Culture visuelle et christianisme : de l'image religieuse au cinéma

Katerina Seraïdari

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/assr/27267>
DOI : 10.4000/assr.27267
ISSN : 1777-5825

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2015
Pagination : 217-231
ISBN : 978-2-7132-2515-4
ISSN : 0335-5985

Référence électronique

Katerina Seraïdari, « Culture visuelle et christianisme : de l'image religieuse au cinéma », *Archives de sciences sociales des religions* [En ligne], 172 | octobre-décembre, mis en ligne le 26 avril 2018, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/assr/27267> ; DOI : 10.4000/assr.27267

Katerina Seraïdari

Culture visuelle et christianisme : de l'image religieuse au cinéma

À propos de :

LEVENTOPOULOS Mélisande, *Les catholiques et le cinéma. La construction d'un regard critique (France, 1895-1958)*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. « Histoire », 2014, 316 p. Index.

DUPONT Nathalie, *Between Hollywood and Godlywood. The case of Walden Media*, Bern, Peter Lang, 2015, 339 p. Index.

Véhicule d'un message religieux, outil pédagogique (en tant que « Bible des illettrés »), élément central du rite ou incarnation d'un personnage sacré, quel qu'en soit le statut assigné à l'image, celle-ci tient une grande place dans le catholicisme et l'orthodoxie. Le rapport à l'image que les confessions chrétiennes ont développé au cours des siècles (sous la forme des rêves, des visions et des apparitions, mais aussi à travers la peinture, la sculpture, la gravure, le théâtre et bien plus tard la photographie), a forgé leur « culture visuelle ». J.-C. Schmitt, qui utilise cette expression dans le titre de son livre de 2002, montre que c'est au moment où le fossé se creuse entre Orient et Occident, lors du schisme de 1054, que les attitudes à l'égard des images tendent à se rejoindre (J.-C. Schmitt, 2002, p. 75). L'importance attribuée aux statues et aux icônes, mais aussi l'attitude critique de la Réforme qui veut « dématérialiser » les pratiques religieuses, ont engendré des débats théologiques, des mouvements iconoclastes, des manifestations de ferveur populaire ou de condamnations d'un culte parfois jugé « superstitieux ». C'est la théologie néo-platonicienne du *transitus* qui nous permet de mieux comprendre la manière dont les images chrétiennes ont été traitées depuis la fin de l'Antiquité. Elle a été développée autour d'une idée assez simple : on peut atteindre les réalités invisibles au moyen de choses sensibles, voire matérielles.

Cette culture visuelle, qui traite la matière comme un éclat de l'invisible, a traversé les siècles avant d'être confrontée à l'arrivée de ce support inédit qu'est l'image animée. Les ouvrages de M. Leventopoulos et de N. Dupont que je discuterai ici nous montrent comment le cinéma redéfinit le rapport des chrétiens à l'image aux XX^e et XXI^e siècles. Même si ces études sont circonscrites d'un point

de vue géographique (la première se concentrant sur la France et la seconde sur les États-Unis) et ne placent pas la question de l'image au centre de leur analyse, leur juxtaposition révèle les défis que le cinéma pose aux Églises chrétiennes et à leurs fidèles. M. Leventopoulos examine comment les milieux catholiques français oscillent continuellement entre une cinéphilie et une « crispation iconique », qui atteint son point culminant dans les années 1980, avec la sortie de la *Dernière tentation du Christ* de Martin Scorsese en 1988 et les réactions houleuses qu'elle suscite (M. Leventopoulos, p. 15-16). De son côté, N. Dupont nous invite à réfléchir sur le fait que la plus grande industrie cinématographique a été développée dans un pays protestant, le protestantisme ayant cultivé un rapport à l'image différent des deux autres confessions chrétiennes¹ : Martin Luther dans son Grand Catéchisme considère que « Le Royaume de Dieu est un royaume de l'ouïe, non de la vue » (H. Belting, 1998, p. 626).

Mais commençons par la France. Aux débuts du xx^e siècle, la projection animée est légitimée dans les milieux catholiques par la métaphore de l'action de la lumière sur le monde qui rappelle la façon dont Dieu pénètre les substances et les corps : dès 1897-1898, la Bonne presse (fondée par l'ordre des Augustins de l'Assomption) commercialise un appareil de prise de vue et de projection cinématographique, et n'hésite pas à le baptiser « l'Immortel » (I. Saint-Martin, 2012, p. 8). En effet, c'est par son inscription dans les schémas cognitifs familiers du catholicisme que cette nouveauté technologique est apprivoisée. Car cette nouvelle forme de loisir suscite de la méfiance et des réflexes anti-modernistes, à cause de son soi-disant caractère criminogène et de son impact (supposé néfaste) sur la cohésion familiale : dans ce contexte, à un « cinéma chrétien à construire » s'oppose un « cinéma du diable, païen et corrupteur » (M. Leventopoulos, p. 34). En 1909, les projections du film *La Passion de Notre Seigneur Jésus-Christ*, qui attirent beaucoup de monde et consolident la position de ceux qui prônent l'efficacité apostolique du cinéma, soulèvent également des réactions, car filmer « la Passion équivaut pour certains à une profanation » (*ibid.*, p. 34-35). C. Vassas qui a étudié le théâtre de la *Passion* dans un certain nombre de localités françaises, nous rappelle que le septième art a donné dès le début une grande place aux *Passions*, à commencer par les frères Lumière en 1897 : de cette manière, le cinéma affirme « son lien avec les arts que sont le théâtre et la peinture » et « met au service du miraculeux chrétien – donc du *vrai* – son art d'illusion » (C. Vassas, 1989, p. 155, note 10).

Si, dans un premier temps, la projection des films a lieu dans les églises de l'Hexagone et si elle est souvent précédée par des prêches, la Sacrée Congrégation consistoriale mettra fin à cette pratique en décembre 1912 : le Saint-Siège interdit les projections dans les lieux consacrés, mais les encourage dans les salles de

1. La question du rapport entre les débuts du cinéma aux États-Unis et les tendances iconoclastes du protestantisme a été traitée par T. Lindvall (2007).

patronage. La même année apparaît le premier catalogue Gaumont des patronages proposant des films censurés par une équipe d'ecclésiastiques français (M. Leventopoulos, p. 39). Les choses se passent de manière similaire aux États-Unis, où la projection des films dans les églises devient vite une pratique courante qui permet aux enfants d'en apprendre plus sur la Bible et de faire des progrès en lecture grâce aux intertitres des films muets (N. Dupont, p. 14). Dans ce vaste pays où les statistiques de 1910 montrent que vingt-six millions de personnes vont au cinéma chaque semaine (*ibid.*, p. 21), les arguments soulignant la nécessité de contrecarrer cette ruée vers des lieux de divertissement suspects ne manquent pas : on considère que la projection d'un film pendant la messe dominicale incite les fidèles, qui seraient attirés par des salles de cinéma impies, à ne pas désertier l'église (*ibid.*, p. 15). Pourtant, dans les années 1920, les films sont progressivement bannis des lieux de culte américains, de crainte que l'image animée puisse s'avérer plus puissante que le Verbe et conduire à l'idolâtrie et l'iconolâtrie ; les pasteurs et les prêtres américains laissent le cinéma pour se tourner vers un autre média en pleine expansion (associé, par ailleurs, au « royaume de l'ouïe » que Luther voulait instaurer) : la radio (*ibid.*, p. 19). Certaines compagnies américaines, comme la *Biograph*, voient dans ce changement une possibilité pour les chrétiens de réinvestir certains lieux urbains : par leur présence massive, les fidèles peuvent transformer une salle de cinéma en église le temps d'un film, et cela est bien plus édifiant que de projeter des films dans des lieux saints. En Europe aussi, « les directeurs de salles comprennent le potentiel de respectabilité apporté par la projection de ces films religieux » (M. Barnier, 2011, p. 48-49).

C'est surtout dans l'évocation d'une fonction « utilitaire » du cinéma que le lien avec le rôle éducatif des images se fait. En France, l'abbé Loutil, écrivain et journaliste qui écrit sous le pseudonyme de Pierre l'Ermite et dont le livre *Comment j'ai tué mon enfant* a été adapté au cinéma avec beaucoup de succès en 1925-1926, parle de « la consécration du cinéma en tant que champ apostolique à part entière » et participe à la propagation de l'idée « d'un cinéma à la conquête des âmes ». Pour certains catholiques, le simple visionnement de ce film pourrait conduire à des conversions, transformant ainsi les cinémas des grands boulevards parisiens – ces lieux de débauche – en chemins menant à Dieu (M. Leventopoulos, p. 61 et 63). Dans les articles que Pierre l'Ermite publie par la suite, il met en relation, d'un côté, les appareils de projection et les canons ; et de l'autre côté, les films et les munitions (*ibid.*, p. 76) : dans cette guerre contre la déchristianisation et la sécularisation de la société française, où l'un des buts affichés est la reconquête du monde ouvrier, le cinéma devient un allié de taille pour l'Église.

Censure, jugements et expertise

Afin de modeler les goûts des consommateurs croyants, mais aussi des exploitants catholiques – l'arsenal catholique français est estimé à 1 500 salles à la fin de 1928 (M. Leventopoulos, p. 92) –, un système de cotation des films se développe progressivement. Celui-ci va de pair avec le découpage et la qualification du public des salles du cinéma : enfants seuls ou accompagnés, adolescents, « adolescents des internats et des œuvres », familles, « adultes avertis » ou « personnes formées et habituées au cinéma ». À chaque catégorie, ses films. Les Églises mettent ainsi en place des instruments de mesure de la qualité cinématographique (tant d'un point de vue moral qu'esthétique) et les utilisent comme des moyens de pression efficaces sur les distributeurs et les producteurs. En effet, les jugements émis par les « spécialistes » catholiques, mais aussi la disposition de ce public déterminent en partie la valeur financière d'un film. En fin de compte, c'est moins par la production des films « chrétiens » que par des jugements émis sur les différents films proposés au public que les Églises essaieront de préserver leur influence et leur rôle décisif dans la formation de la culture visuelle². L'allocution du Pape Pie XI à la Fédération internationale de la presse cinématographique en septembre 1934 est claire sur ce point : « Il ne s'agit pas de produire des films religieux et de les faire alterner avec des films libertins. C'est tout le cinéma, au contraire, qui doit être moral, moralisateur, éducateur » (cité par J. Deniel et M. Lagrée, 1985, p. 287, note 24). Si l'Église ne peut pas, par le travail créateur et la production cinématographique, occuper tout le terrain, il ne reste qu'une seule voie pour y parvenir : le travail critique et l'acquisition du statut d'expert.

Une première forme d'« expertise culturelle » sur les films (à recommander ou à éviter) voit le jour en France en 1912. Elle donne le droit aux évaluateurs de noter des coupures qu'il faudrait faire sur la pellicule. L'Office catholique international du cinématographe (OCIC) est créé en 1928, huit ans avant que le Pape Pie XI ne recommande dans une encyclique la constitution d'un bureau national dans chaque pays qui aura pour but de juger et de classer les films. M. Leventopoulos cite les instructions précises données par un abbé lillois afin d'enlever les éléments compromettants qui gâchent l'intrigue d'un film de 1934 : supprimer de la troisième bobine le passage où la femme rabat sa jupe, puis le premier couplet d'une chanson, et ainsi de suite ; un autre rapport sur le même

2. Afin de définir le système catholique en France, M. Leventopoulos parle d'un « collectif, non de production mais de vision » (*ibid.*, p. 87). Selon D. Vezyroglou (2004, p. 117), le genre du film pieux qui se développe dans les années 1900-1910 en France prend pour sujet des scènes de l'Évangile ou de la vie des saints mais n'est pas réalisé par des religieux, ni sous le contrôle de l'Église. Le rapprochement entre autorités ecclésiastiques et cinéma n'a été systématisé qu'à partir de 1927 (*ibid.*, p. 121). Quant à C. Bonafoux (2012, p. 6), elle pose la question de savoir si « le quadrillage intensif de la production cinématographique par la cotation des films n'a pas eu un effet stérilisant », empêchant les catholiques d'être féconds en cinéma, comme ils l'étaient en littérature.

film demande d'éliminer un « passage déplaisant » où la femme « en fort décolleté » se trouve avec son « faux mari » dans la chambre à coucher (*ibid.*, p. 139-140). Dans la mesure où la censure correspond à l'exercice d'un pouvoir, les amputations conseillées par les représentants des autorités ecclésiastiques expriment la volonté de l'Église d'imprimer sa marque et son regard (qui distingue ce qui est convenable de ce qui n'est pas tolérable) sur la pellicule.

Une structure similaire de contrôle, le *National Board of Censorship*, se met en place aux États-Unis en mars 1909 (N. Dupont, p. 21). Néanmoins, la censure reste circonscrite au niveau de la municipalité ou de l'État (chaque État ayant ses critères d'acceptabilité des films), sans parvenir à s'organiser à l'échelle fédérale. En 1915, la profession demande à bénéficier, au même titre que la presse, de la protection du 1^{er} amendement qui garantit la liberté d'expression, mais la réponse à cette demande est négative : pour la loi, le cinéma n'est qu'un simple « divertissement forain ». Cette décision a fait jurisprudence et a fixé jusqu'en 1952 le statut du cinéma américain (F. Bordat, 1987, p. 5-6). Entre 1927 et 1930, les producteurs et distributeurs des films américains (MPPDA) mettent en place un code d'autocensure, le « production Code » ou « code Hays », qui sera appliqué de manière assez stricte entre 1934 et 1952. L'application de ce code est liée à la crise financière de 1929, qui a diminué le pouvoir d'achat des Américains et a fortement restreint le nombre de spectateurs qui remplissaient jadis les salles de cinéma. En s'imposant cette autocensure, les studios cinématographiques, qui ne peuvent pas se permettre une baisse supplémentaire de leurs recettes, font tout pour anticiper d'éventuelles réactions religieuses (N. Dupont, p. 25).

Dans le « code Hays », on trouve des recommandations comme celles-ci : le prêtre ne peut être présenté ni comme un personnage comique ni comme un « vilain » ; il ne faut pas montrer les relations sexuelles entre les races blanche et noire, ni l'adultère, le viol ou l'accouchement ; de même, il faut utiliser de la manière la plus respectueuse des mots comme « Dieu », « Jésus » et « Christ », et faire disparaître des scénarios des expressions vulgaires comme *hell* et *damn* (*ibid.*, p. 23). Ce qui est discuté et négocié ici, c'est la décence des images et l'importance des mots : il faut bannir les mots inappropriés et traiter avec respect les mots chargés de sens pour les croyants. Tout se passe comme si l'ouïe était (au moins) aussi importante que la vue, comme Luther l'avait soutenu. Toutefois, il faut prendre en compte un facteur supplémentaire : nous sommes aux débuts du cinéma parlant³, c'est pour cette raison que les mots choquent encore plus que les images (F. Bordat, 1987, p. 10).

3. Selon M. Barnier (2002), l'arrivée du cinéma sonore est souvent caractérisée comme « la fin de l'art des images » : si cette formule n'est pas toujours justifiée, certains scénarios de films américains de l'époque comportent d'importants effets sonores et impliquent très souvent des coopérations avec le monde de la radio et de l'enregistrement musical, ce qui fait pratiquement d'eux « de la radio avec des images ».

En 1934, les évêques catholiques américains fondent la Légion de décence, qui dresse des « black lists » de films condamnés. Pie XI rend hommage à cette initiative américaine et promulgue une nouvelle encyclique en 1936, où il demande aux évêques d'obtenir de leurs fidèles la « promesse », renouvelable chaque année, de ne jamais aller voir de « mauvais films ». En France aussi, le cinéma parlant est considéré comme particulièrement immoral : en 1938, le dévot est appelé à promettre lors de la messe « à ne jamais assister à la projection des films qui blessent la doctrine et les institutions chrétiennes » (M. Leventopoulos, p. 157 et 163). Le boycott devient une stratégie et un moyen de pression, puisque dans une société de consommation, le fait de refuser de consommer peut faire gagner la bataille : « Montrons surtout par notre abstention que si notre clientèle catholique venait à manquer, on s'en apercevrait dans les salles de cinéma » (*ibid.*, p. 119). Décidément, le rapport à l'image cinématographique n'est pas seulement marqué par le contexte sécularisé, mais aussi par la culture de masse et l'esprit de consommation.

Images animées et images fixes

Tandis que dans les années 1930 on débat sur la manière dont une « clientèle catholique » doit se comporter dans ce monde marchand, en 1928, un prêtre écrit une lettre à *la Croix* qui fait apparaître toute l'ambiguïté qui caractérise les relations des chrétiens avec le nouveau média. Il propose de mettre le cinéma sous le patronage de Notre-Dame de Pontmain, puisque les apparitions de Pontmain en 1870, qui étaient considérées comme « des projections miraculeuses » par certains théologiens, auraient annoncé l'invention du cinéma (M. Leventopoulos, p. 77). Même si cette tentative d'inscription du cinéma dans le registre des apparitions n'a pas abouti, elle révèle la volonté d'inscrire l'image cinématographique dans une culture visuelle déjà familière.

Amédée Ayfre, cinéophile et prêtre, qui cherche à formuler une nouvelle théologie de l'image dans les années 1950-1960, nous fait retourner dans la caverne de Platon qui a inspiré la défense du culte des icônes lors de la controverse iconoclaste à Byzance, mais aussi la théorie du *transitus* développée par Grégoire le Grand en Occident (J.-C. Schmitt, 2002). Pour Ayfre, « *L'essentiel ici est beaucoup moins la place exacte qu'occupe la pellicule entre l'univers des corps et celui des images, que le libre choix esthétique du réalisateur et la libre ratification de ce choix par le spectateur. Il faut la conjonction de ces deux libertés pour que le cinéma ne devienne pas une transposition moderne de la caverne de Platon où des esclaves enchaînés regardent indéfiniment passer des ombres dont la présence ne saurait à aucun titre se substituer à celle du prochain* » (P. Rocher, 2012, p. 8).

Ayfre évoque ici la possibilité que l'ombre des acteurs de cinéma efface, par sa puissance visuelle, la présence des personnes en chair et en os. Si le *transitus* fait d'une image religieuse le reflet d'une présence divine, le cinéma ne peut

pas substituer à la présence concrète de l'homme l'ombre des stars cinématographiques. Toutefois, la métaphore d'Ayfre est autoréférentielle : il n'est pas question de présence divine, mais seulement de cinéma, même si la notion du prochain est centrale dans la théologie chrétienne. Plus d'une trentaine d'années plus tôt, l'évêque de Lille, dans une posture clairement hostile envers le cinéma, avait dénoncé lui aussi le danger qui guette les spectateurs à cause de leur passivité : « Que la nature humaine est misérable puisqu'une toile où courent des ombres qui n'y laissent pas une trace devient un écran entre le peuple chrétien et le ciel où il est appelé » (cité par C. Bonafoux, 2012, p. 3). Contrairement aux images religieuses qui établissent des canaux de communication entre les fidèles et le ciel, l'écran du cinéma n'est qu'une toile qui coupe court à tout contact.

Mais revenons à Ayfre et à son analyse cinématographique des films sur la *Passion* et la vie du Christ qui ont été tournés entre les années 1890-1900. Ayfre distingue trois catégories : ceux qui ont un caractère documentaire (l'opérateur ayant simplement filmé un spectacle du théâtre de la *Passion*) ; ceux qui sont « féériques », comme le film de Méliès et ses trucages montrant le Christ marchant sur les eaux ; et ceux qui constituent « des réminiscences de la peinture savante et du tableau vivant » (I. Saint-Martin, 2012, p. 3). En effet, les références au théâtre, à la peinture ou aux spectacles des crèches vivantes sont encore fortes aux débuts du cinéma muet : dans ce contexte, un film-reportage sur le théâtre de la Passion ne fait qu'inscrire dans un nouveau registre esthétique et technologique une pratique religieuse (plus ou moins) ancienne. De plus, les premières *Passions* cinématographiques sont marquées par « une mise en scène qui tend à figer le mouvement dans la stase », ce qui accentue leur ressemblance avec l'image fixe : qu'il s'agisse des figurants figés dans une attitude d'adoration ou de la manière de filmer les stations du chemin de croix, la mise en scène s'appuie sur « *un hiératisme fondamental, dans le sens tant d'une immobilité solennelle que de la sacralité de la représentation, prouvant combien l'imaginaire religieux est traditionnellement associé à une gestuelle fortement codifiée et tendant au statisme* » (A. Boillat et V. Robert, 2010, p. 46-47).

Si l'image cinématographique s'immobilise pour mieux parvenir à se confondre avec l'image religieuse, il faut savoir que le culte des icônes et des statues a toujours attribué à ces images fixes la capacité de s'animer, de parler aux fidèles et de se déplacer à leur gré (K. Seraïdari, 2005 ; M. Albert-Llorca). Les frontières entre l'image fixe et l'image animée ont été, dès les débuts du christianisme, assez poreuses et il semble que l'arrivée du cinéma n'ait fait qu'accentuer cette porosité. Ainsi, si l'image religieuse prend vie pour mieux communiquer avec les dévots, l'image animée du cinéma s'immobilise pour maximiser son intensité dramatique et capter l'attention du public⁴. En redéfinissant le dogme de l'Incarnation,

4. V. Robert (2009, p. 5) montre que la tendance d'immobiliser l'image animée n'est pas seulement le fruit d'une transition cinématographique historique : nous retrouvons cette logique visuelle qui caractérise les films des premiers temps dans la *Passion du Christ* de Mel Gibson, qui utilise également cette technique.

l'image religieuse s'anime pour mieux brouiller les frontières entre l'objet (qui représente) et la personne (représentée), entre la matière inerte et un corps qui saigne et sue afin de mieux exprimer son caractère spirituel. De son côté, le cinéma propose la fixité de l'image animée comme preuve de sa parenté avec les arts afin de se doter d'un statut noble.

T. Elsaesser (2006, p. 72) nous permet d'élargir cette mise en parallèle. Selon lui, le film est un produit semi-fini qui « requiert une représentation pour être achevé » : cet achèvement dépend de la projection du film dans une salle et de son interaction avec des spectateurs. Il en est de même pour les images religieuses : c'est le culte et la communication avec les fidèles qui fondent leur spécificité et révèlent leur caractère miraculeux. Autrement dit, ce sont les mains caressantes et les yeux implorants des dévots qui font de l'image religieuse un véhicule de grâce. Point de film sans projection, point d'image religieuse sans culte : la signification sociale de l'événement dépend chaque fois de la rencontre de l'image avec ceux qui la regardent.

Comme nous l'avons vu, non seulement la mise en scène des films, mais aussi l'acte de la projection en tant que procédure ont été soumis à une série de jeux référentiels mettant en avant la continuité qui lie le cinéma aux autres formes d'art religieux. Néanmoins, selon les cas de figure et les périodes, la rupture que le cinéma représente peut aussi être soulignée. Le dominicain Raymond Pichard, qui affirme la supériorité de la parole jouée (ce nouveau mode d'expression du cinéma et de la télévision) sur le mot imprimé, écrit en 1950 : « Dieu a inventé un nouveau moyen de communication avec les hommes ». Selon lui, ce nouveau moyen de communication permet à ceux qui remplissent les salles obscures de « voir à travers les visages de l'écran un reflet de la face de Dieu » (M. Leventopoulos, p. 223). Ce n'est peut-être pas un hasard si ce texte, qui fait du cinéma une invention divine et qui reprend l'argumentation du *transitus*, apparaît en 1950, c'est-à-dire au moment où « la querelle de l'art sacré » atteint son point culminant, avec, d'un côté, le débat sur la possibilité d'introduire des œuvres artistiques contemporaines dans les églises ; et de l'autre côté, le questionnement sur un équipement critique proprement chrétien, le discernement, qui permet de purifier le regard des fidèles et du clergé afin qu'ils apprécient et jugent mieux les réalisations artistiques (G. Salatko, 2014, p. 270-271).

Vingt-six ans plus tôt, le jésuite Louis Jalabert reconnaissait lui aussi que le film accroît la puissance d'observation et éduque celui qui le regarde, car « nous savons mal regarder. La passivité de l'image fixe encourage cette paresse » (M. Leventopoulos, p. 45). Réputée pour sa complexité et sa valeur mnémotechnique, l'image animée et projetée, qui s'imprime dans les esprits et frappe l'imagination, pourrait nous apprendre à « mieux regarder ». Les discours qui vont dans ce sens voient tantôt une opportunité à saisir tantôt une carence à pallier, car le public des salles du cinéma souffre encore d'un « véritable alphabétisme cinématographique », selon la revue *Radio-cinéma-télévision* (citée par

C. Bonafoux, 2012, p. 11), qui a été fondée en 1950 et constitue l'ancêtre de l'actuel *Télérama*. Se fixant comme but l'information sur l'actualité culturelle, une revue confessionnelle comme *Télérama* est parvenue à devenir en trente ans une référence culturelle, entièrement détachée des milieux catholiques. Même parcours de « laïcisation » pour les *Fiches du cinéma*, « dont les répertoires annuels dépassent aujourd'hui les 700 pages et qui ont fêté solennellement leur 70^e anniversaire lors du Festival de Cannes 2004 » (J.-M. Leveratto, 2011, p. 62). En effet, les évaluations et les jugements sur la production cinématographique, soit par la voie de la censure, soit par celle de la critique cinéophile ont permis à l'Église catholique de continuer à influencer sur la culture visuelle des Français par le biais de l'image animée⁵.

La niche chrétienne du marché américain

La cinéphilie des catholiques français ne peut pas être dissociée de la volonté d'occuper un terrain convoité par d'autres acteurs de la société, qui sont, de plus, susceptibles de transformer le cinéma en propagande anticléricale ou pro-communiste. Elle n'est donc pas seulement esthétique, mais aussi pragmatique. Si les rapports entre le cinéma et les catholiques français sont marqués par la loi de séparation entre l'État et les Églises de 1905, de l'autre côté de l'Atlantique, le contexte dans lequel cette pratique culturelle évolue est nettement moins sécularisé. N. Dupont nous rappelle que les puritains du XVII^e siècle croyaient que leur mission était de construire une Nouvelle Jérusalem en Amérique. S'il a fallu attendre la Guerre froide et l'opposition à l'Union soviétique athéiste pour faire introduire dans le Serment d'Allégeance en 1954 la célèbre phrase « une nation sous Dieu », l'idée que l'Amérique a été choisie par Dieu pour accomplir un destin extraordinaire est bien antérieure (N. Dupont, p. 223).

Nathalie Dupont analyse le succès des films épiques inspirés par la Bible dans les années 1940-1950, la Bible étant un best-seller connu de tous qui a permis aux studios américains de renforcer leur place face à la concurrence de la télévision, ce nouveau média en pleine expansion qui a longtemps menacé la viabilité de la production cinématographique. Mais les années 1960 marquent un changement de cap : la guerre au Vietnam, les manifestations des jeunes et leur nouveau style de vie, ainsi que la sécularisation graduelle d'une partie de la société américaine, bouleversent les orientations hollywoodiennes et conduisent à l'apparition d'un nouveau genre, les *Teenpics*. En effet, les films pour teenagers, qui se produisent de manière massive, ont désormais la cote. À partir des années 1970, le

5. La situation française n'est pas exceptionnelle : dès le début du siècle, l'Église anglicane s'active elle aussi « pour obtenir la moralisation de l'exploitation cinématographique » en Grande-Bretagne. En revanche, l'Église orthodoxe russe a voulu imposer par législation un contrôle systématique de la production des films – législation que l'État soviétique va reprendre à son compte (J.-M. Leveratto, 2003, p. 48).

public cible de Hollywood sont ces douze - vingt-quatre ans – de plus en plus convoités, non seulement parce qu'ils sont les plus gros consommateurs de films, mais parce qu'ils achètent également les produits dérivés. Depuis cette période, de nombreux chrétiens se sentent délaissés et considèrent que les studios (liés, selon eux, au parti démocrate et à l'athéisme) s'intéressent peu à eux (*ibid.*, p. 57).

L'hypothèse de ce livre est que depuis la fin des années 1990, un public chrétien, constitué majoritairement par des évangélistes (entre 80 et 100 millions aux États-Unis dans les années 2000, selon les différentes estimations), pousse l'industrie cinématographique à prendre de plus en plus en compte ses besoins, ses préférences et ses goûts – d'autant plus que le public cible de douze à vingt-quatre ans se tourne rapidement aujourd'hui vers d'autres formes de loisirs, développées autour de l'Internet. Dupont nous montre une niche chrétienne du marché américain en pleine expansion, avec émissions télé, produits pour enfants, jeux vidéos, rock chrétien et même une série Arlequin destinée à un public chrétien féminin. Une industrie chrétienne parallèle produit même des documentaires et des films, appelés *Celluloid Sermons* (*ibid.*, p. 43-47). Le potentiel des *megachurches*, dont les équipements audiovisuels sont aussi perfectionnés que ceux des salles de cinéma et qui attirent plus de 30 000 personnes les dimanches, est également un argument qui pèse dans ce nouveau bras de fer engagé avec les studios hollywoodiens. Cette évolution oblige les géants de l'industrie américaine des loisirs à repenser leur stratégie envers les différents publics qu'ils convoitent, même s'il n'est pas toujours facile de satisfaire tout le monde : si un festival annuel de musique chrétienne est tenu dans le parc *Magic Kingdom* de Walt Disney en Floride, les chrétiens conservateurs n'ont pas hésité à exprimer leur mécontentement envers Disney, en boycottant ses produits, à cause de sa politique amicale envers les homosexuels (*ibid.*, p. 164-165).

Même les promoteurs de films non religieux cherchent à séduire ce public conservateur. Ainsi, en 2006, pour la sortie du film de Sylvester Stallone *Rocky Balboa*, des gants de boxe ont été envoyés à 5 000 pasteurs et leaders religieux (*ibid.*, p. 154). Les campagnes publicitaires de ce genre concernent souvent les représentants religieux chrétiens, mais aussi juifs et musulmans. Néanmoins, aucun de ces groupes religieux ne constitue un bloc monolithique, ce qui signifie que Hollywood doit chaque fois faire des campagnes ciblées. Les responsables de ce type de marketing essaient de définir les attitudes d'un public protestant ou d'un public catholique, et cela dans un esprit comparatiste qui n'échappe pas toujours à la reproduction des stéréotypes : si les protestants s'intéressent plus au message du film et veulent que ce message soit clair et inspiré par Dieu, les catholiques recherchent ce qui est vrai et beau et semblent avoir une approche « plus cinématique » en tant que public (*ibid.*, p. 157). Les différences entre protestants et catholiques se révèlent plutôt lors de la réception d'un film. En 2006, le *Da Vinci Code* a satisfait les évangélistes et leurs pasteurs qui se sont déclarés

prêts à utiliser des éléments du film dans leurs sermons, tandis que le Vatican et les autorités catholiques ont été beaucoup plus critiques à l'égard de ce « cocktail d'inventions » (*ibid.*, p. 153). De même, la *Passion du Christ* de Mel Gibson a suscité en 2004 l'enthousiasme des croyants américains (catholiques inclus), tandis qu'en France, des cardinaux et d'autres autorités ecclésiastiques ont émis des réserves.

L'adaptation d'un classique de la littérature enfantine anglaise, les *Chronicles of Narnia*, par le studio Walden Media est au centre de l'analyse de Dupont. Les sept volumes qui ont été publiés par C.S. Lewis entre 1950 et 1956 ont inspiré trois films, dont la figure centrale est Aslan, un lion qui incarne le Christ. La promotion de la trilogie qui a été destinée aux croyants encourageait les pasteurs et les autorités religieuses à dire à leur congrégation qu'Aslan était, bel et bien, Jésus Christ. En revanche, le marketing destiné aux autres publics était plus éluif : même l'acteur qui prêtait sa voix à Aslan a déclaré en 2010 qu'Aslan symbolisait pour lui « Mohammad, Buddha et tous les prophètes et les leaders spirituels depuis des siècles » (*ibid.*, p. 189-190). La promotion de ces films change davantage quand elle se fait hors des États-Unis. Le metteur en scène de deux premiers films de la trilogie, Andrew Adamson (dont les parents avaient été missionnaires en Papouasie et en Nouvelle-Guinée) a déclaré qu'aux États-Unis, tout le monde lui posait des questions sur la religion ; en revanche, en France, tous voulaient savoir pourquoi les Américains étaient si obsédés par l'aspect religieux (*ibid.*, p. 226). Ce qui importe est donc non seulement de savoir comment les films sont compris par des publics différents, mais aussi comment le marketing promotionnel conditionne en amont les différentes lectures filmiques que les spectateurs auront lors de la projection. Si le film est un produit « semi-fini » qui trouve son achèvement lors de la projection, non seulement le marketing, mais aussi les jugements des « spécialistes » (qui recommandent, déconseillent ou proscrivent – dans le cas de la censure – un film) tentent de contrôler cette phase de réception, en s'interposant entre le film et le spectateur⁶.

En ce qui concerne la réception de la trilogie de *Narnia*, pour certains évangélistes, elle a été « une vraie opportunité que Dieu a créée », car elle a imprégné la culture d'aujourd'hui d'une manière que des films ouvertement chrétiens n'auraient pas pu faire. D'autres sont moins enthousiastes et saisissent l'occasion pour critiquer les stratégies de marketing de Hollywood qui tendent à transformer des congrégations entières en publics destinés à tester le nouveau produit, afin que la campagne publicitaire d'un film soit mieux adaptée à la niche du marché des chrétiens conservateurs (*ibid.*, p. 199-201).

6. Cela est aussi valable pour les images religieuses, dans la mesure où les brochures éditées par les lieux de culte et les institutions religieuses, les recueils de miracles et la circulation de légendes conditionnent le rapport entre le dévot et l'image et cela, bien avant que leur face-à-face ait réellement lieu.

Nathalie Dupont montre qu'il ne suffit pas de montrer un crucifix ou un acteur qui tombe à genoux et prie avec ferveur pour satisfaire ces croyants – souvent caractérisés comme des « consommateurs conduits par la foi » (*faith driven consumers*). Si les studios sont de plus en plus sensibles aux attentes des chrétiens conservateurs, ces derniers savent également que leur protestation ou leur boycott peut s'avérer contre-productif, et cela pour deux raisons : d'une part, parce qu'ils finissent par faire de la publicité pour le film qu'ils considèrent comme condamnable ; et d'autre part, parce qu'ils forgent ainsi une image d'eux-mêmes qui n'est pas flatteuse et qui les fait paraître comme des réactionnaires obscurantistes (*ibid.*, p. 301). En fin de compte, tant le livre de N. Dupont que l'étude historique de M. Leventopoulos nous poussent à réfléchir sur les moyens qu'une clientèle (en l'occurrence, religieuse) emploie pour influencer sur la production (en l'occurrence, cinématographique) et obtenir le produit qui lui convient.

Conclusion

Dans son livre sur les images et leur culte, H. Belting cite l'autobiographie de Luis Buñuel, dans laquelle le cinéaste décrit comment les images ont été traitées pendant la guerre civile espagnole : d'un côté, les républicains exécutaient les statues du Christ et de l'autre côté, « une abbesse avait arraché, à l'aide d'un ciseau, l'Enfant d'une statue de la Vierge, en disant à celle-ci qu'elle ne le lui redonnerait que quand sa cause aurait triomphé » (H. Belting, 1998, p. 68). Dans le premier cas, la violence est profanatrice, tandis que dans le second, elle vise à instaurer un dialogue (sous la forme du « chantage ») entre une religieuse et un personnage divin. La violence des uns veut anéantir, la violence des autres veut restaurer, ce qui montre bien que le traitement brutal des images peut être suscité tant par des réactions iconoclastes que par des formes particulières de vénération⁷.

L'image cinématographique est soumise à une ambivalence comparable, puisque la réception des films par des publics croyants oscille encore aujourd'hui entre méfiance et attirance, entre cinéphobie et cinéphilie. Dans ce cadre, il y a ceux qui amputent les pellicules ou qui proposent au studio de production de

7. Bien évidemment, l'image cinématographique ne risque pas d'être profanée, puisqu'elle n'est liée à aucune forme de sacralité ; bien au contraire, c'est elle qui est souvent accusée d'être agressive et blasphématoire. Dans tous les cas, ce qui fait la différence est l'intentionnalité du profanateur ou du blasphémateur : I. Saint-Martin (2006, p. 69) nous rappelle que les tribunaux français refusent parfois de reconnaître que l'affiche ou le sujet d'un film ou d'une publicité manifeste de l'agressivité à l'égard de la religion, en arguant que ceux-ci utilisent seulement des paroles et des images qui appartiennent à un patrimoine culturel commun. C'est parce que les représentations religieuses ont pendant des siècles formé notre culture visuelle, matérielle et verbale qu'un film non respectueux des valeurs religieuses mais qui utilise des éléments de cet héritage commun n'est pas forcément blasphématoire.

lui rembourser l'argent dépensé afin de récupérer toutes les bobines existantes du film et de les détruire (comme l'évangéliste Bill Bright l'a fait au sujet de la *Dernière tentation du Christ* de Scorsese) ; et ceux qui réservent, par congrégations entières, des salles de cinéma pour faire monter un film dans le hit-parade dès les premiers jours de sa sortie, en considérant cette participation au succès du film comme une mission conforme à leurs convictions.

Selon Peter Brown qui examine la controverse iconoclaste des VIII^e et IX^e siècles, les iconoclastes définissaient « les zones où l'imagination visuelle chrétienne ne risquait pas de s'égarer », tandis que les défenseurs d'images « faisaient entrer les images peintes dans la catégorie d'objets auxquels un chrétien pouvait et devait se fier » (P. Brown, 1997, p. 301). La relation que les milieux religieux développent avec le cinéma plus de dix siècles plus tard est tout à fait similaire : la cinéphobie des uns trace des limites à ne pas dépasser, tandis que la cinéphilie des autres insiste sur les bénéfices et les opportunités que l'image animée apporte.

Les deux ouvrages ici discutés nous permettent de saisir les paramètres socio-économiques qui influent sur l'évolution des opinions comme sur la production cinématographique. Le livre de M. Leventopoulos, qui constitue la version remaniée d'une thèse et dont l'écriture est parfois trop académique, nous offre des sources inédites qui enrichissent nos connaissances sur l'histoire du cinéma et son rapport avec le catholicisme. Il nous permet de découvrir « le pluralisme religieux du champ cinématographique » (*ibid.*, p. 283). Quant à N. Dupont, elle étudie l'influence croissante des évangélistes dans la société américaine, en insistant plus particulièrement sur la relation qu'ils ont établie avec Hollywood. Son livre a le mérite de nous dévoiler les stratégies du marketing que l'industrie cinématographique américaine développe. Si avec Mélisande Leventopoulos, nous sommes du côté de la réception et de la critique de l'œuvre cinématographique, avec Nathalie Dupont, nous avons un panorama plus global qui va des intentions des producteurs et des stratégies de vente et du marketing aux réactions de différents publics croyants⁸.

Serait-ce donc le royaume de la vue qui s'est finalement imposé sur le royaume de l'ouïe, pour reprendre les termes de Luther ? Les apports heuristiques d'une opposition entre la vue et l'ouïe semblent limités. Il vaudrait mieux ne pas séparer le registre visuel du registre auditif, puisque l'on sait que Thomas Edison concevait le cinéma comme un complément au phonographe et que les images

8. Ce qu'aucun de ces deux livres n'examine est la manière dont la production cinématographique remet parfois à l'ordre du jour des sujets religieux qui sont devenus démodés. L'ouvrage d'Anne Kramer (2006) sur les anges montre précisément le retour de l'ange dans la culture grâce au cinéma. Il semble, d'ailleurs, que l'ange soit traité différemment dans le cinéma européen et américain : s'il apparaît surtout dans des films fantastiques américains, en Europe, ce sont des films plutôt intellectuels qui mettent en scène cette figure (comme *Les ailes du désir* de Wim Wenders).

en mouvement sont les dérivés des ondes radio (processus qui a amené à l'invention de la télévision) et du téléphone (T. Elsaesser, 2006, p. 74), comme l'utilisation de l'Internet nous le rappelle tous les jours. Même les visions médiévales et les apparitions du XIX^e siècle, même les statues et les icônes, ont toujours sollicité tant la vue que l'ouïe des dévots pour délivrer leur message et établir la communication. Les murs de notre culture visuelle ont toujours eu des oreilles.

Katerina SERAÏDARI

LISST – Centre d'Anthropologie sociale

k.seraidari@gmail.com

Bibliographie

- ALBERT-LLORCA Marlène, 2002, *Les Vierges miraculeuses. Légendes et rituels*, Paris, Gallimard.
- BARNIER Martin, 2002, *En route vers le parlant. Histoire d'une évolution technologique, économique et esthétique du cinéma (1926-1934)*, Liège, Éditions du Céfal.
- BARNIER Martin, 2011/2, « Les prêtres en voix off au temps du cinéma muet », *Le Temps des médias*, 17, p. 45-53.
- BELTING Hans, 1998, *Image et culte. Une histoire de l'image avant l'époque de l'art*, Paris, Les Éditions du Cerf, coll. « Histoire ».
- BOILLAT Alain et ROBERT Valentine, 2010, « Vie et Passion de Jésus Christ (Pathé, 1902-1905) : hétérogénéité des "tableaux", déclinaison des motifs », 1895. *Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, 60, p. 32-55.
- BONAFoux Corinne, 2012, « Les catholiques français devant le cinéma entre désir et impuissance », *Cahiers d'études du religieux. Recherches interdisciplinaires* [en ligne].
- BORDAT Francis, 1987, « Le code Hays. L'autocensure du cinéma américain », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 15, p. 3-16.
- BROWN Peter, 1997, *L'essor du christianisme occidental. Triomphe et diversité, 200-1000*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Faire l'Europe ».
- DENIEL Jacques et LAGRÉE Michel, 1985, « Le cinéma en Bretagne rurale : esquisse pour une histoire », *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest*, 92-3, p. 257-288.
- ELSAESSER Thomas, 2006, « La notion de genre et le film comme produit "semi-fini" : l'exemple de Weihnachtsglocken de Franz Hofer (1914) », 1895. *Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, 50, p. 67-85.
- KRAMMER Anne, 2006, *Das kino: Ort der Engel. Die funktion von Engelgestalten im film (symbol-mythos-medien, 13)*, Münster, LIT.
- LEVERATTO Jean-Marc, 2003, « Histoire du cinéma et expertise culturelle », *Politix*, vol. 16, 61, p. 17-50.
- LEVERATTO Jean-Marc et MONTEBELLO Fabrice, 2011/2, « L'Église, les films et la naissance du consumérisme culturel en France. Les Fiches du cinéma », *Le Temps des médias*, 17, p. 54-63.
- LINDVALL Terry, 2007, *Sanctuary cinema*, New York, New York University Press.
- ROCHER Philippe, 2012, « La cinéphilie chrétienne : Amédée Ayfre (1922-1964), sulpicien et critique de cinéma », *Cahiers d'études du religieux. Recherches interdisciplinaires* [en ligne].

- ROBERT Valentine, 2009, « Quand le film raconte l'image. Variations cinématographiques autour de La Cène de Léonard de Vinci », *Cahiers de Narratologie* [en ligne], 16.
- SAINT-MARTIN Isabelle, 2006, « Christ, Pietà, Cène, à l'affiche : écart et transgression dans la publicité et le cinéma », *Ethnologie française*, 36-1, p. 65-81.
- SAINT-MARTIN Isabelle, 2012, « L'effet de présence : entre image fixe et image animée, les représentations de la Passion (fin XIX^e-début XX^e siècle) », *Cahiers d'études du religieux. Recherches interdisciplinaires* [en ligne].
- SALATKO Gaspard, 2014, « La mise en espace du sanctuaire dans la revue L'Art sacré (1954-1969) », *Archives de sciences sociales des religions*, 166, p. 269-286.
- SERAÏDARI Katerina, 2005, *Le culte des icônes en Grèce*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail.
- SCHMITT Jean-Claude, 2002, *Le corps des images. Essais sur la culture visuelle au Moyen Âge*, Paris, Gallimard.
- VASSAS Claudine, 1989, « Le jeu de la Passion », *L'Homme*, tome 29, 111-112, p. 131-160.
- VEZYROGLOU Dimitri, 2004, « Les catholiques, le cinéma et la conquête des masses : le tournant de la fin des années 1920 », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 51-4, p. 115-134.