

ODIN, Roger (sous la direction de). *Le Film de famille. Usage privé, Usage public*. Paris : Méridiens Klincksieck, 1995, 235 p.

Denis Noël

Volume 6, Number 2-3, Spring 1996

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1000982ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1000982ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Cinémas

ISSN

1181-6945 (print)

1705-6500 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Noël, D. (1996). Review of [ODIN, Roger (sous la direction de). *Le Film de famille. Usage privé, Usage public*. Paris : Méridiens Klincksieck, 1995, 235 p.] *Cinémas*, 6(2-3), 223–230. <https://doi.org/10.7202/1000982ar>

ODIN, Roger (sous la direction de). *Le Film de famille. Usage privé, usage public*. Paris : Méridiens Klincksieck, 1995, 235 p.

Cette monographie est en fait un recueil de 13 textes qui traitent d'une forme de production filmique quasi ignorée des études cinématographiques, en l'occurrence ce lumineux objet qu'on désigne, par commodité, « film de famille ». On verra plus loin que ce syntagme nominatif recouvre plusieurs formes et pratiques filmiques/vidéographiques, qui renvoient à différents types de dynamiques réceptives. L'ouvrage présente aussi une bibliographie spécifique importante, ainsi qu'une liste d'associations et de cinémathèques européennes qui se consacrent en partie ou en totalité à la conservation, à l'étude et à la diffusion du film de famille.

Cette contribution importante et originale a été rendue possible par la mise sur pied, en 1993, du « Réseau européen de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel », dont les assises sont à l'Université de Paris III-Sorbonne nouvelle et qui est dirigé par Roger Odin, professeur de sciences de l'information et de la communication, connu en particulier pour ses recherches et réflexions sur la théorie sémio-pragmatique opérationnelle dans un contexte institutionnel donné.

De façon arbitraire, j'ai regroupé ces articles en cinq thématiques, non exclusives cependant.

Seul texte portant spécifiquement sur le *concept d'institution*, « Le film de famille dans l'institution familiale », de Roger Odin, apporte des éléments de définition de l'objet filmique à l'étude dans le contexte d'un axe communicationnel spécifique (l'axe familial) en soulignant ce qui le différencie des autres types de productions non professionnelles, c'est-à-dire les films d'amateurs, les films militants et les films d'étudiants. Mettant en

œuvre son approche sémio-pragmatique, il présente un système composé de huit figures stylistiques récurrentes dans les films de famille, qui font dire à plusieurs qu'il s'agit de « films mal faits ». Néanmoins, ce type de film fonctionne très bien dans le cadre de réception de la famille, justement visée et concernée dès la phase du tournage. Il est donc normal, voire souhaitable pour maintenir l'intégrité familiale, que sa production reste en marge des normes institutionnelles du cinéma dominant, soit le cinéma de fiction. Sa fonction principale est de répondre au besoin de modélisation sociale tout en contribuant au renforcement de la cellule familiale. Son impact sur les membres de la famille est déterminant, car il ne s'agit en aucun cas d'une production insignifiante ou innocente. Il peut même provoquer de véritables drames familiaux.

Six textes abordent le film de famille sous l'angle de sa valeur de document, opérant ainsi un transfert vers d'autres axes de pertinence (institutions), s'éloignant de la réception initiale (par la famille), et ce via des approches théoriques diverses.

Patrick Lacoste met à profit son expérience clinique en psychanalyse dans son étude intitulée « Psynéma. Remarques psychanalytiques à propos du film de famille ». Utilisant d'abord comme exemple de réflexion filmique sur le phénomène de la mémoire (à laquelle se rattachent des souvenirs réels ou virtuels) le film *Blade Runner* (R. Scott, 1982), il s'engage ensuite sur une voie beaucoup moins connue et accessible. Utilisant un vocabulaire spécifique à son champ d'expertise, il souligne les processus psychiques sollicités par la production et l'usage des photos et des films de famille, selon les individus. Néanmoins, ses conclusions vont dans le même sens que celles de plusieurs auteurs (dont Roger Odin). Ainsi, « [...] si le film de famille s'inscrit dans une idéologie de la vie domestique, il est peu probable qu'il soit véritablement, au plan individuel, au service d'une idéalisation réussie de la vie familiale [...] » (p. 54). Le film de famille serait plus révélateur de ce qu'est la famille pour chacun de ses membres (comme individus), occultant ce qu'ils sont véritablement à l'intérieur de celle-ci.

Susan Aasman démontre clairement, dans son texte sur « Le film de famille comme document historique », l'intérêt d'utiliser cet artefact moderne comme un témoignage pour l'histoire

sociale et culturelle d'une société donnée, pour une période donnée. Il peut aussi fournir de précieuses informations sur l'évolution de la vie familiale au ^{xx}e siècle. Elle s'appuie en particulier sur l'analyse d'un corpus de films tournés aux Pays-Bas entre 1920 et 1970. En accord avec la théorie sémio-pragmatique, elle souligne l'importance, pour l'historien(ne), du critère de sélection d'un film de famille donné, lequel critère doit être déterminé en fonction de l'objectif visé par sa recherche (l'axe de pertinence privilégié). Ce choix peut donc être fait en considération du sujet du film ou du contexte (familial ou social) de réception.

Pour sa part, Laurence Allard aborde une tout autre pratique filmique dans « Une rencontre entre film de famille et film expérimental : le cinéma personnel ». Elle montre à l'aide d'exemples les éléments de convergence du film de famille et de plusieurs films expérimentaux quant à la thématique et à la rhétorique (certains films de A. Warhol, J. Mekas, M. Deren ou K. Anger). Des contraintes d'ordre économique (parmi d'autres) ont rapproché certains cinéastes expérimentaux des cinéastes amateurs par l'utilisation d'un matériel commun et par une approche artisanale, d'où une similitude des modes de production et des espaces de communication (public et réseau limités). De ce point de vue de la réception, elle parle de « communauté organique » (la famille) et de communauté d'interprétation (le public restreint des films expérimentaux). De cette sorte de contamination, d'interpénétration de l'un par l'autre, un sous-genre cinématographique se démarque, le cinéma personnel, qui se situe entre le familial et l'expérimental « pur et dur ». Le film de famille et le film personnel ont la particularité commune d'être compris et correctement interprétés uniquement à l'intérieur de leur propre communauté de communication.

« Le film de famille dans le film de fiction », de Marie-Thérèse Journot, analyse les utilisations possibles de la figure du film/vidéo de famille (il s'agit ici en général de « faux films/vidéos de famille ») à l'intérieur de films de fiction. Cette analyse repose sur l'étude d'un corpus (non exhaustif) de 40 longs métrages distribués entre 1940 et 1994. Elle s'attarde ainsi aux fonctions de ces images qui apparaissent comme un hiatus

formel et, parfois, narratif à l'intérieur de la structure fictionnelle classique. Il y a une augmentation importante de cette présence depuis le début des années 80, coïncidant à peu près avec le passage technologique de la caméra Super 8 (film) au caméscope (vidéo). Il est possible de voir, dans ce phénomène, une marque du pessimisme des cinéastes face à l'avenir incertain du média cinématographique traditionnel.

Privilégiant aussi une approche sémio-pragmatique dans son second article intitulé « Télévision et amateurs : de *Vidéogag* à la télévision de proximité », Laurence Allard analyse la présence de plus en plus grande d'images d'amateurs à la télévision française. Elle utilise, comme exemples, deux émissions construites à partir de matériaux audiovisuels non professionnels, en décrivant les manipulations nécessaires à leur diffusion pour un large public. Son argumentation débouche sur quatre perspectives de cohabitation entre les images privées et le média télévisuel. Une connaissance minimale du PAF (paysage audiovisuel français) est un atout pour apprécier pleinement cette étude de cas.

Dans un texte qui aborde le passage « Du privé au publicitaire », Marie-Thérèse Journot et Chantal Duchet traitent de l'influence du film/vidéo de famille (faux ou rarement authentique) sur la production de messages publicitaires diffusés à la télévision française et nord-européenne (Pays-Bas et Danemark). À l'aide d'exemples et d'un cas plus détaillé (*spot* pour les céréales « Klop-Klop »), elles examinent le fonctionnement de ces images publicitaires contaminées, en quelque sorte, par l'esthétique « film de famille ». Comme c'est le cas dans leur utilisation dans des émissions du type *Vidéogag* (*Drôles de vidéos* serait son équivalent à la télévision québécoise), il y a ici également un travail important de reformatage des images et de l'esthétique des films de famille afin de mettre en valeur les images professionnelles qui montrent le produit à vendre. Apparaissant à prime abord comme une source de renouvellement formel et narratif en publicité télévisuelle, ce métissage risque bien d'être éphémère, un effet de mode qui, la surprise passée, sera intégré au « système tautologique de la publicité ».

Deux textes peuvent être rattachés à une démarche parallèle misant sur un *essai de définition de l'objet filmique en question et*

une analyse de son fonctionnement. « Aux origines du cinéma : le film de famille », d'Éric de Kuyper, tente de définir cette sous-catégorie dominante du film amateur, à la lumière de trois approches : le thème (la famille comme sujet), la quête (in)consciente du bonheur (événements heureux, uniquement) et le désir de communiquer avec le « filmeur » (l'opérateur). Il note qu'il existe des usages privés (en famille) et des usages publics (changement d'institution : sphère de l'art, télévision, cinéma hollywoodien, etc.). Il aborde aussi la problématique complexe du film pornographique (professionnel et amateur) dont la réception peut s'apparenter avec celle du film de famille.

Karl Sierek se penche sur les relations particulières qui se développent entre le spectateur « étranger » et le film de famille dans « "C'est beau, ici". Se regarder voir dans le film de famille ». Sa réflexion s'appuie sur le visionnement d'un corpus de films Super 8 et 8 mm autrichiens. Il fait une analyse poussée des rapports complexes du filmeur avec la(les) personne(s) filmée(s) et le spectateur « intrus » (Sierek) dans le contexte de réception du film « anonyme » (retrouvé chez un antiquaire), dont il ignore presque tout (qui a filmé et qui sont les « acteurs »). L'auteur professe son amour pour le « cinéma anonyme » avant de préciser que les membres de la famille mettent en œuvre un processus réflexif lors de leur lecture, qui sera alors documentarisante. De son côté, l'intrus s'engage dans un processus transitif et fait alors une lecture fictionnalisante.

Sous la thématique *études de réception*, j'ai réuni deux textes qui présentent par ailleurs des attitudes stylistique et théorique assez éloignées. Dans « La revanche de l'anecdote. Trois lectures pour une esthétique frivole du film de famille », il ne faut pas s'y méprendre. Cette réflexion est loin d'être frivole, bien que l'on pourrait qualifier la prose de Marc Ferniot de « sémio-poétique » ! À partir d'un corpus limité de trois types de documents diffusés en vidéo (une émission de télévision française, une vidéo familiale américaine et une vidéo porno amateur française), il élabore et analyse trois modes de lecture différents, spécifiques à chacune de ces productions familiales. Un processus de lecture à plusieurs niveaux opère, au gré du spectateur (prenant plaisir à une lecture esthétisante, par exemple). La nonchalance et la

désinvolture de l'amateur donne quelquefois des résultats qui font penser à l'écriture automatique des surréalistes. On y trouve, çà et là, des portions de réel fulgurantes. Se référant au texte de Barthes sur la tour Eiffel et au « spectacle de la fonction elle-même », il fait une comparaison métaphorique avec le film de famille qui, lui aussi, soutient et renvoie sans cesse vers l'extérieur, donnant un point de vue sur le monde (de la famille, de la société).

Pour sa réflexion élaborée sur « L'effet "film de famille" », Jean-Pierre Esquenazi part d'un positionnement théorique communicationnel axé autour de la réception d'un film par des spectateurs donnés. Il serait plus juste, à ses yeux, de parler d'un « effet film de famille », lequel peut se retrouver dans de nombreuses lectures/réceptions de tout film, qu'il soit de fiction ou documentaire. Il y a plutôt une vision « familiale » d'un film, qui doit répondre à des conditions précises de réception. Cette lecture produit des effets de sens mettant en cause un certain type de récit lié à des référents mémoriels. Il existe aussi une réception non familiale d'un effet familial dans la mesure où un film/vidéo de famille qui s'affiche comme tel (avec l'effet potentiel souhaité) peut s'actualiser dans un contexte de réception extra-familial (comme l'auditoire d'une émission de télévision). Il peut alors se produire un dédoublement par lequel le film de famille montré à la télévision en présence de son « auteur » (vision familiale) devient une sorte de témoignage de la « vérité empirique particulière du film ». Il est question ici de l'effet « testimonial » que peut produire la réception médiatisée et attestée (jusqu'à un certain point) du film de famille.

Les deux derniers textes sont des *cas singuliers*, de par leurs sujets, éloignés dans le temps et l'espace, mais reliés ontologiquement à la production d'images animées destinées au cercle familial. « Le marché du caméscope. Innovation et logique de développement » est une étude micro-économique effectuée par Laurent Creton sur le développement rapide du marché du caméscope en France et son incidence sur la production de vidéos familiales. Cet essor s'est amorcé au début des années 80 dans la plupart des pays industrialisés. Il a été favorisé par la conjonction de plusieurs facteurs économiques, technologiques et socioculturels. La conception et la mise en marché de nou-

veaux produits sont maintenant fonction de trois utilisations principales du client amateur : le voyage, la famille et le reportage. Il faut cependant constater que la nouvelle technologie ne semble pas perturber la pratique traditionnelle de la vidéo de famille. Les usages et pratiques sociales évoluent plus lentement que les outils technologiques (même ultra-performants et simples à utiliser) mis à la disposition des vidéastes amateurs.

L'article de Jeffrey K. Ruoff est, dès son intitulé, tout un programme : « 1927 : ciné Kodak modèle B et voiture Ford modèle T. Un film de voyage de Kiyooka Eiichi ». Abordant son sujet de façon quasi anthropologique, son étude peut être considérée comme un métarécit, tout aussi captivant pour le lecteur qu'a pu l'être le récit, verbal et filmique, de M. Eiichi de retour dans son pays, le Japon. Il s'agit de l'aventure exceptionnelle (peut-être une première) d'un jeune étudiant japonais qui traverse en automobile, avec un couple d'amis (futurs mariés à l'issue du voyage !), les États-Unis d'est en ouest en 1927 et en profite pour filmer, avec un certain souci de mise en scène, son périple à l'aide d'une caméra 16 mm Kodak. Ruoff a eu accès également à une série d'articles du jeune cinéaste amateur publiés au Japon en 1928, ainsi qu'à huit heures d'entretiens avec lui réalisés en 1989. Cela donne un texte qui ressemble à une nouvelle ou à un récit tragi-comique fascinant sur le point de vue d'un étranger sur la société américaine d'avant la grande crise économique et sociale des années 30. Il est intéressant aussi d'examiner le parallèle qui existe entre l'utilisation par l'étudiant bricoleur (qui n'hésite pas à réparer lui-même sa Ford T) de deux technologies récentes (l'automobile produite en série et la caméra cinématographique pour amateur) dans un double objectif : une connaissance approfondie du pays de la modernité et de la démocratie, et la communication différée de cette expérience aux spectateurs familiaux (c'est-à-dire sa famille). Ravi de son odyssée, M. Eiichi épilogue en ces termes : « Après ce voyage, j'ai décidé que les Américains étaient gentils et sympathiques. Ils étaient toujours de bonne humeur. Pendant ce voyage de 40 jours, je n'ai pas entendu un seul mot déplaisant » (p. 95).

Cet ouvrage présente, en somme, un large éventail de points de vue et d'approches théoriques portant tous sur ce qu'il est

convenu d'appeler le « phénomène film de famille » en Occident au XX^e siècle. Manifestation tangible du modernisme et d'une continuité dans le désir des membres de la famille de conserver des preuves (audio)visuelles du bonheur d'être, le film de famille est désormais un champ d'études légitime pour les théoriciens et chercheurs qui veulent diversifier leurs sources d'informations ou explorer de nouvelles avenues de la production cinématographique.

Denis Noël

Université de Montréal