

24 images

24 iMAGES

Éloge du spectateur hors la loi

Marie-Claude Loiselle

Number 162, June–July 2013

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/69332ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Loiselle, M.-C. (2013). Éloge du spectateur hors la loi. *24 images*, (162), 44–46.

Éloge du spectateur hors la loi

par Marie-Claude Loiselle



Image tirée de *La Fin de Saint-Petersbourg* (1927) de Vsevolod Poudovkine

N'est-il pas un peu surprenant qu'autant de journalistes, de commentateurs, de propriétaires de salles, de présidents d'institutions se soient montrés ces derniers mois soudainement surpris et désolés de l'apathie du public, de la difficulté de l'attirer vers les salles? Bien sûr qu'au premier regard les causes de cette désertion, fort nombreuses, forment des combinaisons inextricables et imprévisibles qui échappent à toute déduction sommaire. Mais plutôt que de provoquer un choc salutaire, l'étiollement du désir des spectateurs face au cinéma en salle (qu'il soit québécois ou non) n'a donné lieu qu'à des explications et à des hypothèses qui, le plus souvent, n'ont fait qu'écran aux causes premières de cette désaffection, recouvrant du coup une autre réalité beaucoup plus préoccupante encore que ce que l'on perçoit d'emblée.

Ce qui surtout est effarant en fait, c'est la capacité prodigieuse et illimitée qu'ont ces gens surpris et désolés de raisonner toujours à l'intérieur du même cadre et de rester coûte que coûte dans les mêmes ornières, quitte à perpétuer le désastre. Spéculant sur les causes, ils demeurent asservis à la recherche de résultats immédiats qui les font guetter, trimestre après trimestre, les performances des entrées aux guichets comme d'autres le font des indices boursiers. Qu'ils soient soucieux de la pérennité de leur entreprise, cela s'entend, mais il n'y a pas que ça...

Et si l'on sortait du cadre fixé par ceux qui considèrent le cinéma comme un malade qu'il faudrait soigner dans l'espoir de le rendre plus séduisant et que l'on posait autrement la question du spectateur? Non pas: «Comment le faire revenir dans les salles?» mais plutôt: «Qu'est-ce qu'on a fait de lui?» Alors qu'on le relègue à son seul pouvoir de «faire masse» pour occuper les salles – ce fameux *taux d'occupation* qui transforme les spectateurs en données chiffrables et abstraites –, peut-on vraiment s'étonner d'en arriver à un désengagement affectif de sa part? Le mal sournois qu'installe cette dévalorisation systémique du spectateur par une façon de le réduire non seulement au *public*, mais aussi de réduire ce public à sa capacité de former une affluence *massive*, est incommensurable. Le spectateur, en tant qu'être singulier au sein d'une multitude, a ainsi disparu, soit évadé dans les interstices que lui laissent les autres modes de découverte des œuvres grâce auxquels il se soustrait à l'injonction de se masser aux guichets, ou sinon avalé par l'expansion sans borne d'un populisme qui ne cherche qu'à attiser les «envies» instantanées d'un public-consommateur (comme on le fait des électeurs) au moyen de procédés industriels de captation des masses. Bien que constamment courtisé, le spectateur est cette figure cavalièrement éjectée des visées conquérantes du cinéma qui, en *ciblant* un public, ne fonctionnent plus que sur le

principe de l'attroupement et de l'unification des foules. Faut-il s'étonner que, transformé en (public) *cible*, pris comme objet d'un véritable massacre collectif, le spectateur se cache?

Mais plus que cela encore, dans la guerre qui est menée pour canaliser l'attention, ce système de communication en arrive à une véritable *prise en charge* des individus et de leur temps – ce «temps de cerveau disponible», selon la formule sinistrement célèbre de l'ex-pdg de la chaîne française TF1. Prendre en charge le consommateur potentiel qu'est devenu chaque individu pour le *décharger* de tout «temps mort» en lui proposant une pléthore d'occupations, de distractions, de «passe-temps», dont font partie les «produits» culturels, au même titre que le sport ou la rénovation domiciliaire. Dans ce dispositif d'encadrement quotidien, l'armada de commentateurs dont les médias disposent apparaît comme la courroie de transmission privilégiée entre offre culturelle et public-consommateurs. À une époque où la critique est devenue une pratique frelatée, éjectée elle aussi de la place publique en même temps que le spectateur, cette fonction de relais a clairement perdu sa belle ambition de «passeur» telle que défendue par Serge Daney. Loin de renforcer la relation entre œuvres et spectateurs, de favoriser leur rencontre – avec tout ce que cela comporte d'amour et de heurts –, les opinions culturelles qui se répandent partout, sur

toutes les tribunes possibles, ont plutôt pour fonction d'acheminer le consommateur vers le *bon produit* de façon à ce que chacun sache bien à l'avance ce qu'il va voir et entendre. Non seulement elles participent, de concert avec ce qu'il est désormais convenu d'appeler leurs « partenaires » de l'industrie, à capter l'attention du plus grand nombre en créant l'événement, les « buzz », mais aussi tous les « produits socialement obligatoires » (Bergala) qui mobilisent les foules par *devoir culturel* (cette année *De rouille et d'os* ou *Amour*, par exemple), laissant 95 % des autres productions sans « public ». La logique de masse ne sévit donc pas que pour les films dits commerciaux mais a étendu son emprise sur l'ensemble de la production cinématographique au point de venir broyer les œuvres qui ne sont pas destinées à rassembler les foules.

CHASSER LES IDÉES PAR L'OPINION

Dans ce contexte, tout ce qui est susceptible d'attiser les dissensions, les divisions se trouvent désamorcées. On peut ne pas aimer un film, une pièce de théâtre, un livre, mais ce qui importe c'est que l'opinion reste circonscrite dans les limites de ce qui ne porte pas à conséquence. Les coups d'éclat et les formules fracassantes sont certes bienvenus : cela ajoute du piquant, de la couleur, en autant qu'ils se contentent de mettre en valeur celui qui en fait usage sans provoquer de vagues. Même divergentes, les opinions ne bousculent rien, ne laissent pas de traces, ne sollicitent aucunement l'engagement de celui à qui elles s'adressent. Tandis que les idées fatiguent. Quelqu'un qui en défend, avec conviction, avec force et engagement, qui se bat pour elles, même avec des mots, n'a pas sa place dans la logique communicationnelle. Mais si les idées fatiguent, c'est à défaut de pouvoir encore *infliger des blessures*, dans un monde blindé contre tout ce qui pourrait jeter le trouble ou qui aspire à le transformer. Peut-on encore croire, comme Heiner Müller, en RDA il y a 25 ans, que « tant qu'il y a des idées, il y a des blessures » ?¹ Les idées aujourd'hui sont devenues des armes sans munitions. On les considère avec méfiance, mais avant tout parce qu'elles exacerbent les antagonismes et défient la tyrannie du plus grand nombre. Les idées divisent, les opinions, elles, rassemblent, rassurent... et les choses peuvent continuer comme elles vont.

L'opinion est en fait une prodigieuse fabrique à consensus. Elle active continuellement

un système de reconnaissance mutuelle au sein de vastes groupes qui normalise les goûts, les comportements, les façons de sentir et de percevoir les choses. Nulle place pour le spectateur qui n'aspire pas à être dirigé vers la voie commune dans cet empire hégémonique qui, tout en promouvant le culte de l'individu, produit toujours plus de conformisme et de molle soumission. Et c'est là le paradoxe d'une société qui, tout en nourrissant une peur du pouvoir de la multitude toujours susceptible de se retourner contre elle, ne fonctionne plus que selon la logique du troupeau que l'on mène en cherchant à le garder groupé, mais bien sûr exclusivement autour des mêmes

N'est-il pas plutôt rassurant finalement qu'un nombre considérable de spectateurs récalcitrants fassent le geste, de façon consciente ou non, de se dépendre de ce carcan normatif pour chercher hors des cadres, hors des lieux publics « formatés » et dépersonnalisés un espace de liberté qui leur appartient en propre ?

« envies », des mêmes divertissements, des mêmes centres d'intérêt, des mêmes préoccupations de bien-être, de confort, de retraite bien planifiée et de vie bien gérée. Mais il n'y a pas en vérité de paradoxe dans la mesure où ce qui importe justement, c'est de parvenir à canaliser efficacement l'attention et l'énergie de cette multitude.

LA DIVERSITÉ CONSENSUELLE

C'est ainsi que sous la défense du concept passe-partout de *diversité* qui s'est insinué dans toute la société – jusqu'à produire cette cause chic de « diversité culturelle » et être adopté au sein même des institutions qui subventionnent notre cinéma, devenues chantres de la soi-disant pluralité des styles, des genres, des moyens – se cache un procédé mille fois plus puissant d'expulsion de la place publique de tout ce qui, n'étant pas conforme à la norme, échappe à cet idéal de rassemblement des masses. En deux mots, promouvoir une grande diversité d'œuvres *acceptables* répondant à des standards établis. Et c'est bien ce que l'on constate : non pas la disparition pure et simple de ce qui est inclassable, irrécupérable, de toute proposition,

œuvre, idée susceptible de perturber le ronron sans fin des productions culturelles prêtes-à-oublier, puisqu'on voit bien que les marges n'ont jamais été aussi larges et fécondes, mais plutôt leur repli vers des espaces dispersés et sans cesse moins exposés, de plus en plus confidentiels – entraînant vers eux tous ces spectateurs qui aspirent à des expériences non programmées.

Même si l'on sait bien que l'assujettissement des masses s'exerce jusque dans la sphère privée, les espaces parallèles plus ou moins « marginaux » qui ont pris leur essor depuis quelques années, tout comme le fait de pouvoir se faire chez soi sa propre programmation, permettent bien souvent de se soustraire aux expériences encadrées, tout comme à un discours, à une pensée qui soit autre chose qu'un service de gestion du temps (que l'on ne doit pas perdre) offert à une *clientèle*, mais aussi un service de *gestion de risques*. N'est-il pas plutôt rassurant finalement qu'un nombre considérable de spectateurs récalcitrants fassent le geste, de façon consciente ou non, de se dépendre de ce carcan normatif pour chercher hors des cadres, hors des lieux publics « formatés » et dépersonnalisés un espace de liberté qui leur appartient en propre ? Comme le fait remarquer Bernard Stiegler², « dans une société *hyperindustrielle* [comme la nôtre], toutes les formes de la vie humaine sont devenues des objets de rationalisation, d'investissement et de création d'entreprises économiques de *services* », et le spectateur, pas plus que la culture en général, n'échappe à cette visée. L'économie de service détruit le jeu social, dit-il, en prenant en charge le consommateur (spectateur) et en promouvant des modèles de comportement – modèles qui sont le plus souvent déjà intégrés et dictés par les schèmes de création eux-mêmes.

Ce qu'il faut voir, c'est qu'il n'y a pas que les commentaires encadrant le champ de la culture qui s'offrent comme un service à une clientèle, mais toute production artistique qui se trouve asservie à cette fonction. Une fois exposée dans le grand buffet ouvert de l'offre culturelle, elle devient, plus encore qu'un strict divertissement dénué de finalité, une sorte de service « sanitaire » : elle doit délasser, nous changer les idées, *faire du bien* (pensons à cette appellation de *feel good movie*, si parfaitement en accord avec son époque, tout comme celle de *confort food*). Et combien de dispositifs d'accroissement de la sécurité et du bien-être à tout prix ont été mis au point

qui s'inscrivent tout à fait dans la logique de ce qu'Alain Brossat appelle les « processus d'immunisation » et d'« insensibilisation anesthésique »³ à l'œuvre dans nos sociétés ? Pour faire face à toutes les menaces potentielles qui pèsent sur l'homme aujourd'hui (attaques terroristes, épidémies, etc.) ont été développés un nombre incalculable de systèmes de surveillance et de façons de nous mettre à l'abri tout comme d'éloigner la douleur, d'insensibiliser (analgésique, calmants, psychotropes, somnifères, antidépresseurs), qui relèvent tout à fait de cette « gestion tranquillisante du corps social » ; gestion à laquelle participe l'expansion sans fin des industries liées à la culture. De façon générale, le cinéma, la littérature, le théâtre, la musique et tous les commentaires qu'ils engendrent créent une sorte d'enveloppe sécurisante qui vise à reconforter tout autant qu'à conforter l'ordre des choses et, finalement... à accepter l'inacceptable qui, chaque jour, nous saute au visage. Elle nous désengage de tout : du monde, de l'amour, de la politique, et fait de l'individu contemporain un spectateur impassible, exactement de la même façon devant un film ou devant le monde.

Dans cette volonté de nous mettre sans cesse en garde contre ce qui pourrait nous ébranler, nous heurter, infliger des blessures, le niveau de risque auquel nous exposent les œuvres est lui aussi mesuré, contrôlé jusqu'à neutraliser toute possibilité de choc brutal avec elles ; jusqu'à étouffer ce qui pourrait brûler de force émancipatrice ou subversive

dans la matière vivante de celles-ci. À force d'éteindre ce qui est trop explosif, trop vif ou discordant, et de faire du bien-être une obsession collective, ne reste plus qu'un rapport au monde et à la vie de basse intensité, modéré et affadi, un grand bain consensuel tiède hautement démobilisateur dans lequel se trouve immergée toute une société engourdie et indifférente. Et c'est dans ce paysage qu'erre, désespéré, le spectateur aujourd'hui.

L'AMOUR, LE DÉSIR, L'ART

Comment ne pas voir que cette obsession qui pousse à fuir l'inconfort autant que la douleur, l'inattendu autant que les expériences les plus déroutantes ou les chocs les plus vifs, porte paradoxalement en elle une puissante force morbide : elle ne cesse d'étouffer le vivant, de s'en emparer pour le réduire à une ombre, à son spectre inoffensif, rendant impossible toute rencontre foudroyante. Si Alain Badiou voit une correspondance évidente entre la guerre « zéro mort » prônée par la propagande américaine et l'amour « zéro risque »⁴, le même lien existe entre cette mise à distance préventive de l'autre dans une société qui abhorre toute relation non gérée et « non protégée » et la mise à distance de toute expérience artistique. Sans attention passionnée à ce qui est autre que soi afin de le faire exister *avec* soi, il n'y a pas de rencontre, pas d'expérience profonde de l'altérité. Si l'amour ne va pas sans engagement, le lien avec une œuvre ne peut non

plus se créer sans une semblable implication de soi. Le spectateur n'est pas un pur destinataire, il doit *s'engager* dans l'expérience d'un film, d'une pièce, d'un livre, d'une toile pour que la rencontre ait lieu. Et cela ne va pas sans risque, sans consentir à s'exposer à l'inattendu et à l'indéterminé. En cette époque où le désir est en ruine, transformé en « listes envies » ou réduit à n'être plus que pulsion par le pouvoir monstrueux du marché de la consommation, sa destruction, plus que de faire place uniquement à une morne désaffection, conduit tout droit à la barbarie. Il nous faut réinventer l'amour, « réinventer le risque et l'aventure, contre la sécurité et le confort », nous dit Badiou, car sans ces puissances vitales l'individu contemporain est condamné à être seul avec ce qui le détruit, et détruit le monde avec lui. L'amour est ce qui résiste à tout ordre et à la puissance de la loi, et c'est bien en cela que pour les surréalistes sa réinvention est profondément liée à la puissance intensive du geste artistique. L'un comme l'autre sont des expériences hors la loi, ils déploient une véritable force anarchique et sauvage. C'est pourquoi « seul l'art restitue la dimension sensible de ce que sont une rencontre, un soulèvement, une émeute. » Et seul le spectateur qui face à l'art sait échapper, dans un semblable geste de déprise et d'émancipation, à cette humanité domestiquée, gouvernée, encadrée peut encore éprouver ce que c'est que l'expérience mystérieuse d'aller à la rencontre d'une œuvre dans ce qu'elle a d'unique : cette œuvre qui, par sa singularité même, réfléchit et accroît la singularité de celui qui la regarde.

Malgré tout ce qui tend à refouler le spectateur vers la masse, il n'a bien sûr pas disparu : il est devenu hors la loi. Il existe toujours dans tous ces lieux clandestins, là où il sait que « l'art, la politique, l'amour et l'amitié peuvent, dans leur radicalité, encore réenchanter notre quotidien »⁵. Non pas réenchanter l'art ou le cinéma, qui ont à affronter l'obscurité de notre temps, mais bien réenchanter la vie qui rend possible un autre cinéma, et un autre spectateur. ■



VIVRE SA VIE (1962) de Jean-Luc Godard. Une attention passionnée, une rencontre...

1. « Murs », dans *Erreurs choisies*, Paris, L'Arche, 1988, p. 76.
2. Bernard Stiegler et Ars Industrialis, *Réenchanter le monde. La valeur esprit contre le populisme industriel*, Flammarion, 2006.
3. *La démocratie immunitaire*, La Dispute, 2003.
4. Alain Badiou avec Nicolas Truong, *Éloge de l'amour*, Flammarion, 2009.
5. Nicolas Truong dans la présentation du *Projet luciole* (théâtre philosophique).