

# DIRE LA RÉCEPTION

Culture de masse,  
expérience esthétique  
et communication

Laurence ALLARD

La question de la réception semble devenue centrale depuis quelques années dans de nombreuses études sur les productions de la culture des médias de masse (cinéma, télévision...). En effet, à la croisée des approches critique (« cultural studies ») et empirique (« recherche sur les effets », « uses and gratifications »), un courant d'études de réception (1) des textes des médias de masse a maintenant sa place, aux côtés des théories de la réception en littérature. Ces études nous semblent contribuer à affirmer la valeur des textes de la culture de masse, principales sources d'expérience esthétique pour la plupart d'entre nous.

Néanmoins, la notion de réception que ces études déploient paraît, au regard de celle forgée par certaines théories littéraires, quelque peu appauvrie. En effet, si l'on veut définir le cadre conceptuel d'une esthétique de la culture de masse, il ne suf-

fit pas de considérer le rôle actif du public dans le mécanisme de la signification, il faut aussi montrer la place que les productions de la culture de masse occupent dans la vie de chacun d'entre nous. Ne doit-on pas alors faire retour sur ce qui nous semble l'enjeu principal d'un questionnement en termes de réception : la dimension herméneutique de l'appropriation ? Il s'agit de ce moment où, par-delà la concrétisation du sens par un sujet, le monde du texte rencontre celui du lecteur, pour reprendre des expressions de Paul Ricoeur (2), où les potentiels sémantiques des œuvres viennent nourrir nos interprétations du monde. Or cette interrogation sur la portée des œuvres pour le monde de la vie du public est au cœur des travaux de Hans Robert Jauss, auteur souvent mentionné par les promoteurs des études de réception des médias.

C'est pourquoi nous nous proposons ici d'enrichir conceptuellement l'analyse de la réception dans le champ des médias de masse, en même temps que d'élargir le domaine d'investigation de l'esthétique de la réception jaussienne hors de la sphère des beaux-arts canoniques. Cet article voudrait tenter une « fusion des horizons » de deux traditions : les études culturelles anglo-saxonnes et l'esthétique herméneutique germanique. Nous commencerons par clarifier et enrichir conceptuellement la notion de réception, qui est souvent réifiée dans les études de réception des médias de masse. En réintroduisant la dimension de l'appropriation dans les études de réception des textes de la culture de masse, nous rappellerons aussi comment Jauss, à travers son esthétique de la réception, réhabilite la fonction pratique de l'expérience es-

1) Mes remerciements à Louis Quéré, Marc Relieu, Bruno Bon et Philippe Chaniel pour leurs conseils éclairés.

Ces études sont menées par des femmes et des hommes issus de courants divers. Du côté des « cultural studies », citons notamment : I. ANG, 1982, *Watching Dallas*, Methuen, Londres ; J. RADWAY, 1984, *Reading the romance*, University of North California, qui portent sur le phénomène de la réception en ce qui concerne le genre sexuel. Du côté de la recherche en communication, citons : J. LULL, 1988, *Word family watch television*, Sage et 1990, *Inside family viewing*, Routledge ; E. KATZ et T. LIEBES, 1990, *The export of meaning : cross cultural readings of Dallas*, Oxford University Press, qui ont étudié les variations de la réception en référence aux contextes ethniques, culturels des téléspectateurs. Pour un accès en langue française à ce courant, cf. *Hermès* 11-2, « A la recherche du public. Réception, télévision, médias » 1992 et *Réseaux* 44-45, « Sociologie de la télévision : Europe », 1990-91.

2) RICŒUR, 1985.

thétique. Ses propositions sont indissociables d'une exigence normative de rétablissement d'une continuité entre sphère esthétique et sphère pratique. C'est en envisageant l'expérience esthétique comme expérience de communication que cet auteur spécifie la dimension pratique de l'art.

Le déplacement conceptuel de la réception à la communication, initié par Jausss dans l'esthétique de la réception, sera systématisé, dans une perspective proche de la *Théorie de l'agir communicationnel* d'Habermas. On pourra ainsi intégrer les objets de la culture de masse au projet de Jausss de rétablir un lien entre sphère pratique et sphère esthétique. Nous montrerons en particulier comment les textes de la culture de masse, en répondant à des questions liées à notre existence quotidienne, nous font communiquer avec autrui, comment nos expériences esthétiques, indissociablement liées à la compréhension et au jugement de goût, sont concrètement engagées dans le flux de nos conversations ordinaires.

### **La réception · de la littérature à la télévision**

L'intérêt porté au phénomène de la réception des productions des médias de masse a supposé un changement de paradigme dans les champs respectifs des « cultural studies » anglo-saxonnes et des études empiriques des médias. Il s'agissait de prendre en compte le rôle déterminant du lecteur ou du spectateur dans la construction sociale des significations des textes et de leurs signifiés idéologiques. S'ouvrait ainsi dans les études culturelles l'ère de la « démocratie sémiotique », selon l'expression de John Fiske, après des décennies de critique idéologique d'une culture de masse aliénant les pauvres victimes qui constituent son public. On allait désormais considérer les textes des médias comme polysémiques, comme ouverts à des interprétations multiples

de la part de téléspectateurs actifs et créatifs.

### ***Les études de réception des médias du public à la réception***

Ce changement de paradigme peut aussi être interprété comme une convergence entre l'approche critique des études culturelles et l'approche empirique des recherches sur les médias, autour de la question du public (3). En effet, le public n'a longtemps été qu'une figure fantôme, tant dans les études culturelles, longtemps dominées par l'analyse textuelle d'inspiration structuraliste, pour laquelle il n'était que signes à cerner au creux du texte, que dans les recherches sur les médias, où il se trouvait réduit à un taux d'audience ou à un effet quantitativement mesurable des messages médiatiques. Ce n'est que lorsque les chercheurs se sont interrogés sur le rôle du spectateur ou du lecteur dans la production du sens d'un texte audiovisuel qu'ils ont rencontré le phénomène de la réception.

### ***Qu'est-ce que la réception pour les études des médias ?***

Ce fantôme qu'était le public a pris corps ces dernières années, dans de multiples études sur la façon dont tel ou tel public produisait activement le sens d'un texte de la culture de masse et y trouvait un plaisir spécifique. Ces études ont développé des méthodologies propres, visant à saisir la réception *in situ*, c'est-à-dire dans ses conditions concrètes habituelles. Elles ont utilisé des techniques d'enquête variées, allant de l'observation participante à l'enregistrement de séances de visionnement, en passant par l'étude de documents internes, type agendas, ou par des interviews approfondies. Elles ont donné lieu à un courant de recherche composé, en grande partie, d'études ethnographiques de la réception des médias dans ses divers contextes culturels et sociaux. Celles-ci ont privilégié la méthode des entretiens, qui consiste à recueillir, par le biais d'in-

(3) SCHRODER, 1990

terviews individuelles ou collectives, des « comptes rendus de réception » (4) pendant ou après la diffusion d'un programme télévisé, d'un film, etc

Cette méthodologie n'est pas sans soulever quelques problèmes, mais le plus problématique est la conception de la réception sous-jacente. En sollicitant des commentaires sur un texte ou sur un programme pour étudier leur réception par un public, ces études privilégient les « verbalisations », traitées comme des prolongements discursifs externes de la réception. Elles considèrent donc celle-ci comme une expérience en soi, ineffable, que seuls des commentaires rendraient accessible au chercheur. Comme l'indiquent Kay Richardson et John Corner, de tels comptes rendus verbaux permettent de « lire la réception » (5)

Bref, ces études de la réception des productions de la culture de masse semblent fondées sur une conception peu approfondie du phénomène même de la réception. Or l'étude de ce phénomène a fait l'objet, il y a plus de vingt ans, d'un changement de paradigme dont Hans Robert Jauss a été le principal initiateur. Un retour sur ses travaux peut donc apporter quelques lumières sur la nature de la réception d'un texte ou d'une œuvre.

### *Changement de paradigme à Constance*

Partant de l'étude de textes médiévaux, Jauss s'est, à la fin des années 60, à l'université de Constance où il enseignait, préoccupé de redessiner le cours par trop linéaire de l'histoire littéraire, en s'attachant non plus à la succession des œuvres elles-mêmes mais à la chaîne de leur accueil ou réception (6). Pour ce faire, il a redéfini l'œuvre d'art comme une structure dynamique ne pouvant être saisie dans ses

« concrétisations » successives. Ces concrétisations s'effectuent suivant l'effet déterminé par le texte (7), effet qui a besoin de la réceptivité d'un destinataire se l'appropriant. La redéfinition de l'œuvre comme résultat de la convergence d'un texte et de sa réception suppose également de considérer la constitution du sens à travers un dialogue avec le lecteur, où chaque partie apporte sa matière.

Cette problématique de la réception marque une rupture avec le schéma structuraliste dominant, qui considérait le texte comme « un univers clos, sans référent, donc sans rapport à la situation de production et de réception du sens ( ) » et « réduisait les fonctions de communication pragmatique à un jeu combinatoire de la logique formelle » (8). Cette rupture paradigmatique ne concerne pas seulement la dimension de l'actualisation du sens d'un texte par un destinataire individuel ou collectif, elle ambitionne plus fondamentalement de réhabiliter le moment de l'appropriation des œuvres par un public, c'est-à-dire de saisir leur portée sur le plan de la *praxis* sociale (9).

En effet, dans une conception dialogique du rapport texte/lecteur, on suppose que ce dernier n'est pas dépourvu d'un univers de sens personnel. De ce fait, la réception d'une œuvre se fait en fonction d'attentes préalables sédimentées. Celles-ci relèvent d'un double horizon d'attente : celui de l'expérience littéraire (ce que l'on connaît d'un genre, d'une forme stylistique), et celui de la vie quotidienne (le « monde » du lecteur), que l'appropriation d'une œuvre peut contribuer à renouveler, à enrichir ou même à bouleverser. C'est dans cette mise en rapport des horizons d'attente, ou même dans leur fusion, que réside la « fonction de création sociale » des œuvres d'art.

4) RICHARDSON et CORNER, 1986

5) RICHARDSON et CORNER, 1986

6) JAUSS, 1978

7) Wolfgang Iser, collègue angliciste de Jauss à Constance, a centré ses travaux sur l'effet du texte sur un lecteur individuel. Cf. *L'acte de lecture. Théorie de l'effet esthétique*, Bruxelles, Mardaga, 1985

8) JAUSS, 1981 : 121

9) JAUSS, 1988 : 43

### *L'esthétique de la réception . beaux-arts versus culture de masse*

La mise en avant du phénomène de la réception ne relevait pas d'une pragmatique du texte, qui aujourd'hui n'a plus besoin d'être promue, mais d'une esthétique pour laquelle il s'agissait de défendre, à travers la problématique de l'appropriation, la fonction pratique de l'art. Cette reformulation de la question de l'influence de l'art sur la société, comme enjeu normatif permettant de réintégrer l'expérience esthétique dans l'ensemble de la *praxis* humaine, nous apparaît comme l'un des apports les plus éclairants pour étudier la réception des textes de la culture de masse. En effet, l'analyse de la réception de ces textes s'inscrit dans le prolongement des « cultural studies » anglo-saxonnes, animées par la volonté de réévaluer les productions de la culture de masse comme à la fois un discours plaisant, mais digne d'étude, et une ressource sociale pertinente (10) à l'instar des beaux-arts. S'intéressant moins à la structuration interne de ces textes qu'au public qui les reçoit, ce courant a cherché à rendre compte de la place qu'ils occupent dans la vie de la plupart d'entre nous.

Cependant, il faut bien le reconnaître, le champ d'application de l'esthétique de la réception ne recouvre pas celui des textes de la culture de masse. Jauss ambitionne même, *a contrario*, dans son texte « Pour une apologie de l'expérience esthétique », d'opposer une « nouvelle Aufklärung, dont l'instrument serait l'expérience esthétique » à « l'anti-Aufklärung de l'industrie

de la culture » (11). S'il semble parfois reprendre les thèses critiques formulées par Horkheimer et Adorno (12) à l'encontre de la culture de masse – contamination de la substance des œuvres par la valeur marchande, régression du plaisir esthétique en consommation et divertissement organisés –, il s'en éloigne néanmoins en ce qui concerne les formes de résistance à lui opposer. Par exemple, il se propose de lutter contre la toute-puissance de l'industrie de la culture et contre l'influence croissante des mass media en restituant à l'expérience esthétique sa fonction pratique et sociale, c'est-à-dire en rétablissant une continuité entre la sphère pratique et la sphère esthétique. Ce faisant, il s'éloigne de la conception dominante, depuis l'esthétique romantique jusqu'à l'esthétique de la négativité adornienne, d'une œuvre d'art autonome et souveraine, sacralisée par rapport au monde déchu de la vie. Or, comme l'a montré J.M. Schaeffer (13), en critiquant lui aussi cette autonomie du domaine esthétique, que la tradition de la « théorie spéculative de l'art » a « pétrifiée en un dogme institutionnel » (14), cette sacralisation est corrélative d'un geste d'exclusion – une ligne de partage sépare, sur la base de critères externes, dérivés de systèmes philosophiques, ce qui est véritablement une œuvre d'art et ce qui ne l'est pas.

La proposition de Jauss sur la continuité entre esthétique et pratique nous semble devoir être prolongée par la prise en compte d'un domaine de l'expérience esthétique (15) élargi aux œuvres d'art non canoniques, par exemple aux productions de la culture de masse. Ainsi pourra-t-on

(10) On peut ainsi citer les travaux pionniers de Raymond Williams et de Stuart Hall, autour du Center for Contemporary Studies basé à Birmingham. Notons qu'en s'interrogeant sur l'influence idéologique des médias de masse, Hall a axé ses recherches sur les systèmes sociaux et culturels de réception de ces textes et, ainsi, a mis en avant le processus de production de sens par le public. Ainsi dans un texte pionnier pour les études de réception, traduit dans ce numéro, « Encoding and decoding in television discourse » (1980), Hall proposait de distinguer le processus d'encodage et le processus de décodage du sens du discours médiatique, ce dernier s'effectuant selon trois types de lecture : « hégémonique-dominante », « négociée » et « oppositionnelle ».

(11) JAUSS, 1978 : 154

(12) HORKHEIMER et ADORNO ; 1983 ; [1944]

(13) SCHAEFFER, 1992

(14) Pour reprendre une expression de Jauss (1978 ; 244) qui ne déparerait pas dans le texte de Schaeffer

(15) L'institutionnalisation de ce domaine est concomitante de l'autonomisation d'une sphère esthétique, aux côtés de la morale et de la science, dans l'histoire de la modernisation culturelle (cf M. WEBER, « Parenthèse théorique. Le refus du religieux du monde, ses orientations et ses degrés », trad. franç., in *Archives des sciences sociales des religions*, 61/1, pp. 7-34)

rendre compte conceptuellement du fait que ces productions constituent, pour la plupart d'entre nous, nos principales sources d'expérience esthétique. Et parce que ces productions ont le défaut ou la qualité d'être « ancrées dans le monde de la vie », suivant l'expression d'Hannah Arendt (16), elles nous semblent constituer un champ d'étude particulièrement approprié à une esthétique de la réception, au regard de l'exigence normative de restauration d'une continuité avec la sphère pratique. Pour affermir cette hypothèse, nous allons expliciter la façon dont Jauss articule son programme théorique.

### Réception et expérience de communication

En réhabilitant conceptuellement la portée pratique des œuvres, l'esthétique de la réception de Jauss a fait de l'expérience esthétique vécue la clé de la connaissance sur l'art. Cette expérience esthétique est saisie non plus comme expérience subjective et ineffable, mais comme expérience de jouissance pouvant déboucher sur une communication intersubjective. Et c'est dans cette fonction communicative ou communicationnelle que réside la fonction de création sociale de l'art (17).

#### *Les trois moments de l'expérience esthétique · de la production à la réception*

La « provocation » de Jauss (c'est ainsi qu'il qualifie lui-même son entreprise) est d'affirmer la fonction pratique de l'expérience esthétique au travers d'une réhabilitation audacieuse de la jouissance esthétique. En effet, le chercheur allemand distingue trois fonctions de l'expérience esthétique, dont la jouissance est le commun dénominateur – elle libère « de

quelque chose et pour quelque chose » – (18) la *poiesis*, l'*aisthesis* et la *catharsis*. À ces trois dimensions correspondent respectivement les trois pôles de la production, de la réception et de la communication : par la *poiesis* se crée un monde propre, par l'*aisthesis* se renouvelle la perception des choses, et par la *catharsis* l'expérience esthétique se projette dans l'horizon de la communication intersubjective. Celle-ci en effet est décelable « dans l'approbation d'un jugement exigé par l'œuvre ou dans l'identification à des normes de l'action esquissées et qui doivent être concrétisées par ceux qui les assument » (19). Selon Jauss, la fonction communicationnelle de l'expérience esthétique se manifeste, dans un sens restreint, par des effets créateurs de normes d'action (20). La capacité de l'art de transmettre des modèles de rôles sociaux, que l'auteur a schématisés à l'aide d'une gamme de modèles d'identification esthétique (21) avec le héros comme base typologique, lui confère un rôle non négligeable dans la *praxis* sociale. Cette fonction sociale de l'expérience esthétique, assumée à travers ses effets communicatifs, se doit pour Jauss d'être restaurée. Restaurée seulement, car, avant que les romantiques aient développé la conception d'un art autonome et souverain par rapport au monde de la vie, la définition kantienne du jugement de goût soulignait déjà la dimension intersubjective et communicationnelle de l'expérience esthétique.

#### *L'effet communicatif du jugement de goût · Kant relu par Jauss*

Partant d'une relecture de la troisième critique de Kant, Jauss établit l'actualité de sa définition du jugement de goût pour son propos. Rappelons pour commencer

(16) ARENDT, 1989 : 266

(17) JAUSS, 1978 : 261

(18) JAUSS, 1979 : 273

(19) *Id.*

(20) JAUSS, 1978 : 150

(21) Ces identifications peuvent être associative, admirative, par sympathie, cathartique, ironique (JAUSS, 1978 : 152)

la définition kantienne du jugement de goût il est « la faculté de juger de ce qui rend universellement communicable, sans la médiation d'un concept, le sentiment que nous procure une représentation donnée » (22) Cette définition a suscité de nombreux débats, notamment quant à la question de la « communicabilité universelle » des sentiments éprouvés. Si l'on veut bien revenir au texte, on y trouvera écrit que le jugement de goût, afin qu'il ne soit pas confondu avec un sentiment individuel d'agrément, doit comporter une « quantité esthétique d'universalité, c'est-à-dire de validité pour tous » (23) Cette prétention à la validité universelle renvoie à une nécessité exemplaire ou conditionnelle de l'adhésion de tous à un jugement (24) Et cette sollicitation de l'adhésion de tous s'effectue en vertu d'un principe commun à tous, qui est l'idée d'un « sens commun » « La nécessité de l'adhésion universelle qui est pensée dans un jugement de goût est une nécessité subjective qui est représentée comme objective en présupposant un sens commun » (25) Par là, le jugement de goût peut être considéré comme « un moyen de réaliser ce qu'exige le penchant naturel de tout homme, la sociabilité » (26)

Hans Robert Jaus, en formulant ce dernier point dans la tradition d'une « critique de l'intersubjectivité » et du « sensus communis » (27), interprète le jugement de goût kantien comme la réalisation spécifique de la communication esthétique. En effet, en présupposant une communicabilité universelle comme prétention à la validité, le jugement de goût requiert une intersubjectivité facteur de socialisation,

celle-ci est créatrice de nouvelles normes. Inscrit ainsi dans la pluralité, le jugement de goût devient le modèle d'un consensus intersubjectif, qui confère à l'expérience esthétique une importance immédiate dans le domaine de l'action (28) Cela en vertu de sa valeur exemplaire, par laquelle se transmet une gamme d'identifications esthétiques, qui constituent une palette « d'actions communicationnelles au sens restreint d'actions créatrices de normes d'action » (29)

Remarquons que si le chercheur de Constance fonde la réhabilitation de la fonction communicative de l'expérience esthétique sur une relecture de Kant, cette fonction n'est pas restreinte à la *catharsis*, elle peut aussi intervenir dans l'*aisthesis*, « quand le spectateur, dans l'acte de contemplation qui renouvelle sa perception, comprend ce qu'il a perçu comme un message venu du monde de l'autre » (30) Or cette présence, dès l'activité de réception, d'un effet communicationnel ressort de la connexion qu'opère Jaus entre jugement, compréhension et perception esthétiques

#### *De la perception au jugement en passant par la compréhension*

Si la fonction pratique de l'expérience esthétique réside dans des effets communicatifs se manifestant notamment par la transmission de modèles d'agir, cette fonction ne peut se déployer sans le support d'une relation texte/lecteur, que Jaus envisage comme « compréhension dialoguée » (31) En concevant la compréhension esthétique comme dialogue, Jaus se situe dans la tradition de l'hermé-

(22) KANT, 1790, § 40

(23) *Id.*, § 8

(24) *Id.*, § 18

(25) *Id.*, § 22

(26) *Id.*, § 41

(27) C'est l'orientation notamment de Ernst Cassirer, Alexis Philonenko ou Hannah Arendt

(28) JAUS, 1978, 155

(29) *Id.* ; 261

(30) JAUS, 1979 ; 273

(31) JAUS, 1978 ; 248

neutique (32), qui lie expérience esthétique et compréhension effective. Dans la perspective d'une herméneutique littéraire, éclairée par une esthétique de la réception, l'interprétation est conçue comme enchaînement d'actes de réception productrice (33). La concrétisation du sens d'un texte requiert l'interpénétration de la compréhension et de la perception. Jauss avance ainsi l'idée qu'un texte se donne d'emblée comme quelque chose à percevoir et à comprendre. « Toute perception esthétique, écrit-il, est déjà travaillée par un certain type de compréhension » (34). Pour caractériser ce type de compréhension, il introduit la notion de « compréhension jouissante », qu'il définit comme condition de la réflexion esthétique, comme plan primaire de l'expérience esthétique (35).

Cette intrication, au sein de l'expérience esthétique, des moments réflexifs et perceptifs représente un des aspects les plus féconds du travail de Jauss, qui ne fait pas reposer la fonction pratique de l'expérience esthétique sur un primat du jugement par rapport à la perception.

En considérant la réception comme appropriation, et en définissant la fonction sociale de l'expérience esthétique en termes d'effets communicatifs, l'esthétique de la réception ouvre une voie intéressante pour rétablir conceptuellement des liens entre sphère pratique et sphère esthétique. Cependant, l'appréhension de la portée pratique de la production artistique en termes de « modèles d'identifications esthétiques porteuses d'activité communicationnelle » (36) est sans doute trop limitée. On peut l'élargir et la systématiser

en reconsidérant la nature et la place de la communication esthétique au sein de l'activité communicationnelle dans son ensemble, à l'instar de Jürgen Habermas et de chercheurs proches de lui.

### Communication esthétique et activité communicationnelle

Lorsque, cherchant à spécifier la fonction communicative de l'expérience esthétique, Hans Robert Jauss se demande « comment faire passer, grâce à l'art redevenu expérience de communication, la conscience réceptive de sa passivité contemplative à l'activité communicationnelle la conduisant à une nouvelle solidarité dans l'action ? » (37), il fait référence au concept de « dialogische Interaktion » – concept habermassien traduit en français par « activité communicationnelle ». Or cette référence aux travaux d'Habermas ne témoigne pas seulement de la curiosité intellectuelle d'un littéraire à l'égard d'une théorie sociale placée sous le signe de « l'agir communicationnel » (38). Elle est d'une grande pertinence, au regard d'une exigence commune de repenser une continuité entre pratique et esthétique. Cette pertinence est attestée par le fait que des chercheurs, adoptant une perspective théorique proche d'Habermas, ont tenté de développer une notion non métaphorique de « communication esthétique », en spécifiant la notion de « rationalité esthétique », et en montrant comment l'expérience de l'art devient concrètement expérience de communication, lorsqu'elle est intégrée dans la pratique communicationnelle du monde de la vie.

(32) On en trouve une formulation notamment chez Hans Georg Gadamer, pour qui la prise en compte de la compréhension dans l'œuvre d'art assure au phénomène de la compréhension son amplitude légitime. « Quiconque fait l'expérience de l'œuvre d'art incorpore cette expérience pleinement à lui-même, je veux dire à la totalité de la compréhension de soi au sein de laquelle cette expérience prend un sens pour lui » (GADAMER 1976, 11). Mais, en réintégrant la compréhension esthétique dans le « comprendre » en général, Gadamer l'incorpore alors dans une ontologie qui fait du phénomène du comprendre le « modèle universel de l'être et de la connaissance en général » (GADAMER, *Ibid.*, 345), lui faisant ainsi perdre son caractère spécifique.

(33) JAUSS, 1988 : 23

(34) *Id.* : 361

(35) *Id.* : 25

(36) JAUSS, 1978 : 150

(37) *Id.* : 135

(38) Il n'est pas fortuit que Jauss et Iser affirment, dans des entretiens au *New Literary History* (1979), vouloir contribuer, par leurs théories de la réception, à l'élaboration d'une théorie de la communication.



### *Une thèse de la continuité chez Jürgen Habermas ?*

Bien qu'il n'ait pas axé ses recherches sur le domaine esthétique, Jürgen Habermas a développé des réflexions qui font écho aux thèses de Jauss sur la continuité entre expérience esthétique et expérience pratique, et qu'il a articulées sous le thème de l'inachèvement du projet de la modernité. Les réflexions de l'auteur de *Théorie de l'agir communicationnel* sur la culture sont indissociables de sa théorie sociale, fondée sur l'idée d'une double structuration de la société – comme système et comme monde vécu. Rappelons que l'« agir communicationnel » est défini comme étant au principe de la reproduction symbolique du monde vécu, c'est-à-dire du maintien d'un contexte de sens partagé, formant l'horizon des processus d'intercompréhension. En effet, l'intercompréhension sert à transmettre un savoir culturel valide, à renouveler des modèles d'exégèse cognitifs communs, à assurer l'intégration et la solidarité sociales dans un monde de normes et de valeurs légitimes partagées, elle participe aussi à la socialisation des individus et à la formation de compétences, de modes de perception et d'identités (39).

Dans l'« agir communicationnel » sont conjoints trois rapports différenciés au monde : le rapport au monde objectif correspondant au monde des états de choses, le rapport au monde social défini comme monde des interactions humaines et le rapport au monde subjectif comme monde des expériences vécues. La scission entre ces trois mondes résulte de la rationalisation du monde vécu propre à la modernité. À chacun d'eux correspond un mode de validation critique : vérité pour le monde objectif, justesse pour le monde social et authenticité pour le monde subjectif. Cependant, dans le processus de l'intercompréhension, le monde vécu est engagé dans sa totalité. Dans la pratique commu-

nicationnelle quotidienne sont impliqués des éléments relevant à la fois du cognitif, du moral-pratique et de l'ordre expressif esthétique. Au contraire, la rationalisation du monde social a conduit à séparer les domaines d'action – ils se sont développés suivant les trois sphères de valeur – et à les confier à des professionnels qui les envisagent abstraitement. Un fossé s'est ainsi creusé entre ces sphères spécialisées et le monde de la vie quotidienne, en particulier dans le domaine de l'art. La spécialisation et la professionnalisation de la sphère artistique se sont traduites par un accroissement de la distance entre la consommation culturelle d'un grand public et une culture d'experts, régie par une logique interne.

Selon J. Habermas, l'expérience esthétique ne doit pas être simplement transposée dans les jugements de goût par des arbitres professionnels, elle ne doit pas circuler dans le seul domaine de l'art, puisqu'elle contribue à la reproduction du monde vécu. Il est aujourd'hui clair, pour J. Habermas, que « cette culture développée par la réflexion et le traitement spécialisé n'enrichit pas spontanément la pratique quotidienne, et qu'au contraire, la rationalisation culturelle fait naître un danger d'appauvrissement du monde vécu » (40). En particulier, comme l'exprime Albrecht Wellmer, « sans l'expérience esthétique et ses potentiels subversifs, nos discussions morales seraient aveugles et nos interprétations du monde vides » (41). Cependant, Habermas pense qu'il est encore possible de remédier à cette séparation des cultures spécialisées en rétablissant un lien entre culture moderne et pratique. Or cette perspective normative, qui définit l'une des tâches présentes dans la poursuite du projet culturel de la modernité, a été prise au sérieux. Quelques auteurs ont proposé de la concrétiser en spécifiant comment la communication esthétique participe au renouvellement des potentiels sémantiques du monde de la vie.

(39) HABERMAS, 1987

(40) HABERMAS, 1981 ; 957

(41) WELLMER, 1990 ; 288

**Communication esthétique et agir communicationnel . la rationalité esthétique.**

Quand nous considérons la dimension communicationnelle de l'esthétique, afin de rendre compte du fait que « l'art nous parle » et que, ce faisant, il acquiert une importance pratique dans notre vie, nous devons tout d'abord donner un sens à la fois plus large et plus précis à la notion de communication esthétique. Pour cela, il ne suffit pas de situer l'expérience esthétique du côté de la compréhension, comme le fait la tradition herméneutique, il faut aussi la définir, comme rappelle Albrecht Wellmer (42), interlocuteur à la fois de Jauss et d'Habermas, comme un acte de compréhension réussi s'articulant et se manifestant dans la critique et le commentaire. Il faut en effet tenir compte du fait que « l'art délie les langues et fait couler l'encre avec plus de facilité que la science ou la politique » et que « les œuvres d'art suscitent des divergences d'appréciation qui ne sont pas gratuites et qui, si elles ne peuvent que rarement être tranchées, appellent néanmoins le discours argumenté » (43). Par là, on peut montrer que si « l'expérience esthétique n'a pas en elle-même le caractère d'une communication, car il reste des doutes quant à savoir si et dans quelle mesure les objets esthétiques communiquent quelque chose » (44), on peut néanmoins parler sans peine de communicabilité de l'expérience esthétique, et donc de communication au sujet d'objets esthétiques.

Les trois auteurs cités ci-dessus – Wellmer, Seel et Rochlitz – nous semblent

participer chacun à l'élaboration d'une esthétique communicationnelle, prolongeant l'esthétique herméneutique dans une perspective habermassienne. Et si l'on veut développer plus avant leur hypothèse commune, selon laquelle on peut justifier en raison nos interprétations évaluatives d'une œuvre, il ne s'agit pas seulement de rendre compte de la possibilité de la critique professionnelle attachée, depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle, à une sphère esthétique autonome, mais aussi et surtout de tabler sur quelque chose comme une « rationalité esthétique ». Cette notion a été initialement avancée par Jürgen Habermas (45), pour qui la rationalité d'une expression est liée à la capacité d'être critiquée et fondée, suivant des conditions de validité renvoyant à un savoir d'arrière-plan intersubjectivement partagé dans une communauté de communication. En effet, si les œuvres d'art élèvent des prétentions à la validité – quant à leur unité (harmonie *stimmigkeit*), quant à leur authenticité et quant au succès de leur expression par rapport auxquelles elles peuvent être évaluées, il devient possible de distinguer un type « esthético-pratique » de rationalité, sans lequel il n'y aurait ni expérience esthétique ni critique possibles (46). Mais, il faut le reconnaître, Habermas n'a donné dans ses écrits que des esquisses d'analyse de cette notion de « rationalité esthétique » (47). Pour remédier à ce « flou artistique » sur la question de la validité esthétique, nous nous appuyons sur les travaux de Rainer Rochlitz et de Martin Seel, qui ont contribué à approfondir cette question.

(42) WELLMER, 1988

(43) ROCHLITZ, 1994 : 78

(44) SEEL, 1993 : 148

(45) HABERMAS, 1988

(46) *Id* ; 482

(47) Ainsi, dans *Théorie de l'agir communicationnel*, il affirme que le jugement esthétique relève d'un registre évaluatif ; avec les « auto-représentations de soi » (monde subjectif) et les « actions régulées par des normes » (monde social), l'expérience esthétique est liée à une prétention critiquable à la validité. Ces deux modèles d'agir semblent participer d'une activité communicationnelle, donc impliquer une rationalité découlant d'une argumentation. Mais dans les expressions évaluatives, qui peuvent être fondées et critiquées, les prétentions à la validité « ne sont pas clairement circonscrites » ; elles n'ont pas un caractère privé, mais pas non plus « l'universalité des normes reconnues dans l'intersubjectivité » (HABERMAS 1987, I 33). Elles justifient des valeurs standard ou culturelles. Les raisons produites dans la critique esthétique, prototype des argumentations justifiant des valeurs standard, rendent compte des œuvres « de telle façon qu'elles puissent être perçues comme l'incarnation d'une prétention à l'authenticité » et que cette authenticité soit rendue si évidente que « cette expérience même peut devenir un motif rationnel pour admettre les standards qui lui correspondent » (HABERMAS, *Ibid* ; 36-37).

Rainer Rochlitz a tenté de préciser en quoi consiste la « rationalité » esthétique, en définissant, en termes d'exigences internes des œuvres, des critères auxquels se réfèrent les débats esthétiques, et au nom desquels le caractère artistique d'une œuvre peut être justifié et critiqué (48) Ainsi, selon cet auteur, « la cohérence de vision caractérisant un ensemble de symboles à la fois personnels et suprapersonnels, dotés d'une force expressive qui les distingue des symboles dénotatifs et témoignant d'un savoir-faire non contingent » constitue un élément distinctif de l'art (49) En établissant les éléments d'une prétention à la validité esthétique, ce travail veut apporter une réponse substantielle au désarroi conceptuel devant lequel l'art contemporain place l'esthéticien professionnel

Martin Seel, quant à lui, s'est préoccupé de clarifier la notion de rationalité esthétique en se démarquant plus nettement de la théorie de l'argumentation d'Habermas A ses yeux la recherche d'une rationalité esthétique peut apparaître de prime abord comme une contorsion de l'esprit, puisque « les objets esthétiques ne sont pas rationnels ou irrationnels, mais beaux, laids, bien ou mal faits » (50) et d'autre part le statut de l'œuvre d'art ne peut se réduire artificiellement à un acte de parole C'est pourquoi l'analyse de la rationalité esthétique ne peut s'intéresser qu'à la rationalité de la conduite esthétique adoptée face à des phénomènes perçus esthétiquement, tant au niveau de la réception que de la production Pour cet auteur, cette conduite est toujours articu-

lée au mode de jugement par l'intermédiaire duquel nous abordons esthétiquement les objets Certaines thèses de Seel semblent reprendre l'idée de Jauss que, dans la compréhension esthétique, le jugement et la perception s'interpénètrent, notamment lorsqu'il écrit que la « compréhension esthétique, comme toute compréhension sérieuse, est d'entrée de jeu judicatrice et évaluative, car il n'est pas possible de jouer de manière exaltante le jeu de la perception esthétique si on ne prend pas au sérieux la constitution des objets appréhendés Comprendre un objet esthétique, c'est décider dans quelle mesure il est réussi ou non » (51) Une analyse de la rationalité esthétique s'intéressera donc « au mode de jugement qui guide de manière immanente la perception esthétique dans l'appréhension d'objets esthétiques ou dans une visée esthétique » (52) La rationalité esthétique est donc comme une rationalité spécifique et incarnée Seel s'est notamment attaché aux discussions esthétiques, dans lesquelles la rationalité esthétique se manifeste concrètement, puisque nous y mobilisons notre expérience esthétique – elle est à la fois compréhension et jugement – et nous la justifions suivant certaines raisons

En focalisant ainsi sa réflexion sur les discussions esthétiques, Seel a mis en lumière un aspect peu étudié de l'appropriation de la culture et de l'art dans la perspective du monde vécu des « récepteurs » A Wellmer a proposé d'envisager cette appropriation comme un changement de « jeu de langage », également inscrit dans nos débats sur les œuvres

Nous retrouvons là les effets créateurs de normes d'agir pointés par Jauss dans sa recherche d'une fonction communicationnelle de l'expérience esthétique Par ailleurs, l'action dramaturgique est, quant à elle, placée dans la catégorie des présentations de soi expressives Habermas réduit ainsi la prétention à la vérité des œuvres à l'authenticité de l'artiste, sur le modèle de l'agir dramaturgique comme forme de prétention de soi expressive La difficulté pour cerner cette notion de « rationalité esthétique » chez Habermas tient donc, comme l'ont noté BOUCHINDHOMME (1992) et ROCHLITZ (1992), à ce que la sphère esthétique reste clivée entre l'évaluatif et l'expressif, domaines dont les prétentions à la validité demeurent non universalisables, limitées à l'horizon du monde vécu d'une culture donnée

(48) ROCHLITZ, 1992 : 1994

(49) ROCHLITZ, 1994 : 164

(50) SEEL, 1993 : 27

(51) *Id* : 138

(52) *Id* : 31

### *Un changement de jeu de langage*

Dans son essai *La modernité, un projet inachevé* (53), Jürgen Habermas mentionnait le changement de perspective qui affecte l'expérience esthétique lorsqu'elle ne s'exprime pas dans les termes de la critique d'art. En effet, si la fonction de la critique d'art est d'être un médiateur entre l'art et la vie quotidienne – elle fait pénétrer les contenus des cultures d'experts dans la vie quotidienne – cette critique s'est instituée dans un jeu de langage codifié, centré sur l'évolution interne de l'art. Or, quand l'expérience esthétique incorporée dans le contexte des histoires individuelles de vie est utilisée pour éclairer les situations ou les problèmes de la vie individuelle, l'art entre dans un jeu de langage qui n'est plus celui de la critique esthétique (54). Il pénètre nos interprétations cognitives et nos attentes normatives, il entre dans une fonction d'exploration capable d'orienter l'existence.

Un tel « changement de jeu de langage » peut être observé dans la structure des discussions esthétiques. En effet, quand nous débattons de la cohérence des œuvres esthétiques, nous mettons notre propre expérience en jeu. Albrecht Wellmer reprend à Martin Seel l'idée selon laquelle « le sens des argumentations esthétiques réside dans le fait que les objets qu'elles font valoir deviennent des arguments de notre expérience et de notre attitude » (55). L'expérience esthétique est ainsi mobilisée et transformée en arguments, mettant en jeu des dimensions de vérité, de sincérité ou de justesse pratique d'ordre moral (56). Une telle transformation de l'expérience esthétique en action symbolique communicationnelle nous montre ainsi comment l'œuvre d'art est aussi un objet pour la pratique communicationnelle ordinaire, dans laquelle trois

domaines de validité (vérité, sincérité, justesse) sont entrelacés.

Pour Albrecht Wellmer, rendre compte de ce changement de jeu de langage implique de promouvoir « un changement de constellation entre art et monde vécu », qui passe par la création de liens plus étroits entre cultures d'experts, limitées au domaine des arts canoniques, et art populaire (57). Car, si ce changement de « jeu de langage » se trouve incarné dans nos discussions esthétiques, ces dernières – rappelle Rainer Rochlitz – nous montrent que « quoi qu'on dise, nous faisons la distinction entre une œuvre qui méprise notre intelligence ( ) et une œuvre ( ) [qui nous présente] une vision qui nous éclaire sur nous-mêmes » (58). Cette distinction, ajoute cet auteur, ne coïncide nullement avec la hiérarchie traditionnelle entre art de masse et art de qualité, puisque elle traverse la création artistique, des beaux-arts aux productions de la culture de masse. Ainsi, « dès lors que les divisions ne sont plus opérantes, c'est à notre faculté de juger de découvrir les œuvres qui méritent notre attention et admiration » (59). Nous retrouvons ici la corrélation établie par l'esthétique de la réception et par l'esthétique communicationnelle entre une hypothèse de continuité, exprimée par Jaus et Habermas en termes de liens à rétablir entre pratique et esthétique, et un dépassement de la hiérarchie interne à la sphère artistique elle-même. Un tel dépassement est ainsi à l'œuvre dans la sociologie de l'art de Howard Becker.

### **Des jeux de langage diversifiés dans des « mondes de l'art » pluriels**

Si l'on cesse d'assigner la réception à une sphère finie d'œuvres d'art, il devient possible d'étudier ce phénomène, tel qu'il

(53) HABERMAS, 1981

(54) WELLMER, 1990

(55) SEEL, 1993 : 246

(56) WELLMER, 1990 : 279

(57) *Id.* 284

(58) ROCHLITZ, 1994 : 123

(59) *Id.*

vient d'être thématiqué, lorsqu'il s'exerce au sujet de toute production, qu'elle appartienne au domaine artistique canonique ou à la culture de masse. Autrement dit, on peut désormais envisager une pluralité de « jeux de langage » – dont celui de la critique d'art – inscrits dans une pluralité de « mondes de l'art » (60). À l'opposé des « entrepreneurs d'esthétique » (61), qui cherchent à démontrer ce qui est réellement de l'art et ce qui n'en est pas, le sociologue interactionniste Howard Becker propose d'analyser le domaine artistique comme ensemble d'activités nécessitant la coopération de multiples personnes, tant au niveau de la réalisation des œuvres que de leur distribution et de leur réception. Un « monde de l'art » se compose « de toutes les personnes dont les activités sont nécessaires à la production des œuvres bien particulières que ce monde-là (et d'autres aussi) définit comme de l'art » (62). Et lorsque cette structure d'action collective, qui peut être plus ou moins éphémère, devient systématique, elle engendre un « monde de l'art ». On peut ainsi envisager une œuvre du point de vue des activités coopératives qui ont permis de lui donner naissance : les œuvres ne sont que « la production commune de toutes les personnes qui coopèrent suivant les conventions caractéristiques d'un monde de l'art afin de donner naissance à des œuvres de cette nature » (63). À l'intérieur d'un monde de l'art, les œuvres ainsi produites sont jugées et critiquées. Cette production d'un discours esthétique est à considérer comme une phase de la coopération définissant ce monde de l'art : elle est consacrée à l'interprétation et à l'évaluation des œuvres, voire à l'élaboration de discours et de théories justifiant leur appartenance à tel ou tel monde de l'art. Ainsi, depuis la réalisation jusqu'à la réception, est-ce une coordination routinière, basée sur des schémas conventionnels, des critères et des normes internes,

qui permet d'engendrer une œuvre dans un monde de l'art particulier. Les travaux de Becker constituent donc une tentative de désubstantialisation de la production artistique. Ils décloisonnent le domaine artistique et le fractionnent en de multiples mondes de l'art, allant du monde de l'art institutionnel au monde de l'art populaire, en passant par le monde de l'art artisanal.

Nous avons montré en quoi la réception peut s'interpréter, à la suite de Hans Robert Jauss, comme une concrétisation du sens d'un texte par une réception productrice, qui est aussi une appropriation. Ce moment de l'appropriation, où les potentiels sémantiques d'une œuvre viennent nourrir nos interprétations du monde, peut être saisi à travers la dimension communicationnelle de l'expérience esthétique. Celle-ci est non seulement décelable dans les processus d'identification ouvrant à des modèles d'agir, elle est plus fondamentalement constitutive de l'expérience esthétique elle-même. En tant que compréhension réussie se manifestant et s'articulant dans le commentaire, l'expérience esthétique est susceptible d'être justifiée par des raisons. D'où l'idée d'une « rationalité esthétique », appréhendable dans nos discussions au sujet de la qualité d'une œuvre, de quelque « monde de l'art » qu'elle soit issue. Après avoir tenté de clarifier conceptuellement la notion de « réception », nous voudrions à présent donner un prolongement empirique aux thèses développées à travers une brève analyse des « mondes de l'art » des amateurs.

### **Etude d'un caméra-club amateur : la sociabilité esthétique ou la dimension pratique de la réception esthétique.**

Nous inspirant de Becker, nous évoquerons plus particulièrement, parmi les activités coopératives qui sous-tendent un

(60) BECKER, 1988

(61) BECKER, 1985

(62) BECKER, 1988 : 58

(63) *Id.* : 59

monde de l'art, les interactions verbales à travers lesquelles les œuvres sont jugées et discutées. Nous contribuerons ainsi à l'étude des discussions esthétiques, à laquelle les thèses de Seel et de Wellmer nous invitent. Nous examinerons en particulier comment l'expérience esthétique se trouve concrètement engagée dans les interactions ordinaires.

Parmi les « mondes de l'art » des amateurs nous nous sommes intéressés à celui du cinéma amateur. Ce monde de l'art a retenu notre attention parce qu'il représente une pratique typique de la culture de loisirs concrètement ancrée dans la vie quotidienne. Nous avons suivi avec assiduité les activités d'un club de cinéastes amateurs (64), le Ciné-Club 9 5 de France. Celui-ci a la particularité de produire encore, par choix esthétique, des films en format 9 5, dit aussi Pathé-Baby, inventé en 1922 ! La principale activité de ce club consiste à organiser des projections privées de films réalisés par ses membres. A celles-ci s'ajoutent des séances plus informelles et plus conviviales ayant lieu au domicile des adhérents du club.

Nous nous sommes intéressés plus particulièrement à une séance de projection qu'un ancien membre du club organisait à son domicile. Les participants, à peu près une dizaine de couples, se sont retrouvés un samedi après-midi, dans le sous-sol d'un pavillon de la banlieue parisienne aménagé en véritable salle de cinéma, avec ses fauteuils, son écran fixe encadré de rideaux rouges, sa cabine de projection, des vitrines abritant la collection d'appareils pour films de tous les formats (du 35 mm au Super 8) du propriétaire. Le programme de la séance, composé de films de cinéastes amateurs mais aussi de films professionnels (films d'éditions Pathé, actualités Gaumont ) fut un festival de « formats ». La séance elle-même était ponctuée par un entracte au cours duquel furent servis des mets confectionnés par les invités eux-mêmes.

Nous avons procédé à l'enregistrement vidéo de cette séance et à la transcription des interactions verbales et des arrangements non-conversationnels. Pourquoi ? Nous avons expliqué ci-dessus pourquoi la méthode des entretiens était prise en compte par les études de réception des médias : elle semble permettre d'accéder directement à cette expérience obscure que demeure la réception dans ce courant de recherche. Or cet accès direct est dans une grande majorité de cas provoqué. A défaut de pouvoir « recueillir des échantillons de pensées sans les provoquer, ni des échantillons de conversations sans les construire », comme le formulent abruptement E. Katz et T. Liebes (65), on procède à une verbalisation « forcée ». Certains chercheurs de ce courant, P. Dahlgren par exemple (66), ont objecté que ces entretiens créent un contexte artificiel, imposent un cadre formel d'enquête qui favorise un discours de scène plutôt que de coulisses (67). Attentif au caractère indexical du sens, c'est-à-dire à sa dépendance par rapport à la situation d'énonciation, Dahlgren a choisi de travailler plutôt sur des conversations, sur des causeries dans des soirées ou même dans l'autobus, etc. Il les a répertoriées suivant une typologie des discours qu'il a construite. Cette approche typologique a cependant l'inconvénient de réifier le phénomène de la réception selon des catégories créées par l'analyste. De plus, l'option méthodologique qui la sous-tend ne se préoccupe pas plus que celles qu'elle critique de spécifier le statut des prétendues verbalisations de l'expérience de la réception.

Or il nous semble que les thèses de l'esthétique de la réception et de l'esthétique communicationnelle peuvent éclairer le problème de façon féconde. Elles permettent en effet de spécifier les différents moments de cette expérience et de rendre compte du statut d'un discours portant sur les qualités d'une œuvre. Elles évitent ainsi de séparer l'expérience esthétique

(64) ALLARD, 1994

(65) Cité in SCHRODER, 1990 : 329

(66) DAHLGREN, 1990

(67) GOFFMAN, 1991

non seulement du phénomène d'élucidation du sens – toute réception implique en effet une « compréhension dialoguée » d'un texte par un lecteur – mais encore de son articulation discursive, formulée dans les nombreux commentaires que suscite une œuvre. A ce cadre conceptuel correspond une méthodologie : elle consiste à prendre en considération les commentaires au sujet des textes, ou des œuvres dans la dynamique même de leur formation temporelle et de leur expression publique en contexte. On sait que ce parti-pris quasi descriptiviste a été adopté par les ethnométhodologues, qui cherchent à rendre compte de la constitution endogène, du point de vue de l'attitude naturelle, des activités situées des acteurs. Celles-ci sont considérées comme des accomplissements pratiques, continus et concertés, dont les membres peuvent toujours rendre compte verbalement.

Ce programme, qui prolonge la perspective interactionniste, a conduit à de nombreuses recherches. La plupart d'entre elles relèvent de l'analyse de conversation, qui travaille à partir des conversations enregistrées *in situ* et intégralement transcrites.

Revenons à la séance de projection que nous avons observée. Nous avons d'abord noté que des commentaires étaient produits au début des films et pendant leur projection sans que ces interventions ne provoquent de la part des autres invités des demandes furibondes de silence. Toutes les personnes présentes endossent le rôle d'un spectateur de cinéma, mobilisent les modes de production de sens et d'affects spécifiques aux institutions cinématographique et spectatorielle (68), au rang desquels il faut compter le silence. Cette absence de répliques nous a conduite à interroger le statut de ces commentaires au regard d'une certaine conception de la réception. Si la réception, comme il vient d'être expliqué, consiste pour le spectateur

à s'approprier le sens d'un film et si cette appropriation est indissociable de la communicabilité de l'expérience esthétique en tant qu'acte de compréhension réussi s'articulant et se manifestant dans le commentaire – c'est pourquoi il est quelque peu vain de vouloir observer comment les gens « reçoivent » la télévision par exemple –, les conversations qui ont eu lieu pendant la projection peuvent être considérées comme des manifestations publiques de la compréhension et de l'interprétation de chacun des spectateurs. Ces manifestations supposent la mobilisation de l'expérience esthétique, en cours, de chacun. On peut éclairer ce phénomène en le comparant à une procédure conversationnelle courante, signalée par Anita Pomerantz. Elle consiste à identifier la « source » qui fait affirmer un état de chose ou formuler une opinion, notamment dans le cas où il s'agit de défendre son point de vue lors de débats serrés (69).

Dans notre exemple, les conversations sont orientées non pas vers la confrontation mais vers la coopération dans la compréhension et l'interprétation : chaque spectateur comprend et interprète le film à la lumière de la compréhension et de l'interprétation des autres. Cette orientation vers la coopération est remarquable au niveau de la gestion des tours de parole : ceux-ci s'enchaînent rapidement, quasiment sans chevauchement, et lorsque un jugement est émis, des confirmations lui succèdent aussitôt (70). Une telle absence d'empiètements est peu courante dans une réunion à participants multiples, où l'allocation des tours de parole peut devenir problématique, car « plus le groupe est large, moins il y a d'opportunités d'avoir un tour » (71).

L'analyse séquentielle des commentaires nous informe donc d'une caractéristique essentielle de cette projection privée : les participants y sont présents pour voir des films, certes, comme leur posi-

(69) ODIN, 1992.

(69) POMERANTZ, 1984.

(70) SACKS, SCHEGLOFF ET JEFFERSON, 1974.

(71) ATKINSON, 1982 : 99.

tionnement en spectateur l'atteste, mais aussi pour les voir ensemble. Il s'agit d'une pratique de sociabilité d'un type particulier, que l'on peut appeler « sociabilité esthétique ». « Voir ensemble des films » suppose de les comprendre de manière concertée mais aussi de s'accorder dans les jugements fournis à leur sujet. Cette pratique de sociabilité repose sur des rituels propres aux séances de ciné-club (72), et sur le partage d'un goût cinématographique. Mais d'un autre côté, elle se traduit par des conversations des plus ordinaires, que l'on rencontre dans toute réunion mondaine.

Ainsi une mise en commun des compréhensions, des interprétations et des jugements, bref des expériences esthétiques, est-elle saisissable au niveau séquentiel des tours de paroles. Cet espace conversationnel tissé au fil des « placements dans les positions de prise de parole attribuées par la gestion conversationnelle de l'allocation des tours » est aussi un espace public dans lequel les opinions de chacun acquièrent leur individualité et leurs traits identifiants (73). Grâce à cette aptitude de l'expérience esthétique à générer la communication, qui se manifeste par la communicabilité de son articulation discursive, cette expérience ne cesse d'intervenir comme ressource dans les interactions ordinaires, « enrichissante comme un pôle supplémentaire des ressources de l'entente inter-humaine » (74).

Cette capacité du jugement esthétique de relier des hommes avait été fortement soulignée par Hannah Arendt dans son interprétation de la théorie kantienne du jugement de goût. En effet, selon Arendt, « juger est une importante activité, sinon la plus importante, en laquelle ce partager-le-monde-avec-autrui se produit » (75). Par le partage intersubjectif d'un goût commun,

on se choisit aussi une « compagnie ». En communiquant ses sentiments, ses plaisirs et ses satisfactions désintéressées, on révèle ses choix et on élit sa compagnie. « Je préfère avoir tort avec Platon que raison avec les pythagoriciens » (76). On peut interpréter en ces termes les activités du caméra-club que nous avons tenté d'analyser : elles engendrent une communauté de goût, rassemblant régulièrement des hommes, et les reliant à travers l'expression d'appréciations esthétiques validées intersubjectivement.

Mais cette communauté de goût n'est pas seulement une communauté d'interprétation, constituée sur la base de répertoires interprétatifs communs (77). Elle est aussi un « monde de l'art ». Car les critères de jugement sur le « beau film amateur » qui émergent à travers les interactions verbales dans une séance de projection viennent en retour éclairer la production des membres du caméra-club. Par exemple dans la séance que nous avons observée, il est un moment curieux : le réalisateur des films projetés s'avance au-devant de l'écran pour expliquer comment il les a produits sur le plan technique. Une longue conversation s'ensuit entre plusieurs membres du club, au cours de laquelle sont formulés en toute généralité les critères d'un beau film amateur et les pièges que doit éviter son réalisateur – faire long, singer les cinéastes professionnels, etc. En fait, ces critères de jugement constituent également des normes de production. C'est pourquoi ce caméra-club peut aussi être considéré comme un « monde de l'art » parmi d'autres, où prennent forme des activités de production et de réception suivant des conventions internes plus ou moins stabilisées. Ce « monde de l'art » est entretenu par des pratiques sociales relevant d'une « sociabilité esthétique ».

72) Ainsi, parmi les traits typiques d'une réunion formelle, on peut noter comment l'invitant adoptant le « cadre de participation » (GOFFMANN, 1981) de l'animateur chercherait à constituer un auditoire (ATKINSON, 1982), au niveau des arrangements non-conversationnels : créait un espace scénique par sa façon de se placer devant l'écran.

73) QUERE, 1991 : 272

74) SEEL, 1993

75) ARENDT, 1989 : 283

76) ARENDT, 1991 : 113

77) FISH, 1980



Cet exemple nous conforte dans l'idée qu'une réflexion sur la portée des expériences faites au sujet des œuvres d'art dans le monde de la vie peut s'intéresser à toutes les pratiques artistiques, si tant est que l'appellation d'« œuvre » se trouve justifiée dans des communautés de goût, des communautés restreintes d'interpréta-

tion ou des « mondes de l'art », délimités par des conventions interprétatives. Et même si ces communautés s'avèrent éclatées, à l'image des sociétés modernes pluralistes et démocratiques, il reste que leur existence repose sur les procédures universalisables de la communication esthétique.

---

## RÉFÉRENCES

---

- ADORNO T W et HORKHEIMER M , *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard (TEL), 1983
- ALLARD L , *L'espace public esthétique et les amateurs* « L'exemple du cinéma privé », Thèse de doctorat – Université Sorbonne Nouvelle Paris III, 1994
- ARENDT H , *La crise de la culture*, Paris, Gallimard (Folio Essais) 1989  
– *Juger Sur la philosophie politique de Kant*, Paris, Le Seuil, 1991
- ATKINSON J M , « Understanding formality the categorization and production of “ formal” interaction », *British Journal of Sociology*, 22 (1), pp 86-117, 1982
- BECKER H , « Postface à la traduction française d'*Outsiders* » in Id , *Outsiders*, Paris, A M Métailié, 1985  
– *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988
- BOUCHINDHOMME C , « Naissances de l'esthétique » in BOUCHINDHOMME C et ROCHLITZ R (ed), *L'art sans comptes*, Paris, Le Cerf, pp 173-202, 1992
- DAHLGREN P , « Les actualités télévisées A chacun son interprétation », *Réseaux* n°44-45, pp 299-312, 1990
- FISH S , *Is there a text in this class ? The authority of interpretative communities*, Cambridge, Harvard University Press, 1980
- GADAMER H G , *Vérité et méthode*, Paris, Le Seuil, 1976
- GARFINKEL H et SACKS H , « On formal structures of practical actions » in M C KINNEY, E A TIRYAKIAN (eds), *Theoretical sociology*, New York, Appleton Century Crofts, pp 338-366, 1970
- GOFFMAN E , *Façons de parler*, Paris, Minuit, 1987  
– *Les cadres de l'expérience*, Paris, Minuit, 1991
- HABERMAS J , « La modernité un projet inachevé », *Critique* n° 413, pp 950-969, 1981  
– *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 2 vol, 1987  
– « Questions, contre-questions », *Critique* n° 493-494, pp 473-486 , 1988
- HALL S , *Culture, media and language working papers in cultural studies 1972-1979*, London, Hutchinson, 1980
- JAUSS H R , *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1978  
– « La jouissance esthétique », *Poétique* n° 39, pp 261-274, 1979  
– « Esthétique de la réception et communication littéraire », *Critique* n° 413, pp 1116-1130, 1981  
– *Pour une herméneutique littéraire*, Paris, Gallimard, 1988
- KANT E , *Critique de la faculté de juger*, sous la direction de F Alquié, Paris, Gallimard (Folio Essais), 1790
- ODIN R , « Le spectateur de cinéma approche sémio-pragmatique », *Communications* (Québec) n° 13 (2), pp 39-58, 1992
- POMERANTZ A , « Giving a source or basis the practice in conversation of telling “how I know” », *Journal of pragmatics* n° 8, pp 607-625, 1984
- QUERE L , « Construction de la relation et coordination de l'action dans la conversation » in B CONEIN, M de FORNEL L QUERE eds , *Les formes de la conversation*, Paris, CNET, vol 2, pp 223-254, 1991

RICHARDSON K , CORNER J ,  
« Reading reception mediation and transparency in viewer's accounts of a TV programme », *Media, Culture and Society*, vol 8 (4), pp 485-508, 1986

RICOEUR P , *Temps et récit III Le temps raconté*, Paris, Le Seuil, 1985

ROCHLITZ R , « Dans le flou artistique Eléments d'une théorie de la rationalité esthétique » in BOUCHINDHOMME C et ROCHLITZ R (eds ), *L'art sans compas*, Paris, Le Cerf, pp 203-238, 1992

– *Subvention et subversion Art contemporain et argumentation esthétique*, Paris, Gallimard, 1994

SACKS H , SCHEGLOFF E , JEFFERSON G , « A simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation », *Language* n° 50, pp 696-735, 1974

– « Opening up closings », *Semiotica* n° 7, pp 289-327, 1973

SCHAEFFER J M, *L'art de l'âge moderne L'esthétique et la philosophie de l'art du XVIII<sup>e</sup> siècle à nos jours*, Paris, Gallimard, 1992

SCHRODER K , « Vers une convergence de traditions antagonistes », *Réseaux* n° 44-45, pp 317-338, 1990

SEEL M , *L'art de diviser Le concept de rationalité esthétique*, Paris, Armand Colin, 1993

WELLMER A , « Dialectique de la modernité et de la post-modernité La critique de la raison après Adorno », *Les Cahiers de Philosophie* n° 5, pp 99-161, 1988

– « Vérité-Apparence-Réconciliation Adorno et le sauvetage esthétique de la modernité » in R. ROCHLITZ (ed ), *Théories esthétiques après Adorno*, Le Mejan, Arles, Actes Sud, pp 249-289, 1990