, de l'ensemble des enquêtes, statistiques et analyses effectuées jusqu'à ce jour, dégager quelques tendances importantes des goûts du public. Ce public a, en matière de sujets, un goût remarquablement constant, tant dans l'espace que dans le temps. En général, le public s'intéresse aux films distrayants, qui permettent de sortir de soi-même. Mais il y a des genres qui plaisent plus que d'autres, comme les westerns et les comédies musicales. On a constaté, en plus, contrairement à l'opinion assez répandue, que "les spectateurs s'intéressaient davantage à ce qu'ils connaissent qu'à ce qu'ils ignorent, davantage à ce qui leur est proche qu'à ce qui est lointain, davantage à ce qui leur ressemble, qu'à ce qui diffère d'eux" (Raphaël Deherbe). Ce qui n'empêche pas l'inédit ou le neuf d'obtenir parfois du succès, ni la réédition de quelques films anciens d'attirer beaucoup de monde.

D'ailleurs la notion même de public de cinéma est à réviser. Les producteurs croient s'adresser aux masses ; il s'agit plutôt d'une collection de publics aux niveaux culturels différents, en un mot, de publics hétérogènes, dont il faut satisfaire l'un ou l'autre plutôt que le public potentiel total. Le gros public, comme on dit, s'intéresse aux films spectaculaires, à super-budgets, projetés pour une durée de plus en plus longue, sur des écrans de plus en plus panoramiques et destinés à lutter contre l'emprise de la télévision ; mais n'a-t-on pas remarqué l'apparition récente, aux Etats-Unis comme en France et ailleurs, de films à petits budgets, lancés par de nouvelles compagnies indépendantes ? Ils portent sur des sujets moins populaires et qui rejoignent un public enthousiaste de plus en plus nombreux.

La spécialisation des publics de cinéma s'accomplit indépendamment de l'évolution historique de la

fréquentation cinématographique, phénomène sur lequel des enquêtes nous ont fourni d'abondantes données et dont on pourrait montrer les variations selon les structures sociales, le revenu, l'instruction et surtout l'âge, si l'espace le permettait.

Cette spécialisation, si elle constitue comme un arrêt dans la triple dégradation souvent observée chez les consommateurs de film — dégradation de la communauté en masse, du spectateur en usager et du film en cinéma —, n'empêche pas la fonction sociale de s'exercer sous son double aspect : moyen d'expression collective, il donne une image de la société où la masse se reconnaît ; moyen de propagande, il modèle le comportement de la masse et lui impose des valeurs.

Cinéma, miroir de la société

Lors du premier stage national du cinéma, tenu à l'Estérel en 1959, M. Martin Dworkin avait développé une thèse passionnante, à savoir que dans les pays de liberté, le cinéma, en raison de sa base industrielle, est une projection de l'imagination populaire. A ses yeux, les films de qualité médiocre qui obtiennent du succès révèlent très bien l'opération inconsciente de cette imagination. Aussi le cinéma lui semblait-il une façon symbolique de montrer le monde.

Une analyse exacte et minutieuse avait suivi, des tendances majeures du cinéma américain d'après guerre, quant au contenu. M. Dworkin notait d'abord la coloration psychanalytique de toutes les solutions du problème social, évidente à peu près partout, dans *The Snake Pit*, *Cross fire*, *Home of the Brave*, *Blackboard Jungle*, *Compulsion*, et même dans la série inspirée par la télévision, *Marty*, *Twelve Angry Men*, *No Down Payment*, *The Bachelor Party*. Il y eut aussi le débat prolongé et sérieux sur la violence ; ce problème, qu'une démocratie ne pouvait manquer de se poser, s'est exprimé en termes significatifs et parfois chrétiens dans *The Desperate Hours*, *High Noon*, *Shane*, *Bad Day at Black Rock*, *Friendly Persuasion*.

Enfin, la recherche du lien social entre les Américains accapara les esprits et remplit l'écran. Qu'il suffise de mentionner le problème de la loyauté, posé dans *The Invasion of the Body Snatchers* ou *The Caine Mutiny*, celui de l'unité de la nation, posé par les nombreux films sur la Guerre civile ou le Sud, comme *Baby Doll*, enfin celui de l'intégration raciale, sans cesse repris depuis *Gentleman's Agreement* et *Intruder in the Dust* jusqu'à *The Defiant Ones* et *A Raisin in the Sun*.

Comment ne pas voir que les films constituent d'authentiques documents psychologiques qui témoignent du désarroi de la conscience contemporaine ! Angoisse existentielle de ceux qui remettent toutes les valeurs en question, dissolution des mœurs liée à l'affaiblissement de l'éducation morale, scandale devant la misère de la condition humaine mieux connue, peur universelle et tragique devant le nouveau pouvoir humain de destruction nucléaire, enfin besoin du sacré qui donne une plénitude à la vie, tous ces sentiments qui soulèvent l'humanité à la recherche de son équilibre se reflètent dans des films contemporains.

Peut-on dire que le cinéma fonctionne comme une psychanalyse de la collectivité ? On a répondu qu'il en était une, mais non dirigée et non contrôlée. "Il peut être sublimation, mais il peut être actualisation et renforcement des impulsions et des désirs. Il peut être remède et il peut être poison". Tout dépend des éléments objectifs du film, de la capacité de l'usager et de la conjoncture historique. L'étude de ces conditions doit se faire, mais elle viendra mieux plus tard.

les spectateurs s'intéressent davantage à ce qui leur ressemble qu'à ce qui diffère d'eux...
The Apartment de Billy Wilder



L'influence du cinéma

Le cinéma c'est un art de l'image, de cette image qui est essentielle à notre activité psychologique ; mais au cinéma le mouvement donne aux images vie et force de percussion. Quand la musique s'y ajoute, et le rythme en particulier, dont on ne saurait nier l'effet de ralentissement sur la réflexion critique et la maîtrise de soi, l'animation de l'écran rejoint vite les profondeurs de l'âme. Les conditions physiques de réception : atmosphère de confort, obscurité des salles qui donne aux zones lumineuses concentrées une puissance accrue de pénétration ; les conditions morales aussi : solidarité diffuse entre les spectateurs, réaction communautaire en certains cinémas de quartier, aident à organiser la non-résistance à l'envoûtement qui vient du rayonnement de la vedette. Les psychologues ont observé depuis longtemps que le cinéma, "négligeant les facultés de logique et de raisonnement de l'individu, s'attaque au subconscient, réveille l'instinct, provoque des sensations, crée des tendances" (Gedda).

Cet instrument formidable de pénétration psychologique peut avoir sur le comportement général de la jeunesse et des masses une profonde influence. Qui niera sa répercussion sur la crise morale des classes populaires, sur la précocité de la maturation sexuelle, ou la délinquance juvénile ? Pour tous ceux qui sont en train d'évoluer et de mûrir ou sont aux prises avec les difficultés de la vie quotidienne, le cinéma peut devenir divertissement au sens pascalien, évasion des tâches nécessaires, mirage ou opium.

Le problème du cinéma concerne donc le salut même de la civilisation de l'image, ou audio-visuelle, qui commence. Les vraies révolutions humaines proviennent des découvertes dans les moyens d'expression. Le langage suggestif de l'image, universel, à la portée de tous, mais non encore maîtrisé, est devenu l'instrument d'accès à une ère nouvelle, son signe distinctif. Psychologie des profondeurs, solidarité des masses, pensée planétaire, sens de l'universel, autant de phénomènes concomitants de la civilisation audio-visuelle.

Devant ce fait sociologique d'une telle dimension, entraînant des modifications aussi profondes dans les structures des relations entre les hommes et de la vie psychologique et morale de l'homme lui-même, que fait la société ? Nous le verrons au cours de l'année.

Jacques Cousineau, S.J.