

UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE - PARIS 3

ED 267 Art et Médias

Centre de Recherches sur les Liens Sociaux

Thèse de doctorat en sociologie des arts et des médias

Seung Kyung BAIK

Faire valoir le cinéma de qualité

*Les labels d'art et essai en France
et les salles réservées aux art films en Corée du Sud*

Thèse dirigée par

Antoine Hennion

Soutenue le 25 septembre 2019

Jury :

M. Thierry Roche, Professeur à l'Université Aix-Marseille, rapporteur

M. Jean-Marc Leveratto, Professeur à l'Université de Lorraine, rapporteur

Mme. Laurence Allard, Maître de conférences à l'Université Sorbonne Nouvelle

M. Jean-Michel Frodon, Critique de cinéma, Professeur associé à Sciences-Po
Paris

M. Olivier Thévenin, Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle

M. Antoine Hennion, Directeur de recherche à Mines-ParisTech

Faire valoir le cinéma de qualité.

Les labels d'art et essai en France et les salles réservées aux art films en Corée du Sud

Résumé

Cette étude porte sur le processus de qualification du cinéma de qualité à travers les deux marchés créés principalement par le label d'« art et essai » en France et de celui de « salle réservée aux *art films* » en Corée du Sud. Elle retrace les inventions économiques, politiques et pratiques qui ont permis d'instaurer le cinéma de qualité, le cinéma d'auteur, et de définir peu à peu la notion même de qualité. Fondée sur les idées pragmatiques, la recherche part de l'idée qu'il faut pour cela centrer l'analyse sur l'expérience collective des spectateurs en salle, ce qui permet de distinguer « l'acte d'aller au cinéma » et « l'acte de voir un film ». Conduite à partir de l'analyse de l'industrie et des marchés, des politiques publiques et des systèmes de diffusion en salle, la mise en parallèle de l'histoire de deux pays très différents ayant tous deux une forte tradition de promotion d'un cinéma « de qualité » montre l'importance de la relation entre la construction socio-économique de la qualité et les multiples formats inventés par les acteurs du monde du cinéma non seulement pour diffuser des films, mais aussi et surtout pour attirer des spectateurs et former leurs publics.

Malgré la similitude de chiffres généraux entre leur industrie aujourd'hui, comme la part élevée du marché des films nationaux et le nombre d'entrées par habitant, nos deux pays diffèrent l'un de l'autre à trois niveaux : la date et les formes du développement du marché des films de qualité ; les aides publiques à l'exploitation spécialisée et l'impact des labels sur leur identification ; et la physionomie des salles spécialisées aujourd'hui. Les analyses de chaque pays, présentées tour à tour en raison de ce grand écart, sont en revanche organisées suivant les mêmes étapes : partant d'un rappel des débuts si instructifs de l'industrie du cinéma et des premières interventions de l'État face à la concurrence américaine, elles s'interrogent pour finir sur la situation actuelle, après avoir détaillé pas à pas la formation d'un marché du cinéma différencié, les à-coups des politiques de soutien par l'État, et la mise en place de multiples modes de diffusion en salle.

Mots clés : Art et essai, label de qualité, politique du cinéma, marché du cinéma, sociologie pragmatique, France, Corée du Sud.

Valuing art films

French “art et essai” and South Korean “Movie Theater for art films” labels

Abstract

This present research explores the valuing process of art cinema through two markets, created mainly by the movie theater label “Art et Essai” in France and “Movie Theater for Art films” in South Korea. It traces the economic, political and practical inventions, which enabled quality cinema, or *auteur* cinema, to be formed and to gradually define the very notion of quality. Inspired by pragmatic ideas, this study addresses the collective experience of the audience that leads to the distinction between “going to the cinema” and “seeing a movie”. This comparative historical research of two different countries which have strong traditions of “quality” cinema reveals the importance of the relationship between the socio-economic construction of quality and the various dimensions invented by movie industry participants, who are interested not only in screening films, but also and notably in attracting spectators and creating their audiences.

Despite the similarity of some general figures of their industry such as national films’ market share and cinema admissions per capita, they differ in three ways: the beginning and the development process of the quality film market; government subsidies for art houses by means of quality labels and their impact on the identity formation of quality films in the market; and finally the landscape of art houses today. Analyses of each country presented in turn, because of their great difference, are however following the same path: starting from the presentation of enlightening early stage of the film industry and of the first government intervention against the American invasion; entering into details about art film market creation, subsidy policy changes and implementation of different modes of distribution in movie theater market; and concluding with the present situation.

Keywords: *“Art et essai”, quality label, cinema policy, film market, pragmatic sociology, France, South Korea.*