



100  
RUE CLAYTON

100  
RUE CLAYTON



# CINÉMA ET PSYCHIATRIE

## APERÇUS DU PLUS RÉCENT

### ROMANTISME

PAR MAX GOLDMINC

*Les hypothèses que je soumetts dans cet essai peuvent s'analyser comme autant d'approches de la sensibilité romantique, telle qu'elle s'exprime au cinéma, jusqu'à ses actualisations les plus récentes. Plus spécifiquement, je propose de considérer le cinéma romantique comme le lieu privilégié de rencontres transformatives pour toutes les parties entre le spectateur, l'auteur de cinéma, et son personnage. En décomposant la matière première des personnages, en auscultant leur vie à l'écran et leur propagation en dehors, en me demandant, enfin, si les dispositifs actuels de diffusion de l'image sur internet n'empêchent pas déjà ces rencontres, je parlerai nécessairement du cinéma de l'extérieur. Débordant sur les concepts de la psychologie et de l'histoire, je ne prétends pas à la pure critique d'art. Si cet essai prétend à quelque chose, c'est au statut d'histoire et, comme toutes les bonnes histoires, la mienne se veut ternaire : comment j'ai rencontré un personnage ; comment un personnage m'a rencontré ; comment et comment ne pas rencontrer quelqu'un.*

Les films, le cinéma, le cinématographe, et d'autres façons de désigner un même phénomène nous sont parvenues depuis les dernières années du XIX<sup>e</sup> siècle, temps des inventions heureuses et babéliennes, jusqu'aux premières du XXI<sup>e</sup>, accoucheur de plusieurs apocalypses. Né dans un monde dont il ne reste plus que des traces, le cinéma a plus d'une fois reçu la nouvelle d'une mort imminente : avec le parlant, et même la couleur, la télévision, Internet d'autant plus. Or le cinéma n'a pas seulement survécu à ces transformations, il en a joué pour préciser ses propriétés. En réponse aux alarmes du temps présent, j'espère démontrer, à l'en-

contre du tableau noir que composent la déconsidération compréhensible<sup>1</sup> des plus nostalgiques esthètes, le péril commercial<sup>2</sup> et l'obsolescence du médium prophétisée par une hargneuse sériphilie<sup>3</sup> que, s'emparant du cinéma, Internet, comme lieu de citation et de partage de l'image, en a synthétisé et augmenté un aspect constitutif — le romantisme. Mais, loin de faire perdurer le cinéma tel qu'on l'a connu, cet usage (fait de citation, de partage et de consommation nécessairement amnésiques) s'apparente à un agent pathogène pour son public, en prescrivant des attitudes imitatives obsessionnelles à un nouveau type de spectateurs

démolis par l'anomie. On peut le dire autrement : l'analyse de ce cinéma-sur-Internet ressort immédiatement du domaine de la pathologie. Le cinéma n'est pas mort ; c'est bien pire, il rend malade. Son usage a pris une direction qu'on n'aurait sans doute ni prédite, ni souhaitée. Mais, plutôt que de reprendre la boucle spéculative de la mort ou de la dénaturation de cet art, il faut poser une question qui nous concerne de plus près : de quelles maladies le cinéma est-il aujourd'hui le foyer ? C'est-à-dire : le centre de tri et de distribution des problèmes sensibles de son premier public — les jeunes hommes.

<sup>1</sup> On peut rappeler l'appauvrissement induit par le passage au numérique, bien connu, au-delà du cercle des cinéphiles, de tout spectateur attentif, technique qui domine plus qu'elle n'est dominée par l'industrie cinéma-

tographique, sauf réalisations exceptionnelles, et qui a disjoint l'union persuasive de la réalité et de sa représentation.

<sup>2</sup> La querelle autour de la production des studios Marvel ravivée par les malédictions

du grand prêtre Martin Scorsese recouvre ces deux tendances.

<sup>3</sup> L'impuissance de la série du point de vue de l'art romantique ne pourra être abordée qu'à la fin de cette étude.

Pour y répondre, je dois prier le lecteur d'admettre deux données de départ. Première, que le genre de cinéma dont on doit parler ici est fait selon la vue masculine et pour sa jouissance — ce *male gaze* récemment débusqué par la pensée critique bien au-delà de la cinéphilie. La psychologie enseigne que les hommes sont plus impressionnables que les femmes devant l'image, surtout l'image à connotation sexuelle<sup>4</sup> et, bien souvent, la cinéphilie n'est qu'une phase de la puberté du garçon. François Truffaut le confessait : « Le cinéma est un art de la femme, c'est-à-dire de l'actrice. Le travail du metteur en scène consiste à faire faire de jolies choses à de jolies femmes<sup>5</sup> ». Bien sûr — heureusement — le cinéma excède les bornes étroites de l'érotisme adolescent et ne se résume pas à la Nouvelle Vague. Reste que la plupart de ses grandes réalisations reposent sur l'excitation du désir que ne contient pas le seul registre érotique : c'est d'un désir plus vaste et général, aux confins du délire<sup>6</sup>, que vit le spectateur.

Depuis que l'image est mobile et sonore, son animation sert de liturgie au culte de la personnalité, culte qui connaît sa communion (la consommation de l'image), sa prière (l'imagination), ses œuvres (l'imitation de ce qui a été vu), son obéissance et son espoir (l'abandon à la providence du metteur en scène) — et cette image que le cinéma produit n'a pas fini de transformer l'homme. C'est la deuxième donnée qu'il faut tenir pour acquise pour continuer : que le cinéma ne se

contente pas de véhiculer des représentations, mais qu'en exposant le spectateur à une vie synthétique, délestée de ses temps morts, il a certes de quoi lui prescrire des comportements. De sorte que son incidence est toujours double, psychique, et sociale, psycho-sociale<sup>7</sup>. Cette considération est d'autant plus urgente pour un art en crise : si le cinéma en traverse une, on est comme contraint de considérer certains aspects extra-artistiques, bien qu'un certain bon goût critique nous en défende. Empruntant cette voie, j'espère arriver aux confins de la vie psycho-sociale d'une partie de la jeunesse masculine en étudiant les modalités particulières de réception et d'usage d'un certain genre de cinéma, que j'appellerai le cinéma romantique.

Pour les besoins de la démonstration, je me limite à une définition particulière du romantisme. Son premier mérite sera de servir de pont entre des moments culturels qu'on dirait enfouis au premier abord, et des moments contemporains. Surtout, la notion doit permettre d'articuler l'expérience vécue de l'artiste à celle du spectateur qui la reçoit. Le romantisme est par conséquent le nom d'un phénomène auquel le sociologue et le psychologue doivent porter une égale attention — un phénomène psycho-social. Ainsi, que le romantisme ait cessé de désigner une étape de la seule histoire de la culture, sans plus dépendre d'une chaumière battue par des vents gothiques ou d'arpèges brisés, je le mesure au fait qu'à chaque génération se tient un nombre incalculable d'hommes

qui, comme le *Voyageur au-dessus de la mer de nuages*<sup>8</sup>, sont décidés à I. sculpter frénétiquement leur intériorité II. à l'image d'un archétype prescrit par un génie, III. en révolte contre le parc humain. Son premier et son troisième ne font pas mystère. Le deuxième relève davantage de l'ingénierie interne (ressorts profonds de l'œuvre) et externe (moyens de publication et de circulation de l'œuvre) de n'importe quelle œuvre d'art. Quant aux génies, ces grands créateurs qui font avancer leur art dans des directions imprévues, s'ils peuvent avoir conscience de leur qualité, ils ne savent pas toujours à fond ce qu'ils font : ils créent de nécessité, mais de quelle matière est faite cette nécessité, quels archétypes ils retrouvent ou recréent, cela peut rester scellé selon le bon vouloir de l'esprit qui les anime (où l'étymologie n'est pas de trop). Le concept d'archétype auquel je me réfère n'est pas celui de Jung lui-même, mais il dépend en partie de la psychologie analytique. Par archétype j'entends plus simplement une catégorie de personnage qui se reconnaît, d'une part, à sa fonction dans le récit, à ce qu'elle lui impose et lui permet et, d'autre part, aux interactions d'un archétype donné avec d'autres. Aussi faut-il, en marchant sur nos deux jambes, psychologie et sociologie, appliquer à la notion d'archétype ce que Mauss dit du symbole<sup>9</sup>. Entre le bourdonnement du grand écran et le bouillonnement de l'écran minuscule du *smartphone* où le cinéma s'injecte plus qu'il ne se

<sup>4</sup> « Although experimental studies support the idea that men generally respond more to sexual stimuli than women, there is not a complete understanding of this sex difference. » (Rupp HA, Wallen K. *Sex differences in response to visual sexual stimuli: a review*. Arch Sex Behav. 2008 Apr; 37(2): 206-18.)

<sup>5</sup> François Truffaut, *Les films de ma vie*, « Otto Preminger », Flammarion, Champs, Arts, 2006

<sup>6</sup> Revenant sur l'un de ses propres épisodes de « communication avec les aspects dissociés de l'inconscient », au cours duquel il a rencontré le concept central d'anima, Jung écrit : « Comme ce n'était manifestement pas scientifique, j'aurais pu prendre cela pour de l'art, mais je savais très bien que ce n'était pas la bonne attitude. Avec la secrète

conviction que c'était de l'art, j'aurais facilement pu regarder le flux de l'inconscient comme si j'avais été au cinéma. » (Jung, *Introduction à la psychologie jungienne. Le séminaire de psychologie analytique de 1925*, Sixième cours, Albin Michel, 2015). Je souligne.

<sup>7</sup> Sur les rapports entre psychologie et sociologie, voir M. Mauss, « Rapports réels et pratiques de la psychologie et de la sociologie », *Journal de Psychologie Normale et Pathologique*, 1924, dont l'édition électronique se trouve aux Classiques des sciences sociales (Québec).

<sup>8</sup> Ce tableau, qui sert d'illustration au « courant » du romantisme dans les manuels scolaires, a un mérite supplémentaire : c'est la perspective choisie par l'artiste qui suscite en nous la résolution de nous transformer,

dans la solitude, en un archétype — d'être romantique. N'est montré qu'un homme debout et de dos ; l'œil se trouve à la distance qui serait celle du second qui suit le héros et qui, parce qu'il n'en voit pas le visage espère en lui. L'artiste cache activement le visage du héros, et les cinéastes, en montrant le visage du personnage, le cachent encore mieux. Bientôt, le spectateur changera de vie pour être ce visage qu'il ne voit pas.

<sup>9</sup> « Car c'est là qu'est un des points fondamentaux à la fois de la vie sociale et de la vie de la conscience individuelle : le symbole — génie évoqué — a sa vie propre ; il agit et se reproduit indéfiniment. » (Mauss, *op. cit.*, chap. III, « Services à rendre par la sociologie à la psychologie »).

