

Aurélie Pinto
Philippe Mary

Sociologie du cinéma



La Découverte

Table des matières

Introduction	3
I L'espace du cinéma français	
<hr/>	
L'émergence d'une structure dualiste	9
Naissance du cinéma et émergence d'un art, 10	
Le cinéma des professionnels, 11	
La révolution symbolique du cinéma d'auteur, 12	
Administration de la qualité, 13	
Réussite économique et reconnaissance artistique	14
La réussite économique, 14	
□ Encadré : <i>La saga Astérix, des films « commerciaux » ?</i> 16	
La réussite symbolique, 17	
□ Encadré : <i>Jean-Luc Godard, sociologie d'un « génie du cinéma »</i> , 19	
L'espace de la création cinématographique	20
Pour une définition non essentialiste des pôles, 21	
Continuité des positions et possibilité de circulations, 22	
La distribution des ressources, 23	
□ Encadré : <i>Une représentation graphique du cinéma français</i> , 26	
La « politique » des auteurs, 28	
Les frontières du cinéma français :	
la télévision, Internet et l'international	28
Grand et petit écrans, 29	
Le « cinéma français » : une certaine vision du cinéma, 30	

II Les publics du cinéma : lieux, goûts et pratiques

La différenciation des salles de cinéma	31
Labelliser la « qualité » : l'ajustement problématique des œuvres et des publics, 32	
Un « brouillage des frontières » ?	
Circuits, multiplexes et salles Art et Essai, 33	
Une dualisation croissante des lieux, 34	
□ Encadré : <i>Le classement Art et Essai</i> , 35	
Le travail des intermédiaires, 35	
La consommation des films. Qui va au cinéma ?	36
Segmentation sociale des publics des salles de cinéma, 37	
□ Encadré : <i>Indicateurs utilisés par le CNC et sources sur les publics du cinéma</i> , 39	
Le cinéma à la télévision, 40	
La stratification sociale des goûts.	
Qui aime quels films ?	40
Le modèle de la distinction :	
l'espace des préférences cinématographiques, 41	
□ Encadré : <i>Le genre et les genres</i> , 44	
Approches critiques, 45	

III Travail et professions cinématographiques

Un milieu professionnel hiérarchisé et genré	52
Travail cinématographique et luttes de pouvoir, 52	
□ Encadré : <i>Qui crée ? Droit d'auteur versus copyright</i> , 53	
La population cinématographique, 55	
Les trois cercles du cinéma français, 55	
Le cinéma, un monde masculin ? 58	
« Faire carrière » dans le cinéma	59
Recrutement social, 59	
Entrer dans le métier, 60	
□ Encadré : <i>La Fémis, école du cinéma</i> , 61	
Des investissements différés, 62	
« Survivre » au premier film, 62	
Une féminisation paradoxale, 64	
La fabrication d'un film : un processus social	65
Projets, équipes et appariements, 65	
Écriture et développement, 67	
Préparation et tournage, 68	
Mise en scène et actorat, 72	
Postproduction, 75	
Diffusion, 76	

Le gouvernement du cinéma	78
Administrer par missions et commissions, 79	
Le pouvoir cinématographique, 79	

IV Le cinéma et le sens du réel social

Le regard sociologique des cinéastes	82
Filmer les milieux populaires : le social vu par les auteurs, 82	
Deux regards sociologiques et quelques représentations idéologiques, 84	
□ Encadré : Le Goût des autres : <i>une sociologie cinématographique de la distinction</i> , 86	
Les films comme enquêtes, 89	
La sociologie visuelle, 92	
L'analyse sociologique des films	94
Microcosme cinématographique et cosmologies culturelles, 95	
□ Encadré : <i>Socioanalyse d'un mouvement de caméra : Rohmer et le travelling</i> , 98	
L'analyse sociologique du sens du réel social, 99	
Désenchanter le cinéma ? 100	
□ Encadré : <i>Frederick Wiseman ne fait pas de sociologie</i> , 101	

Conclusion	105
-------------------	-----

Repères bibliographiques	109
---------------------------------	-----