



**HAL**  
open science

# Affreux, sales et méchants ! Une analyse exploratoire de la critique cinématographique du monde des affaires

Stéphane Debenedetti

## ► To cite this version:

Stéphane Debenedetti. Affreux, sales et méchants ! Une analyse exploratoire de la critique cinématographique du monde des affaires. Les études critiques en management. Une perspective française, Presses Universitaires de Laval, pp.423-466, 2009. halshs-00635789

**HAL Id: halshs-00635789**

**<https://shs.hal.science/halshs-00635789>**

Submitted on 25 Oct 2011

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Affreux, sales et méchants ! Une analyse exploratoire de la critique cinématographique du monde des affaires

Stéphane Debenedetti  
Université Paris-Dauphine

## Introduction

Certains font des films un *business*, d'autres font du *business* la matière même de leurs films. Depuis les origines – 1895, année de la première projection *publique et payante* du cinématographe – les cinéastes n'ont eu de cesse de représenter entreprises et managers. Dès les premiers temps du septième art, ceux de Griffith ou Chaplin, hauts de forme, plastrons et cigares, usines, bourses et grands magasins investissent les écrans, pour ne plus jamais les quitter. Et d'emblée, la tonalité de la représentation cinématographique des « affaires » est plus à la dramatisation ou à l'ironie mordante qu'à la louange. En cela, les cinéastes s'inscrivent largement dans une double tradition, héritée du 19<sup>ème</sup> siècle, celle d'une critique à la fois « sociale » *et* « artiste » du management (Boltanski & Chiapello, 1999). Dans ce texte, je m'interroge sur le contenu et la portée de cette critique cinématographique du monde des affaires. Par monde des affaires, j'entends un ensemble flou et protéiforme d'individus et d'objets qui peuplent généralement l'imaginaire managérial des cinéastes : grandes et moyennes entreprises, marchés, patrons, hommes d'affaires en tout genre<sup>1</sup>. Quelles images les films véhiculent-ils de ce monde des affaires dont ils sont, en tant que « produits » industriels, eux-mêmes issus ? Quelle est la nature et quels sont les enjeux d'une représentation qui apparaît ici singulièrement critique ? L'objet de ce chapitre n'est pas de dresser un portrait exhaustif des différentes « figures » du monde des affaires au fil d'un siècle de cinéma (les différents visages du patron, de l'usine, de la bourse, etc.), mais plutôt, à travers l'analyse comparative de quelques films significatifs de l'histoire du septième art, d'explorer les formes que peut emprunter cette représentation cinématographique ainsi que les différents registres de critique qui la sous-tendent.

Ce texte s'appuie sur une analyse qualitative exploratoire de la représentation du monde des affaires dans un échantillon de convenance de 43 films occidentaux proposant, à l'occasion d'une ou plusieurs séquences, une mise en scène de l'organisation et/ou du marché. L'analyse de ces séquences, dans la tradition de l'analyse filmique, permet de mettre à jour les principales formes cinématographiques dominant la représentation des affaires à l'écran. Les résultats sont exposés sous forme thématique : cinq thèmes génériques ou « points de fixation »<sup>2</sup>, structurant la représentation filmique des affaires, sont ainsi distingués (la violence, l'invisible, la pesanteur, le culte du chiffre et l'immédiat). L'analyse illustrée de ces thèmes est l'occasion d'en dessiner le périmètre ainsi que les multiples incarnations cinématographiques. Constatant la présence d'un fort biais « anti-*business* », j'étudie également la nature, la portée et l'origine des critiques enracinées au cœur de ces cinq points de fixation, m'appuyant en partie sur les travaux de Boltanski et Chiapello (1999), Parker (2005, 2006), Ribstein (2005) et Rhodes (2002).

---

<sup>1</sup> Le petit commerçant, la boutique, le restaurant ou la petite entreprise artisanale n'en font pas partie.

<sup>2</sup> En détournant quelque peu le terme éloquent de Sorlin (1977).

Ce chapitre se compose de trois parties distinctes. La première est l'occasion de revenir sur une récente tradition de recherche en management utilisant la fiction narrative comme objet d'investigation, et de proposer d'y rapprocher les quelques travaux ayant abordé la critique du monde des affaires au cinéma. La deuxième partie consacrée à l'analyse des films met ensuite à jour et développe les incarnations cinématographiques multiples des principaux thèmes récurrents qui accompagnent la représentation des affaires à l'écran. Enfin, la troisième partie explore plusieurs hypothèses susceptibles de rendre compte du « biais anti-business » de ces films, et s'interroge, pour conclure, sur la portée réelle d'un tel discours critique : les cinéastes proposent-ils une véritable « mise en crise » du modèle managérial dominant ?

### **Fiction et sciences de gestion**

Les films peuvent-ils être considérés comme des sources *critiques* du management ? Certains travaux, largement exploratoires, le suggèrent. Avant de les présenter, je propose un bref détour consacré à l'utilisation de la fiction dans la recherche en sciences de gestion : en quoi les fictions narratives, ces textes « exotiques » pour le management, peuvent-elles prétendre au statut d'objet légitime de recherche ?

#### ***L'apport de la fiction narrative à la recherche en gestion***

Dans une perspective postmoderne, toute donnée disponible sur les organisations relève du simulacre, de la représentation, du « texte », qu'il s'agisse du rapport annuel d'une société, d'un audit de consultant, d'un article dans une revue académique ou d'un film de fiction. Dans ce paradigme, il n'existe pas, en effet, de « réalité » externe, préexistante à l'organisation à laquelle se référer. La « réalité » est socialement construite et médiatisée par le langage, qu'il s'agisse d'un langage formel ou de n'importe quel système signifiant comme les images d'un film (Hassard & Holliday, 1998 ; Foreman & Thatchenkery, 1996). Coexistent ainsi une multitude de « textes », de représentations concurrentes de la réalité organisationnelle, proposant autant de visions singulières, dévoilant chacune un nouvel aspect de la réalité inépuisable de l'organisation (Phillips, 1995). A quel texte dès lors donner priorité lorsqu'on étudie les organisations et leurs modèles de gestion ? Traditionnellement, un statut privilégié a toujours été accordé aux représentations produites par la science et les autres formes représentationnelles ont été jugées comme inférieures. En termes hiérarchiques, les représentations numériques quantitatives battent le haut du pavé, alors que celles basées sur la métaphore et la figuration (comme un film ou un roman), occupent le bas de l'échelle.

Cette hiérarchie fondée sur la valeur accordée aux différentes représentations de l'organisation est notamment remise en question par Phillips (1995), auteur d'un article remarqué sur le recours à la « fiction narrative » dans l'exploration des problématiques organisationnelles. Selon cet auteur, le scientifique et l'artiste produisent tous deux des textes dont le statut est somme toute assez similairement ambigu : le scientifique crée plus qu'il ne découvre, utilisant l'illusion et la rhétorique pour convaincre, alors que le créateur de fiction suit le plus souvent un schéma assez proche du scientifique, posant des hypothèses sur le monde, les confrontant à son « réel », puis cherchant à en généraliser la portée. Parmi tous les « textes » produits ou utilisés par les chercheurs en sciences de gestion, Phillips (1995) distingue la fiction narrative pour sa capacité à capturer plus finement la richesse et la diversité de la vie organisationnelle que les méthodes traditionnelles, comme les enquêtes ou les entretiens. En particulier, la fiction narrative constitue un mode alternatif d'exploration des aspects non logiques, non rationnels, purement expérientiels et affectifs de l'organisation (*cf.* Patient, Lawrence & Maitlis, 2003). Il en souligne un autre apport : les fictions narratives

permettent d'étudier des formes organisationnelles disparues ou auxquelles les chercheurs ne peuvent avoir accès (le Goulag soviétique par exemple, décrit par Soljenitsyne), ou encore des aspects « cachés » ou tabous de l'organisation, comme des émotions peu acceptables socialement tels la peur, la colère, l'envie ou le désir.

Ayant souligné la valeur de la fiction narrative pour la recherche en sciences de gestion, Phillips (1995) en distingue quatre utilisations :

- la fiction comme pédagogie : la représentation filmique ou romanesque agit comme un médiateur entre des théories abstraites et le monde subjectif dans lequel vivent les étudiants ;
- la fiction comme ambiance : la fiction fournit un cadre et une atmosphère qui ajoutent vie et intérêt aux articles académiques. C'est un atout rhétorique, illustratif, pour souligner la portée d'un argument.
- la fiction comme méthode : Phillips part du principe que si l'on peut écrire une fiction narrative convaincante « opérationnalisant » une théorie, alors cela ajoute une nouvelle « preuve » de sa validité. Inversement, si une telle fiction narrative est impossible, alors soit la théorie, soit le domaine auquel elle est appliquée, manque de validité ;
- la fiction comme donnée : l'œuvre constitue en soi une riche source de données pour explorer dans sa complexité l'expérience de la vie organisationnelle. Plusieurs chercheurs ont depuis l'article de Phillips adopté cette approche de la « fiction comme donnée », tels Foreman et Thatchenkery (1996) qui ont étudié une transplantation organisationnelle à travers l'analyse du film *Rising sun* ; ou encore Patient, Lawrence et Maitlis (2003) qui ont pu creuser le concept d'envie sur le lieu de travail (*workplace envy*) à travers l'analyse de trois extraits d'un même roman (*Straight man*).

La fiction comme pédagogie, ambiance, méthode ou donnée : à aucun moment Phillips n'envisage explicitement la fiction comme source critique de l'organisation et du management. Pourtant, l'artiste, et en premier lieu le romancier ou le cinéaste (de Zola à Loach), se pose souvent comme un observateur critique de son temps et de ses contemporains. En outre, le regard critique posé sur l'organisation – de l'ironie à la colère en passant par le dégoût – correspond bien à cette catégorie d'affects et de pensées parfois délicates à verbaliser dans un contexte classique d'enquête, qui légitime selon Phillips le recours à la fiction comme outil d'analyse. Enfin, appréhender la fiction comme critique permet de contourner la controverse épistémologique du statut de « vérité » de la fiction puisque c'est justement son caractère subjectif, fantasmatique voire manipulateur qui intéresse ici le chercheur. Dans quelle mesure les œuvres de fiction permettent-elles de « mettre en crise » le modèle de l'organisation capitaliste ? Peuvent-elles constituer les données singulières d'une approche critique alternative des sciences de gestion ?

### ***Penser la critique de l'organisation par la fiction populaire***

Plusieurs chercheurs ont commencé à explorer cette problématique passionnante en mobilisant des œuvres appartenant à la culture dite populaire. Les films, les romans ou les émissions de télévision, formes représentationnelles largement diffusées par le biais de puissantes industries culturelles, proposent ainsi une variété quasi infinie de textes critiques du monde économique, de l'entreprise ou du manager (Pollard, 2000 ; Ribstein, 2005). Cette forme de critique s'inscrit en outre dans une relation paradoxale avec l'organisation capitaliste. Comme le souligne Rhodes (2002), la culture populaire produit en effet des représentations d'organisations proposant une critique des modes des productions et de

consommation qui participent pourtant de sa propre création et de son propre financement. Pour rendre compte de cet apparent paradoxe, Rhodes (2002) convoque Bataille, pour lequel ce type de représentation, qui n'est pas « productive » dans un sens économique classique, est en fait créé par un « excès d'énergie » produit par le système capitaliste. La culture populaire génère ainsi des représentations critiques qui sont « excessives », débordantes, par rapport aux intérêts capitalistes qui la nourrissent.

Les approches retenues jusqu'ici pour étudier la critique de l'entreprise et du marché (ou, plus simplement, du « monde des affaires ») dans les œuvres de la culture populaire sont variées. Globalement, les textes consacrés au sujet se répartissent entre le pur descriptif exploratoire (1), l'analyse quantitative (2) et la tentative de conceptualisation d'inspiration postmoderne (3).

1/ Ribstein (2005) propose une longue étude descriptive des représentations de l'entreprise et de l'entrepreneur dans le cinéma hollywoodien tout au long du 20<sup>ème</sup> siècle. Son exploration suit plusieurs catégories abondamment illustrées (« l'entreprise maligne », « les méchants capitalistes », « actionnaires vs. managers », etc.) et se termine par la proposition d'hypothèses susceptibles de rendre compte d'une représentation très largement négative. La conclusion de l'auteur, rejoint ici par Soter (1996), est que ce n'est pas contre le *business* que porte la charge, mais plutôt contre les capitalistes qui le contrôlent. Il ne s'agirait pas d'un conflit classique entre capital et travail, mais plus d'un conflit entre les créateurs de films et le capital qui les contraint. Au final, le texte de Ribstein s'approche plus d'une critique de la critique cinématographique du *business* que d'une analyse critique de la gestion *via* le film. L'auteur envisage même, en conclusion, diverses réponses possibles pour contrer ce qu'il perçoit, en bon « moderne » conservateur, comme autant d'« erreurs » ou de « fantasmes » par rapport à la « Vérité » du fonctionnement organisationnel, dont le renforcement par l'Etat de l'éducation du peuple aux bienfaits du capitalisme !

2/ Dans une approche empirique quantitative classique, Hartman (2006) s'interroge sur la représentation des vendeurs dans les films, Dimnik et Felton (2000) se penchent sur le cas des comptables au cinéma, alors que Thomas et LeShay (1992) et Lichter, Lichter et Amudson (1997) étudient la manière dont les hommes d'affaires sont dépeints à la télévision. A partir de l'analyse de la description des vendeurs au sein des résumés de scénarios de 211 films, 44 courts métrage et 26 téléfilms ou séries télévisées, Hartman (2006) conclut que la représentation des vendeurs est majoritairement négative. Cette représentation est dominée par deux archétypes : le méchant et l'anti-héros. Les méchants sont sans surprise décrits négativement, agissant pour leur propre compte au détriment d'autrui. Les anti-héros sont représentés de manière neutre ou négative : ils ne font pas de mal à leur prochain mais sont décrits comme simples d'esprit ou idiots. Dimnik et Felton (2000) étudient pour leur part les personnages de comptables dans 125 films du 20<sup>ème</sup> siècle, en codant leurs caractéristiques individuelles. Une analyse factorielle suivie d'une classification et d'une analyse discriminante ont permis de souligner l'existence de 4 stéréotypes, deux négatifs (le comptable servile et le comptable malicieux), un neutre (le comptable travailleur) et un (seul) positif (le comptable héroïque). Thomas et LeShay (1992) reviennent sur les conclusions d'une étude menée par le *Media Institute* en 1981 sur la représentation des hommes d'affaires à la télévision qui concluait à une image négative, les deux tiers des hommes d'affaires examinés étant criminels, immoraux ou idiots. Contestant les conclusions du *Media Institute*, Thomas et LeShay expliquent que ce n'est pas le fait d'être homme d'affaires qui est associé à une image négative mais le fait d'être riche. A travers une analyse du contenu de l'activité professionnelle des personnages de 30 saisons de séries télévisées, Lichter, Lichter et

Amudson (1997) réfutent à leur tour l'argument de Thomas et LeShay (1992) : la télévision ne stigmatise pas la richesse mais bien les affaires, indépendamment donc, des facteurs économiques.

3/ D'autres auteurs proposent une approche plus originale dans laquelle la représentation critique de l'organisation est analysée par le prisme d'un concept puisé dans l'histoire culturelle. Parker (2005) décèle dans la critique de l'organisation portée par les romans et les films depuis le 19<sup>ème</sup> siècle une dimension « gothique », ancrant l'entreprise et ses agents dans un monde mortifère, pervers, violent où noirceur et folie règnent en maître. L'organisation serait aujourd'hui le lieu par excellence de représentation du gothique, et Parker voit dans cette tendance une forme de contestation culturelle du « managérialisme » dominant. Rhodes (2002), à travers l'analyse d'un épisode de la série d'animation *South Park*, met en évidence l'existence d'une représentation « carnavalesque » de l'organisation, propre à une certaine culture populaire subversive. Traditionnellement, le carnaval célébrait la libération temporaire de l'ordre établi, de la hiérarchie, des privilèges, des normes et tabous. L'auteur voit dans *South Park* un exemple de résurgence contemporaine de cette tradition aujourd'hui sur le déclin. L'humour carnavalesque est ainsi l'occasion de critiquer les organisations et leurs comportements de manière certes joyeuse mais aussi pertinente (dans l'épisode étudié, il s'agit du conflit entre une multinationale du café, *Harbucks*, et un petit indépendant).

Tous relèvent dans ces représentations ce qu'il semble désormais commun d'appeler un « biais anti-business » (Ribstein, 2005 ; Shugan, 2006). Les auteurs « modernes » rivalisent d'explications concurrentes pour rendre compte de ces représentations négatives : syndicalisation importante des scénaristes hollywoodiens, méconnaissance du monde de l'entreprise (ce qui suppose « une » vérité de l'entreprise), reflet des tendances de l'opinion, stigmatisation de la richesse... L'analyse la plus convaincante reste celle de Ribstein et Soter : la critique de l'entreprise et du capitalisme ne serait en fait qu'un plaidoyer *pro domo* pour la liberté de création face aux contraintes du management. Je reviendrai en détail, dans la troisième partie, sur cet argument central.

L'ensemble de ces représentations critiques participent de ce que Parker (2006) appelle la « contre culture » de l'organisation. « Contre culture » et « managérialisme » – les deux versants dialectiquement opposés qui constituent la « culture de l'organisation » – seraient engagés dans un combat idéologique pour l'hégémonie représentationnelle. La troisième partie du chapitre sera l'occasion de revenir sur cette vision bipolaire de la « culture de l'organisation » qui suppose que la « contre culture » constitue une véritable « mise en crise » du capitalisme et de ses institutions.

## **La représentation cinématographique du monde des affaires : une approche qualitative exploratoire**

### ***Notes méthodologiques***

S'appuyant sur un travail pédagogique entrepris depuis plusieurs années autour de la question de la représentation cinématographique du monde des affaires, ce texte revendique son statut d'exploration libre et subjective d'un petit nombre d'œuvres cinématographiques dont le choix, outre mon plaisir personnel à les présenter en cours, tient à deux éléments :

- d'une part, chaque film sélectionné donne à voir une image singulière du « monde des affaires », qu'il s'agisse de *managers* (patrons ou hommes d'affaires), d'employés, d'organisations ou de marchés. La majorité de ces films met en scène une ou plusieurs

organisations ; les autres, dont l'enjeu scénaristique semble plus éloigné, *a priori*, du monde de l'entreprise, proposent cependant une ou plusieurs séquences significatives dans leur approche des « affaires » ;

- d'autre part, chacun des films (ou du moins son auteur) a acquis, au sein de son genre, une réputation d'œuvre (ou cinéaste) d'importance, octroyée par la postérité, la critique spécialisée ou le milieu cinématographique lui-même.

Le corpus de 43 films retenu ici, dont la liste exhaustive est présentée en annexe, ne prétend en rien à une quelconque représentativité de la production cinématographique occidentale. L'ensemble est toutefois assez diversifié, couvrant un siècle de cinéma (de 1909, avec « A corner in wheat » de D.W. Griffith à 2004, avec « Mondovino » de J. Nossiter), touchant à de multiples genres (comédie, drame, fantastique, documentaire<sup>3</sup>) et proposant une répartition moyenne de 6 à 7 films américains pour 3 à 4 européens, canadiens ou australiens. La diversité volontaire de ces films tient à ma volonté d'approfondir ce qu'une première lecture « flottante » de ces œuvres a laissé transparaître : la récurrence, de film en film, de certaines figures et formes représentationnelles de l'entreprise.

Ce chapitre n'est pas une démonstration visant à épuiser le « sens critique » de ces œuvres cinématographiques, mais l'interprétation subjective de films, dans un cadre interprétatif qui est celui du management et de sa critique. Pour ce faire, chaque film a fait l'objet d'une analyse des modes de représentation des grandes « figures » du monde des affaires à l'écran (patrons, hommes d'affaires, employés, organisations et marchés). S'appuyant sur les outils et concepts usuels de l'analyse filmique (Aumont & Marie, 1988 ; Bordwell & Thompson, 2000 ; Vanoye & Goliot-Lété, 1992), l'étude des œuvres a porté sur la mise en scène (les traits caractéristiques de la représentation visuelle et sonore du monde des affaires à l'écran), le système de narration (la structure du film et les choix de montage) et le scénario (le rôle des différentes figures du monde des affaires dans le déroulement de l'histoire ; la définition des personnages...). Sans perdre de vue le propos et l'architecture globale de chaque film, mon analyse a porté plus particulièrement sur les séquences offrant les passages jugés les plus révélateurs et significatifs, en termes de représentation du monde économique. J'ai enfin comparé les différents points de vue proposés dans l'ensemble des œuvres. Cette analyse est restituée dans le texte sous la forme intégrée de cinq grands thèmes génériques ou points de fixation (la violence, l'invisible, la pesanteur et la légèreté, le culte du chiffre, l'immédiat) que je décris et illustre de nombreux exemples. Ces thèmes saillants structurent à mon sens une part importante de la représentation filmique du monde des affaires et en assurent une quasi-continuité<sup>4</sup>, ce qui leur octroie, en quelques sortes, le statut de véritables « conventions cinématographiques ». Par la mise à jour de thèmes structurant, mon analyse a pour ambition de dépasser le simple constat du divorce idéologique entre cinéma et entreprise, pour étudier les principales formes cinématographiques dans lesquelles se déploie le désormais fameux « biais anti-*business* ».

La partie suivante poursuivra l'analyse de ces points de fixation, à travers le prisme interprétatif de la « critique du management », s'appuyant en particulier sur les travaux de Boltanski et Chiapello (1999), Parker (2005, 2006), Ribstein (2005) ou Rhodes (2002). La diversité et la richesse des thèmes construits par l'analyse permettront d'éclairer sous un jour

---

<sup>3</sup> J'inclue volontiers des « films du réel » ou documentaires dans mon analyse, substituant à la notion de « fiction narrative » celle d'« œuvre narrative ».

<sup>4</sup> Témoignant ainsi d'une certaine stabilité dans le temps et l'espace du cadre institutionnel de la production cinématographique, dont on peut penser que ces points de fixation en sont en quelques sortes la « paraphrase » (Esquenazi, 2007).

nouveau plusieurs hypothèses quant aux causes et aux enjeux de cette parole critique singulière.

Précisons que les points de fixation thématiques repérés n'épuisent pas la question de la représentation filmique de l'entreprise, et il est inévitable que d'autres analystes confrontés aux mêmes films mettraient à jour d'autres thèmes ou en feraient une interprétation différente. Ces thèmes ne sont pas non plus strictement exclusifs les uns des autres, au contraire, ils entretiennent entre eux un jeu de correspondances subtiles. Pour chaque thème, j'essayerai de citer un maximum d'exemples pour illustrer mon propos, tout en étant, bien sûr, dans l'impossibilité matérielle d'évoquer tous les plans ou séquences de tous les films qui viendraient le renforcer. Dernière précision : pour les thèmes de la violence, de l'invisible et de la pesanteur, qui me semblent les plus riches, je développerai quelque peu, en introduction du thème, l'exemple d'un film significatif.

### ***La violence : le rapport de force dominants/dominés dans les organisations filmiques***

La grande entreprise, est-ce « l'humanité à la poursuite du bonheur », comme il est indiqué sur l'intertitre ouvrant *Modern Times* ? Ce que nous suggèrent les dix sept premières minutes – mythiques – de ce film est d'une tout autre nature. La grande entreprise, d'obédience taylorienne ici, c'est surtout un système hyper hiérarchisé de domination violente et d'aliénation des travailleurs par le patron(at). Cette domination est parfaitement rendue à travers les immenses écrans de surveillance et les ordres filtrés par haut-parleurs qui mettent en scène à la fois la séparation entre dominants et dominés, mais aussi la déshumanisation de relations de travail qui passent d'abord par les machines. Le monde du patron, silencieux, apparaît dual : c'est celui de l'oisiveté (le patron de l'usine, à son bureau, joue à construire un puzzle, métaphore de la domination et de la toute puissance ; il lit le journal, prend soin de lui) *et* celui de la surveillance impitoyable des cadences et du rendement. Cette oisiveté du patron le rapproche paradoxalement de l'ouvrier joué par Chaplin, dominé refusant sa domination, qui fera vite entrer l'*otium* (le loisir) dans un lieu dédié, *in fine*, au *negotium*<sup>5</sup>. Les ouvriers, dépossédés de leur savoir faire par la chaîne, sont d'abord représentés comme un troupeau de moutons blancs, d'où se distingue une brebis noire, à n'en point douter notre ouvrier réfractaire. Leur monde est celui du labeur abrutissant, des cadences inhumaines, souligné par le tempo de la musique : dans l'usine, l'humain est instrumentalisé, l'homme devient un simple outil à répéter toujours le même geste *machinalement*, lequel finit par s'inscrire jusque dans sa chair (le geste réflexe du serrage des boulons). L'épisode de la machine à manger – on fait tester à notre pauvre hère une machine qui le fait déjeuner automatiquement – relève de la barbarie et souligne cette négation de l'humanité de l'ouvrier (en reprenant la métaphore animale : dans l'usine l'ouvrier ne mange pas, il est gavé). Comme le relève Dreux (2001), cette logique de l'assimilation de l'homme à la machine est poussée jusqu'au bout puisque Charlot est ensuite littéralement avalé par la machine, dans une scène restée fameuse dans l'histoire du cinéma. La danse géniale de Chaplin dans l'usine qui s'en suit, utilisant la chaîne comme une alliée paradoxale (pour éviter d'être attrapé par les autres ouvriers, restés eux « prisonniers » de la machine, il remet en route la chaîne alors arrêtée, les obligeant à interrompre leur traque et à reprendre le travail), symbolise la victoire de l'homme sur la machine, du travailleur libre sur le prolétaire privé de son individualité même.

---

<sup>5</sup> Ramozzi-Doreau (2001) fait cette analyse concernant le passage du même film dans le grand magasin, mais on peut également appliquer cette formule, qui résume très bien la relation que Chaplin entretient avec le monde des affaires en général, à la séquence de l'usine.

La thématique de la violence, de la domination et du rapport de force constitue un point de fixation majeur et permanent de la représentation du monde des affaires au cinéma, et on peut probablement la considérer comme une convention cinématographique désormais bien établie. Qu'elle soit burlesque ou « gothique » (comme l'analyse Parker, 2005), physique, psychologique ou symbolique, la violence imprègne l'ensemble des relations inter ou intra organisationnelles et la plupart des situations problématiques se résolvent dans les films par un conflit violent. Cette prégnance de la violence dans la description des rapports de travail ou de la vie des entreprises est non seulement présente dès les premiers temps du cinéma, mais contribue aussi, d'une certaine manière, au développement du langage cinématographique même. Par exemple, dans « A corner in wheat » (1909), l'opposition entre riches et pauvres, puissants et humbles, dominants et dominés, permet à Griffith de parfaire et systématiser l'emploi du « montage alterné », c'est-à-dire le fait d'alterner des plans concernant deux actions distinctes simultanées dans le temps, pour inciter le spectateur à établir une comparaison entre eux et, en l'occurrence, prendre conscience de l'exploitation des simples paysans par les spéculateurs du monde agricole. Le montage alterné, enfermant les deux mondes dans deux logiques hermétiques qui jamais ne se rencontrent, permet la comparaison qui émeut et révolte. Cet outil sera repris par exemple avec beaucoup d'efficacité dramatique au début de « Metropolis » pour signifier l'exploitation de l'enfer de la ville ouvrière « des profondeurs » (dépeinte comme une prison), par le paradis de la ville haute et de ses « jardins d'eden ». D'une manière plus générale, le rapprochement par le montage de scènes concernant les dominés et les dominants est souvent utilisé pour signifier de manière simple et efficace l'exploitation des uns par les autres (« Ressources humaines » ; « The Hudsucker proxy » ; « Trading places », etc.) : par exemple, le début de « The Hudsucker proxy » voit se succéder les images des bureaux rutilants du « haut de la tour » et une vision gothico-grotesque des conditions de travail inhumaines dans les sous-sols ; dans « Ressources humaines », la révélation douloureuse des licenciements par Franck dans la cour de l'usine précède juste celle du cocktail dans les bureaux, à l'occasion du mariage d'une collaboratrice...

Qui sont les dominés dans la représentation cinématographique des affaires ? Comme les quelques exemples donnés plus haut le suggèrent, ce sont d'abord les employés qui sont les victimes de la violence d'un rapport de force qui se fait toujours en leur défaveur. Ainsi, dans « Le crime de Monsieur Lange », c'est d'abord à ses propres employés que Batala, l'ignoble patron pourtant si charismatique, réserve ses multiples méfaits (vol, manipulation, mensonge) ; dans « Meet John Doe », la brutalité de l'annonce du licenciement des employés du journal est suggérée par l'image symbolique du marteau piqueur ; dans « The apartment », les relations hiérarchiques sont marquées par la violence d'un chantage à la promotion interne ; dans « Salesman », les frères Maysles mettent en scène la déchéance d'un vendeur de bibles qui, ayant « perdu la foi » dans le *business*, se voit peu à peu exclu, sacrifié au culte du rendement ; la pauvre « Working girl » semble impuissante face à sa patronne qui s'approprie sans vergogne son travail sur l'air de « tous les coups sont permis » ; dans « Gremlins 2 », les employés du centre d'affaires, implacablement surveillés, peuvent être licenciés sur le champ pour une simple cigarette (« Renvoyé. Fini. Adieu la sécu. Libérez votre bureau dans l'heure ») ; dans « The Navigators », la privatisation des chemins de fer britanniques entraîne une baisse du niveau de sécurité qui conduit à la mort d'un cheminot ; les consultants d'« In the company of men » rivalisent de cruauté contre une secrétaire sourde-muette ou humilient brutalement un stagiaire dans une scène faisant clairement référence à l'esclavage ; les vendeurs immobiliers de « Glenngary Glen Ross » se voient imposer par la direction des conditions de travail humiliantes et « médiévales » avec pour seule perspective de ne pas être (encore) licenciés ; les grands patrons de « Trading places »

jettent à la rue leur meilleur cadre pour un pari d'un seul dollar... On pourrait multiplier les exemples en convoquant également « Les raisins de la colère », où, après la destruction de leur maison sur ordre de la « *company* », ne subsistent des paysans expropriés qu'une ombre fragile sur une terre écrasée de soleil ; « The Crimson permanent insurance » et sa vision fantasmagorique d'employés-galériens ; « Ressources humaines » et sa description sensible de la détresse familiale face à la brutalité d'un licenciement économique ; ou encore « The big one », dans lequel M. Moore dénonce les licenciements de masse en période de bénéfices par le *one man show* corrosif et l'intrusion militante. Cependant, la domination violente de la grande entreprise ne touche pas les seuls employés : en sont aussi victimes les consommateurs, illusionnés par un système marketing qui les soumet à un ordre moral et économique aliénant (« Salesman », « Dawn of the dead » ; « They live ») ; l'entreprise familiale ou indépendante, éliminée, mise à mal ou rachetée par les puissances de l'argent qui tiennent les marchés (« Meet John Doe » ; « Mondovino » ; « Black Harvest » ; « Samson » ; « Les raisins de la colère » ; « It's a wonderful life », « Wall street ») ; les cinéastes eux-mêmes, contraints dans le libre exercice de leur art par des producteurs mercantiles et généralement incultes<sup>6</sup> (« Le mépris », « Stardust memories », « White hunter, black heart », « The player », « Hollywood endings », « Mulholland drive ») ; les simples citoyens, victimes de l'arbitraire d'une administration kafkaïenne (« Brazil ») ; et, d'une manière plus générale, les « pauvres », le peuple, victimes impuissantes d'un véritable déni de démocratie au profit de quelques profiteurs (« Wall street », « They live »). Cette soumission de la masse à l'ordre existant est d'autant plus écrasante que celle-ci, fruit de l'environnement socio-économique, semble se reproduire mécaniquement de génération en génération<sup>7</sup> (« Trading places » ; « Wall street »).

De manière intéressante, au-delà de la lutte des classes, le processus de domination régit également les relations entre dominants. Il est un point sur lequel le monde des affaires au cinéma ne fait pas de discrimination : la loi du plus fort s'exerce en bas comme en haut de l'échelle. La « culture des affaires » y est décrite, de manière endémique, comme une culture fondée sur le conflit et le rapport de force. Les scènes de bourse, généralement d'une grande violence physique, en donnent une parfaite illustration (« A corner in wheat » ; « Dr Mabuse, der Spieler » ; « Samson » ; « Trading places » ; « Wall street ») qui culmine peut-être dans la sauvagerie primitive du rituel orchestré par Antonioni dans « L'eclisse »<sup>8</sup>. En dehors de la bourse, les patrons et hommes d'affaires s'affrontent également en combats singuliers d'une rare violence verbale et psychologique, symbolisant parfois le conflit entre deux visions de l'entreprise. C'est la figure du champ-contrechamp, qui oppose diamétralement mais réunit aussi au sein d'une même réalité, qui est alors la plus souvent convoquée. Dans « You can't take it with you », l'affrontement entre Kirby et Ramsey est mis en scène *via* leur opposition frontale de part et d'autre d'une longue table vernis : d'un côté de la pièce, Kirby et ses collaborateurs, impassibles vainqueurs, de l'autre Ramsey, de dos, courbé, déjà vaincu. Dans « It's a wonderful life », du même Capra, la tentative de domination de Bailey par Porter s'exprime ironiquement par la taille relative des fauteuils des deux patrons qui se font face lors de la scène du débauchage. Dans « Executive suite », c'est par une joute oratoire tendue (une chaise y sera brisée) que Walling s'impose face à Shaw dans la scène finale du vote au

<sup>6</sup> L'analyse de la représentation du producteur de films au cinéma nécessiterait un long développement autonome que je ne ferai pas ici, faute d'espace.

<sup>7</sup> Comme le résume lapidairement Moss dans « Glengarry Glen Ross » : « The rich get richer, that's the law of the land ».

<sup>8</sup> Les cinéastes sont fidèles en cela à la tradition littéraire du 19<sup>ème</sup> siècle. Zola par exemple écrivait déjà du Palais Brongniart dans « L'argent » : « *des passants tournaient la tête, dans le désir et la crainte de ce qui se faisait là, ce mystère des opérations financières (...) ces ruines, ces fortunes brusques, qu'on ne s'expliquait pas, parmi ces gesticulations et ces cris barbares.* »

conseil d'administration. Dans « Samson », Brachard séquestre sa victime *manu militari* jusqu'à l'annonce de sa mort symbolique (sa ruine). Plus fantaisiste, le rituel de « mise à mort » symbolique du *gentleman* de la City londonienne par son patron dans « Mary Poppins » – œillet déchiré, melon éventré, parapluie retourné – donne à voir, à sa manière, un monde régi par la cruauté.

Dans une telle culture de la violence, faire des affaires au cinéma est souvent une activité dangereuse voire fatale. Le monde des affaires dans les films est un monde mortifère. Les dirigeants y sont souvent âgés, chauves ou obèses (c'est le cas de presque tous les films jusque dans les années 50, et de plusieurs par la suite), et les plus jeunes doivent rivaliser d'effort pour s'imposer *contre* un système qui ne les accepte pas d'emblée (« It's a wonderful life », « Executive suite », « Trading places », « Working girl », « The Hudsucker proxy »). Les symboles directement associés à la mort pullulent : la bourse de Berlin a des allures de champ de bataille dévasté sur lequel règne en surimpression l'esprit du mal dans « Dr Mabuse, der Spieler » ; la table du conseil d'administration de la banque dans « Mary Poppins » est un cercueil ; la violence meurtrière des guerres tribales est mise en parallèle, via le montage, avec celle du marché dans « Black harvest » ; les hommes d'affaires de « They live » sont en réalité des extra-terrestres à tête de mort... Les « victimes » sont nombreuses, et les décès soudains sont matière à spéculer sur les cours de l'entreprise (« Executive suite », « The Hudsucker proxy »). Patrons et cadres sont atteints de maladies chroniques (tension, ulcère...) et doivent constamment prendre soin de leur santé (« Modern times », « You can't take it with you », « Trading places », « Wall street »). Le « roi du blé » dans « A corner in wheat » périt enseveli dans le silo à grains qui lui aura assuré son éphémère richesse. Le vieux banquier de « Mary Poppins » meurt de rire. Batala, le patron diabolique du « Crime de Monsieur Lange » est assassiné. Le directeur de la Tyrell Corporation dans « Blade Runner » est tué par sa créature... Lorsqu'il devient « hors jeu » (ruiné, éliminé du marché, lessivé par la vie des affaires, licencié), c'est physiquement que le patron ou le *business man* est amené à disparaître. Evanouissement (« A corner in wheat », « Dr Mabuse, der Spieler »), suicides et tentatives de suicide (« Metropolis », « Only yesterday », « It's a wonderful life », « Black harvest », « The Hudsucker proxy ») ou attaques cardiaques (« You can't take it with you », « Trading places ») : c'est la mort qui attend au tournant les perdants du système. Les dialogues sont à l'avenant : « vous ne pouvez pas les écraser tous et vous en tirer comme cela » reproche Ramsey à Kirby (« You can't take it with you ») ; « Vous m'assassinez ! », lance à Brachard le patron du journal que celui-ci vient de racheter pour en contrôler le contenu (« Samson ») ; ou encore ce compliment de Gekko à Budd dans « Wall Street » : « tu as l'instinct du tueur »...

L'agent principal de la domination et de l'exploitation d'autrui dans le monde des affaires filmique, c'est bien sûr le patron tyran. C'est l'homme du pouvoir absolu, le souverain, le Dieu des Affaires qui, lorsqu'il congédie un employé, l'envoie directement en « enfer » (« Metropolis »), restant sourd à ses prières les plus désespérées (« The Hudsucker proxy »). Le patron filmique est généralement un être froid, cynique et égoïste<sup>9</sup> (« A corner in wheat », « Metropolis », « Modern times », « You can't take it with you », « Executive suite », « Mary Poppins », « Trading places », « Wall street », « Glengarry Glenn Ross », « The Hudsucker proxy », entre autres). Son esprit maléfique ou sa personnalité rigide se devinent sur son visage effrayant (« The floor-walker ») ou à sa démarche (Porter est immobilisé en fauteuil dans « It's a wonderful life » ; la supérieure de Tess, dans « Working girl », s'est cassée la

---

<sup>9</sup> Il existe à Hollywood quelques exceptions de « bons » patrons (ou patrons en devenir), qui finissent par l'emporter (« It's a wonderful life », « Executive suite », « Working girl », entre autres), même si l'idée même de « bon patron » ne va pas de soi puisque ceux-ci doivent généralement payer très cher leur ascension...

jambe et marche, boiteuse, avec une canne). L'environnement dans lequel se meut le patron filmique est à la démesure de son pouvoir. Le building, métaphore récurrente de la réussite et de la toute puissance virile, en est peut-être le meilleur symbole<sup>10</sup>. Les buildings de « Metropolis », monumentaux, ont inspiré plus tard les visions grandioses du Los Angeles de « Blade Runner » et de l'immeuble futuriste de sa Tyrell Corporation, et aussi probablement les décors imposants de la métropole verticale de « Brazil ». « Metropolis », « You can't take it with you », « Executive suite », « The apartment », « Trading places », « Wall street », « Gremlins 2 », « The Hudsucker proxy », « The big one », « Hollywood endings », entre autres, usent et abusent de la contre-plongée pour magnifier ou s'inquiéter de la démesure des entreprises représentées à l'écran par leurs buildings. Si les bas étages ou les sous-sols accueillent les simples ouvriers et employés, les dirigeants siègent bien sûr au sommet des sommets<sup>11</sup>, jouissant de leur position dominante sur les buildings rivaux (« Metropolis », « Executive suite », « Wall street », « Gremlins 2 », « The Hudsucker proxy », entre autres). Le grand patron trône seul dans un décorum à la hauteur de sa toute puissance mégalomaniacque : espace hypertrophié offrant généralement un panorama imprenable sur une ville déjà soumise de par sa position d'infériorité géographique (« Metropolis », « Blade Runner », « Wall street », « The Hudsucker proxy ») ; symboles nombreux de la domination et du pouvoir (gigantesque baie vitrée ouvrant sur tout « Metropolis »<sup>12</sup>, horloge de 10 mètres donnant son rythme à la ville dans « The Hudsucker proxy », portrait de lui-même ou des « monarques » qui l'ont précédé dans « It's a wonderful life » ou « You can't take it with you », multiples écrans de surveillance dans « Modern times » ou « Gremlins 2 », tables immenses dans « You can't take it with you », « Playtime », « Wall street », « Working girl », « The Hudsucker proxy », etc.), couloirs sans fin (« Playtime », « Brazil »), châteaux imposants (« Meet John Doe », « Trading places »). La toute puissance du patron contraste avec la fragilité des « petites mains » qui s'agitent fébrilement autour de lui. Le long plan qui nous présente pour la première fois Brachard dans « Samson » est à cet égard significatif : d'un long travelling, la caméra traverse cette fourmière bruisante qu'est « la Société des Cuivres Africains », s'arrête un instant devant un paravent qui s'ouvre sur deux colonnades encadrant un grand bureau où est assis, une armée d'esclaves à ses ordres, le maître des lieux. Comme dans « Samson », le patron est souvent représenté avec sa « cour » de collaborateurs, conseillers et autres dévots qui boivent ses paroles tout en tremblant pour leur place (« You can't take it with you », « A corner in wheat », « Gremlins 2 », « The Hudsucker proxy »...). Malgré ou peut-être en raison de leur toute puissance, les grands patrons de cinéma sont souvent malheureux, déprimés, isolés (« Samson », « Le schpountz », « You can't take it with you », « It's a wonderful life », « The Hudsucker Proxy »), craints mais détestés (« Metropolis », « You can't take it with you », « It's a wonderful life », « Trading places »). Le patron suicidaire de « The Hudsucker proxy » explique ainsi dans une lettre les raisons de son geste : « j'ai fait de graves erreurs dans ma vie personnelle. J'ai laissé mon succès devenir mon identité. J'ai aveuglement joué au grand homme en regardant ma vie devenir de plus en plus vide. Ma vanité a fait fuir celle qui aurait pu me sauver »... La danse du pouvoir est souvent danse devant l'abyme.

<sup>10</sup> Avec le cigare, bien sûr : « Samson », « It's a wonderful life », « The Hudsucker proxy », entre autres...

<sup>11</sup> Le scénario accorde assez souvent une place singulière au building comme métaphore visuelle des échelons à gravir pour « réussir » dans l'entreprise (« The apartment », « Working girl », « The Hudsucker proxy ») et l'ascenseur ou le personnage du liftier, qui participent directement de l'élévation ou de la « chute » des protagonistes, y occupent parfois une place centrale (« The apartment », « Brazil », « Working girl » « The Hudsucker proxy »).

<sup>12</sup> Dotée d'un large rideau qui l'apparente fortement à l'écran d'une salle de cinéma...

Loin de ses associés qu'il méprise ou de ses employés qu'il ignore, le grand patron est souvent saisi dans la solitude inhérente au pouvoir absolu : retiré dans son immense bureau ou symboliquement maintenu à distance dans le plan ou par le montage des autres personnages (champ/contrechamp), le patron apparaît le plus souvent « seul contre tous » (« Metropolis », « Modern times », « Le Schpountz », « Samson », « You can't take it with you », « It's a wonderful life », « Executive suite », « Blade Runner », « Gremlins 2 », « The Hudsucker proxy »). Exceptions qui confirment la règle, quelques patrons humanistes ont droit au plan large qui les inscrit au contraire dans la communauté en indiquant solidarité et respect mutuel (« It's a wonderful life », « Executive suite »). Dans « Executive suite » par exemple, si le financier Loren Shaw est le plus souvent filmé en plan américain dans l'isolement de son bureau ou dans le face à face avec un autre directeur, le personnage positif de Walling, directeur de la production, se mêle plus d'une fois en plan moyen à ses ouvriers et contremaîtres, dans l'atelier de production ou à la sortie de l'usine.

Il y aurait encore beaucoup à dire sur la violence endémique du monde des affaires filmique. Un dernier point retiendra ici mon attention : son inhumanité. Au sens d'*absence d'humanisme* dans les relations de travail, l'inhumanité de l'entreprise s'illustre très bien dans tout ce qui précède, et aussi sans doute dans l'effacement de toute valeur traditionnellement féminine (compassion, sensibilité, empathie) au profit de la virilité la plus frustrée<sup>13</sup>. Mais l'*inhumanité* est également pris au pied de la lettre par les cinéastes : le monde des affaires, et en premier lieu le patron ou le *business man*, dans son inquiétante étrangeté et son absence de sentiment<sup>14</sup>, n'est tout simplement pas *humain*. Ce sous thème de la négation de l'humanité, d'inspiration gothique (Parker, 2005) ou grotesque (Rhodes, 2002), prend diverses incarnations cinématographiques. On l'a vu, dans « Modern Times », les travailleurs sont d'abord réduits au rang d'animaux avant d'être, comme dans « Metropolis », « The apartment » ou « The Crimson permanent insurance », assimilés à la machine, dont ils portent les stigmates dans leur gestuelle et leur corps. A travers le cas des androïdes nommés « répliquants », « Blade Runner » pose également la question de la déshumanisation d'un monde dominé par quelques méga corporations ; dans « Playtime », l'homme d'affaires produit « naturellement » des bruits (zip, clap, toc, etc.) qui sont le parfait reflet sonore de l'entreprise moderne déshumanisée à laquelle il appartient ; les *yuppies* de l'ère Reagan dans « They live » sont en réalité des extra-terrestres qui ont pris le pouvoir sur terre et manipulent à leur profit travailleurs et consommateurs<sup>15</sup> ; dans « Gremlins 2 », d'horribles créatures verdâtres prennent possession du centre d'affaires en en singeant les occupants (patron, employés, clients)<sup>16</sup> ; dans « Dawn of the dead », ce sont des zombies qui, mus par leur instinct de consommateurs, reviennent hanter les couloirs du centre commercial. Les figures de patrons et autres hommes d'affaires prennent parfois une tournure fantastique ou diabolique : le Dr Mabuse, qui contrôle la bourse, est décrit comme un être au pouvoir surnaturel, comme l'illustre l'image de son visage en surimpression régnant sur la corbeille (« Dr Mabuse, der Spieler ») ; le maquillage expressionniste du directeur de magasin dans « The floor-walker » souligne le mal qui est en lui ; la tentative de débauchage du vertueux

---

<sup>13</sup> Encore un thème – masculinité/féminité du monde des affaires filmique – qui nécessiterait un long développement autonome, et qui ne sera pas traité ici.

<sup>14</sup> Brachard, le patron de « Samson », prêt à sacrifier ses affaires et sa fortune pour laver l'honneur de la femme qu'il aime éperdument, constitue un contre-exemple frappant, qui pose la question de la disjonction entre les visages public et privé de l'homme d'affaire à l'écran.

<sup>15</sup> M. Moore reprend cette même idée dans « The big one » : les hommes blancs en costume trois pièces, à l'apparence aisée, lisant le magazine *Forbes*, sont des extraterrestres, planifiant l'invasion de l'Amérique à coup de messages subliminaux (« moins d'impôts, moins d'impôts... »).

<sup>16</sup> Le bras droit du patron, le vrai « méchant » du film, finira d'ailleurs par « épouser » une Gremlin : il est des leurs !

Bailey par Porter est présentée sous les auspices d'un pacte faustien (« It's a wonderful life ») ; le terrible Batala, patron véreux et criminel du « Crime de Monsieur Lange », reviendra, après sa fuite et sa mort présumée, déguisé en prêtre, soulignant par l'ironique contraste sa personnalité maléfique...

Au-delà des hommes, l'entreprise elle-même semble atteinte d'une forme de monstruosité. La machine des sous-sols de « Metropolis » est un « Moloch » dévorant, au sens propre, les ouvriers. Celle de « Modern times » finit, de même, par avaler l'ouvrier joué par Chaplin, avant de recracher ce fruit probablement non comestible ! L'organisation totalitaire de « Brazil » est symbolisée dans les rêves de Sam Lowry par un redoutable samouraï géant doté du pouvoir d'invisibilité. Les buildings *high-tech* des entreprises modernes ont acquis une vie propre qui leur permet de se jouer des humains : l'escalier roulant du grand magasin entraîne malgré lui le vagabond (« The floor-walker », « Modern times »), Monsieur Hulot est comme happé par l'ascenseur dans « Playtime », alors que les portes tournantes du centre d'affaires de « Gremlins 2 » semblent faire trébucher intentionnellement les visiteurs...

### ***L'invisible : voiler/dévoiler la domination.***

L'invisibilité, l'abstraction, le camouflage du système de domination économique orchestré par le monde des affaires fait sa force. Affaires de regard, le cinéma mobilise beaucoup cette dialectique du visible et de l'invisible pour décrire les agissements occultes de l'entreprise et de ses dirigeants. Comme si de la notion de *main Invisible*, chère à l'économie néoclassique, les cinéastes retenaient surtout l'invisibilité du fonctionnement organisationnel.

Des extra-terrestres ont envahi la terre et se cachent, méconnaissables, parmi les humains. Depuis les « coulisses » du système (les souterrains de la ville), à l'abri des regards, les *aliens* leur font subir un lavage de cerveau permanent, *via* les médias et les objets de consommation courante. Ce contrôle des consciences a pour objectif de maintenir les citoyens dans une sorte de torpeur intellectuelle, d'abaisser leur vigilance et leur sens critique. Tel est l'argument central de « They live », grand film d'action fantastique de J. Carpenter (1988). Quelques résistants scientifiques, habitant dans les ghettos parmi les pauvres et les ouvriers itinérants, ont réussi à mettre au point des lunettes spéciales permettant de démasquer les imposteurs et de « voir clair » dans leur entreprise maléfique. Lorsqu'un ouvrier, par hasard, trouve une paire de ces lunettes et les essaye, il découvre alors pour la première fois un monde en noir en blanc, orchestrant une terrible manipulation collective : les publicités, les magazines, les billets de banque ou les emballages de produits portent en réalité des messages subliminaux (obéis, marie-toi, pas de pensée indépendante, consomme, regarde la télé, achète, etc.). Les hommes d'affaires, les politiciens et bon nombre de cadres en costume trois pièces croisés dans la rue affichent le visage hideux des envahisseurs (esthétiquement proche d'une tête de mort). Les lunettes font ainsi prendre conscience à l'ouvrier de la réalité des clichés en couleur véhiculés par la société de consommation : ce n'est pas un rêve mais un cauchemar. Comme le remarque Ancelin (2001), c'est le cinéma, à travers cette opération de montage du passage du noir et blanc à la couleur, qui rend possible cette prise de conscience politique. Ce faisant, Carpenter détourne le genre, populaire dans les années 50, des films décrivant une invasion extra-terrestre des Etats-Unis, métaphores à peine voilée du danger imminent de la menace soviétique. Dans « They live », le cinéaste reprend les codes et les conventions de ce genre cinématographique et inverse la proposition : la menace ne vient pas de l'extérieur, mais de l'intérieur ; elle ne vient pas des communistes, mais des ultralibéraux, des *yuppies* reaganiens. Ce sont les élites économiques qui sont les *aliens*. Refusant de colorier la réalité, Carpenter la montre dans toute sa noirceur : celle d'une société de consommation qui est un

totalitarisme comme un autre, fondé sur l'ordre moral, le matérialisme outrancier et l'abrutissement des masses, au profit d'une élite minoritaire, et dont les outils de contrôle social sont le marketing et les médias. Carpenter fait de l'ouvrier une figure de résistance face à un système économique « inhumain ». Son combat sera total : lourdement armé, Nada – héros révolutionnaire au nom prédestiné – ira détruire l'antenne de la télévision au prix de sa vie, rendant ainsi visible à tous l'invisible travail de domination orchestré par le monde occulte des affaires.

Le thème de l'invisibilité du monde des affaires, central dans « They live », prend différentes incarnations cinématographiques selon les films. L'abstraction du système économique en est une. Dans « Les raisins de la colère », un fermier est exproprié et doit partir sur les routes avec toute sa famille. Qui lui fait cette violence ultime ? Ce n'est pas l'homme au cigare qui vient lui annoncer son expulsion au volant d'une belle voiture décapotable : il prend ses ordres de la *company*. Mais ce n'est pas non plus le président de la *company*, qui obéit lui à la banque. Ce n'est pas la banque qui tire pour sa part ses ordres de « l'Est »... Ce que montre parfaitement le film de Ford c'est que l'insupportable abstraction du système économique assure son efficacité. La même scène se joue dans le magnifique film documentaire australien « Black harvest ». Une tribu Papou a créé une exploitation agricole. Les cours mondiaux du café s'effondrent, réduisant à peu de chose des années d'effort et de sacrifice. Les gros plans sur le visage de Popina, chef de la tribu, alors que le responsable de la banque lui explique, par traducteur interposé, l'évolution dramatique des cours, suggèrent la même impuissance incrédule face à la « main invisible » qui se joue de lui, que celle des paysans de Steinbeck mis en scène par Ford. Le montage en trois lieux successifs de la séquence – la banque, la salle de réunion de l'exploitation, la cour de l'exploitation – représentant la hiérarchie classique du marché jusqu'aux travailleurs *via* l'entreprise – insiste sur l'isolement de ces « fourmis » économiques ainsi que leur désarmement total face à la force invisible qui les écrase. Popina vendrait bien son « plus gros cochon » pour aller « leur » expliquer son désarroi s'il ne pressentait déjà qu'il n'aurait, de toute façon, aucun interlocuteur.

L'abstraction du marché se retrouve également au cinéma dans les scènes de bourse. Alors que la bourse s'effondre, vers qui se retourner ? Désarmés face à un ennemi invisible, les actionnaires malmenés en sont réduits à s'en remettre au surnaturel ou à la superstition (« Only yesterday », « L'eclisse »). L'abstraction des fonctionnements de la bourse où une agitation frénétique en apparence désorganisée peut se traduire, en quelques instants, en une création ou une destruction de valeurs financières s'incarne magnifiquement dans « L'eclisse ». L'affichage précis, rapide et mécanique des cours sur le tableau y contraste avec la sauvagerie des gesticulations barbares qui en sont *à la fois* la cause et la conséquence. Le dialogue laconique entre la jeune femme errante (M. Vitti) et le jeune loup pressé (A. Delon) confirme en creux l'abstraction qui gouverne la circulation du fluide invisible :

- « *Ces milliards qui se perdent, ça va où ?* »
- « *Nulle part* »
- « *Ceux qui gagnent touchent de l'argent ? De ceux qui perdent ?* »
- « *Ce n'est pas si simple...* »
- « *L'argent perdu, où il va ?* »
- « *...* » (hochement d'épaule)

Dans « Mulholland drive », la scène de confrontation entre le réalisateur, les producteurs impuissants et les bailleurs de fonds – deux mafieux d'opérette grotesques et inquiétants, tirant à distance leurs ordres d'un paralytique mutique et sinistre – illustre de même l'abstraction croissante du pouvoir dans une industrie cinématographique noyée au sein de

gigantesques multinationales de la communication et du loisir pour lesquelles la production de films n'est plus qu'une variable d'ajustement économique parmi d'autres. L'entreprise moderne fait également figure de machinerie complexe et abstraite. « Playtime » en donne une magnifique illustration. Le vieux portier du building *high-tech* visité par M. Hulot se trouve interdit devant la complexité du nouveau système électronique d'appel, alors que M. Hulot se laisse pour sa part abuser par l'idéologie trompeuse de la transparence (la multiplicité des vitres rendant paradoxalement les choses moins visibles). « Brazil » décrit pour sa part l'abstraction d'une organisation kafkaïenne qui dissimule son arbitraire derrière une montagne de formulaires, de papiers, de reçus et de reçus de reçus.

Outre l'abstraction, un autre thème très présent dans les films étudiés renvoyant à l'invisibilité est celui du travestissement<sup>17</sup>. Le monde des affaires est le monde du paraître, du faux-semblant, du masque. Se déguiser est ce qui permet à la fois de faire des affaires à l'abri des regards *et* de pénétrer un monde fermé pour qui n'appartient pas de droit à cette caste d'initiés. On l'a vu, les *yuppies* de « They live » cachent sous leurs costumes trois pièces le visage hideux des *aliens*. C'est également masqué que le Dr Mabuse manipule les cours de la bourse à son profit (« Dr Mabuse, der Spieler »), méconnaissable au sein de la fourmilière de clones en hauts de forme qui peuplent la Bourse. Renoir fait de Batala, le patron de Monsieur Lange, un monstre qui se camoufle derrière les atours du charme et de l'esprit (« Le crime de Monsieur Lange ») ; c'est d'ailleurs déguisé en prêtre que ce diable apparaîtra pour reprendre possession de l'entreprise abandonnée au creux de la vague. Pour Tess, la secrétaire qui a le sens des affaires, se travestir (changer de coiffure, d'habits, d'élocution) est la condition *sine qua non* pour pénétrer ce monde fermé des décideurs auquel elle aspire (« Working girl »). Le même genre de transformation (du clochard unijambiste au *yuppy* élégant) est à l'œuvre dans « Trading places ». Enfin, c'est la double appartenance de Franck à la culture ouvrière familiale et à la classe des dirigeants d'entreprise, dont il a notamment l'habit et le discours, qui lui permet de mettre à jour le jeu trouble du patron (« Ressources humaines »). Sans ce personnage aux deux visages, l'asymétrie d'information – c'est-à-dire l'opacité pour les ouvriers – n'aurait pas permis la grande grève qui clôt le film.

La multiplication des écrans visuels (« Modern times » ; « Gremlins 2 ») et sonores (« Modern times », « Gremlins 2 », « The Hudsucker proxy », « Playtime ») dans l'entreprise au cinéma, symboles d'un management à la fois dématérialisé *et* insaisissable, participe également de l'invisibilité du monde des affaires. Voir sans être vu, parler sans écouter en retour : tel est le secret de la domination d'un système qui prospère caché derrière ses paravents<sup>18</sup>. Ces écrans peuvent également être humains, collaborateurs et autres employés dévoués dont le travail est de filtrer ou bloquer l'accès physique aux dirigeants (« Working girl », « The player », « The big one »), aux informations (« Brazil »), en un mot aux « coulisses » d'une organisation volontairement opaque.

Dernier élément attaché à ce thème de l'invisibilité : la manipulation, le mensonge, la « poudre aux yeux » qui éblouit. L'opacité dans laquelle vivent l'entreprise et le marché au

---

<sup>17</sup> Le thème de l'habit mériterait un développement autonome : le costume sombre qui distingue invariablement les patrons et hommes d'affaires permet d'affirmer notamment leur appartenance commune à une « caste » fermée et opaque.

<sup>18</sup> Comme le note Dreux (2001 : 173) à propos de « Modern Times » : « Charlot sait résister aux petits patrons irascibles et méchants, par le coup de pied et les roueries en tout genre. Mais que répondre à l'ordre proféré du haut d'un écran géant et de haut-parleurs par un patron qui surveille vos moindres faits et gestes ? Là où Charlot trouvait toujours l'échappatoire, sortait toujours vainqueur de ses confrontations avec toutes les formes d'oppression, il s'oppose ici à plus fort que lui, à un contrôle sur lui-même devenu inhumain parce qu'impalpable. »

cinéma tend à institutionnaliser la manipulation en tant que règle de gestion normale du système (et comme convention scénaristique), ainsi que l'illustre brillamment « They live », analysé plus haut. Le patron de « The floor walker », poursuivi par la justice, complotte pour partir avec la caisse du grand magasin. Dans « Dr Mabuse, der Spieler », la main « invisible » qui règne sur la bourse est celle de Mabuse lui-même qui orchestre, par le vol d'un document secret, la hausse et la baisse des cours à son profit. Batala est sans doute le patron filmique qui ment le plus et avec le plus de talent : en quelques minutes du « Crime de Monsieur Lange », il manipule à ses fins crapuleuses ses créanciers, ses clients, ses employés<sup>19</sup> et même sa maîtresse ! Les films de Franck Capra représentent souvent des personnages sans scrupule usant et abusant du mensonge pour arriver à leurs fins (« It's a wonderful life », « You can't take it with you »). Mais c'est « Meet John Doe », du même réalisateur, qui met probablement en scène la plus grande entourloupe : le grand homme d'affaires tentaculaire D.B. Norton manipule non seulement John Willoughby (Gary Cooper) mais aussi l'Amérique tout entière en orchestrant, pour ses ambitions politiques personnelles, la petite fiction sur le personnage du chômeur suicidaire « John Doe », inventé de toute pièce à l'origine par la journaliste Anne Mitchell. « Executive suite » oppose la pénombre des bureaux où se trament complots et intrigues à la lumière franche de l'atelier de production. Dans ce film, le directeur financier Loren Shaw incarne, au sens propre du terme, la malhonnêteté : en costume sombre, crispé, voûté, les mains et le visage en sueur, il est l'image même de celui qui a quelque chose à cacher. Walling, directeur de la production, héros positif de ce suspense managérial, en est à l'opposé : habit clair, posture droite, regard franc et direct. Dans « The Hudsucker proxy », le conseil d'administration tente de manipuler Barnes en le nommant PDG afin de faire baisser les cours de l'action dans le dessein d'acheter à bas prix. Après un faux départ pour Londres, c'est caché à l'hôtel Crillon que Brachard organise la chute des cours des Cuivres Africains dans « Samson ». « Salesman » décortique les techniques de vente utilisées par un groupe de représentants incitant des américains paupérisés des banlieues à s'endetter toujours plus pour acheter des bibles onéreuses car « tout bon catholique devrait avoir une bible ». « Glengarry Glen Ross » montre des vendeurs d'immobilier sous pression rivalisant d'arnaque auprès de leurs prospects pour conserver leurs emplois. Dans « Wall street », Gekko est la figure du grand spéculateur tirant toutes les ficelles. La manipulation y est présentée comme la norme tant à la bourse que dans une société américaine globalement orchestrée pour le profit de quelques rentiers et spéculateurs.

### *Pesanteur et légèreté dans l'organisation filmique*

« Mary Poppins », produit par les studios Disney en 1964, est un très bel exemple de l'utilisation du thème de la légèreté et de la pesanteur pour représenter l'opposition entre le monde des affaires et celui de l'enfance, mais aussi celui de la poésie, de la fantaisie. L'argument principal du film repose sur les efforts de la *nurse* magicienne Mary Poppins pour rapprocher un père autoritaire et absent de ses enfants, deux adorables bambins turbulents du nom de Jane et Michael. Le père s'appelle Mr Banks, et comme son nom l'indique, il est banquier. Un banquier du début du 20<sup>ème</sup> siècle, austère, obtus, rigide, conservateur, « les pieds sur terre » et d'un sérieux inébranlable... jusqu'à ce que Mary Poppins le force à tomber enfin le masque et à exprimer son amour à ses enfants. Cette évolution radicale se produit vers la fin du film. Michael ayant provoqué une ruée aux guichets de la banque, Mr Banks, tenu responsable de la conduite « inacceptable » de son fils, y est convoqué le soir même pour y recevoir un blâme. Cette scène à la banque est sans doute la plus importante et la plus significative du film. Après un long parcours solitaire, Mr Banks arrive à la banque dont

<sup>19</sup> C'est sous un voile de fumée (« Camel ? ») que Batala prend l'habitude d'étouffer les doutes et revendications de M. Lange.

l'architecture massive et écrasante, ainsi que les colonnades, filmées de face, figurent clairement une prison. Avançant au pas cadencé, encadré de deux « matons », Mr Banks s'achemine jusqu'à la grande salle du conseil où l'attendent les associés, réunis autour d'une longue table sans pied semblable à un cercueil, écrasée d'une lumière rouge sang semblant tomber du plafond<sup>20</sup>. A cette pesanteur physique mortifère succède la pesanteur morale d'un discours rigide, conservateur et marqué par une singulière absence d'humour et de fantaisie. C'est alors que se produit la spectaculaire « libération » de Mr Banks : face à la lourdeur grotesque de l'instant, le père de Jane et Michael se remémore subitement le mot « qu'on dit lorsqu'on ne sait pas quoi dire » que Mary Poppins a appris à ses enfants. *Supercalifragilisticexpialidocious* : le prononcer libère d'un coup l'homme d'affaire de sa prison intérieure dans laquelle il s'était laissé enfermer depuis si longtemps. Banks laisse enfin parler l'enfant qui est en lui, et ce qui lui reste d'humanité et de joie de vivre anime d'un coup son corps rigide de banquier. Le voici qui rit, danse et virevolte. Par effet de contagion, le vieux patron subit le même sort : rire le libère subitement d'une vie de pesanteur gestionnaire accumulée... Le voici léger, s'envolant au plafond... On apprendra plus tard que le vieillard en est mort de rire mais que « jamais il n'a été aussi heureux de sa vie ». Ce sont les autres associés de la banque, eux aussi « libérés » grâce aux stratagèmes de Mary Poppins, qui l'apprennent à Mr Banks, alors que tous sont au parc à jouer au... cerf-volant. Mary Poppins-le film peut ainsi être vu comme la victoire de la légèreté de l'enfance et de la fantaisie contre la pesanteur mortifère du monde des affaires. Mary Poppins lui oppose sa propre légèreté au fil de diverses scènes marquées par l'envol de l'imagination (l'oncle Albert cloué au plafond par une crise de rire, la promenade enchantée dans les dessins bucoliques de Burt, la danse en apesanteur sur les toits de Londres...). Sa « mission » accomplie, Mary Poppins peut repartir comme elle est venue : en volant.

On retrouve ce « point de fixation » de manière significative dans plusieurs autres films qui représentent également le monde de l'entreprise sous l'angle de l'opposition légèreté/pesanteur et ses divers corollaires, liberté/contrainte ou mouvement/immobilité. Dans « *The Crimson permanent insurance* » par exemple, le court métrage introductif du film « *Le sens de la vie* », de l'équipe des Monty Python's, les employés d'un établissement d'assurances – des vieillards – sont réduits en esclavage, soumis à une surveillance implacable de leurs gestes lents et répétitifs, « enchaînés » au sein d'un énorme building solidement ancré dans le bitume londonien. Transfiguré par l'imaginaire du film de pirates, les corps fatigués des vieux employés s'animent soudainement et mènent la révolte : les cadres sont passés « par-dessus bord » alors que le lourd immeuble arrache littéralement ses amarres, décolle du bitume londonien et se commue en fabuleux vaisseau parti à l'assaut des places financières internationales... C'est le retour vers l'enfance, une nouvelle fois, qui permet cet envol : l'imaginaire poétique et débridé propre au monde de l'enfance (et du cinéma) permet de transfigurer l'univers fermé et coercitif de l'entreprise en un terrain d'aventures fabuleuses. A la fin du film, nos joyeux pirates sont finalement rattrapés par la pesanteur : arrivés au bout de la terre, plate et non ronde comme on le croit habituellement, le rêve collectif prend fin lorsque leur vaisseau tombe lourdement dans le vide interstellaire ! « *The Hudsucker Proxy* » débute également sur la reconquête d'une légèreté perdue. En haut du plus haut gratte ciel du *skyline*, sont réunis un groupe d'hommes âgés pour une mémorable scène de conseil d'administration. Le « grand patron », austère et sérieux comme il se doit, trône en bout de table tandis que le directeur financier égrène les records de performance battus par l'entreprise cette année là pour en conclure : « *we're loaded* », qu'on pourrait traduire par « nous sommes pleins aux as » ou, de manière littérale par « nous sommes lourds

---

<sup>20</sup> On est très proche ici de certaines visions contemporaines de David Lynch.

ou chargés ». Le vieux patron reconquiert sa légèreté en se défenestrant devant les regards incrédules de ses collaborateurs. La descente est interminable, mais le patron a l'air heureux : il semble détendu, il joue (il prend la position de Superman en vol). Comme dans *Mary Poppins*, son rôle de patron était sa prison : en tirant sa révérence, il semble retrouver ce que l'entreprise avait fait taire en lui. Il reviendra plus tard dans le film, apaisé, sous la forme d'un petit ange flottant dans les airs... Dans « *Brazil* », deux personnages, eux aussi libres et aériens, échappent à la pesanteur d'une puissante organisation totalitaire : le chevalier ailé, volant parmi les nuages au secours de jeunes femmes en détresse, rêvé par l'employé Sam Lowry pour s'évader en songe du Ministère de l'Information où il travaille quotidiennement ; Harry Tuttle, ingénieur chauffagiste, indépendant des « Services centraux », travaillant « pour l'action, pour l'excitation, aller n'importe où, voyager léger, entrer, sortir, en cavalier seul », disparaissant le long d'un câble tendu entre deux buildings ou « tombant » littéralement du ciel en rappel pour venir sauver Lowry des griffes de l'organisation. A la fin du film, l'explosion du ministère de l'information fait s'envoler dans les airs des milliers de feuilles de papier : belle image symbolique qui voit les fichiers classifiés se déclassifier et reprendre leur liberté...

Beaucoup plus tôt dans l'histoire du cinéma, on peut interpréter la danse géniale de Chaplin au milieu de l'usine de « *Modern times* » comme la légèreté de la poésie s'opposant à la coercition et à la rigidité de l'usine taylorienne : liberté du geste délié de la danse improvisée contre geste répétitif et mécanique du travail en usine. Dans « *Dawn of the dead* », les zombies qui hantent au ralenti les couloirs du centre commercial traînent à leurs pieds les boulets de leur propre matérialisme, là où les « survivants » (au processus de « zombification » des masses ?) se meuvent au contraire avec agilité, slalomant entre les rayons et les clients en décomposition avancée. Cette opposition dialectique entre légèreté et pesanteur renvoie ici à son corollaire mouvement/immobilité, rappelant lui-même le conflit éternel entre forces de vie et forces de mort. Dans le centre commercial, les zombies de Romero ont le regard fixe et la pâleur des mannequins, corps immobiles et sans vie instrumentalisés à des fins promotionnelles. Cette fixité se retrouve également dans la représentation classique des patrons de cinéma, enracinés, « lestés » par leur propre suffisance, méchanceté ou plus simplement par leur charge de travail : le vieux directeur des studios du « *Schpountz* » reste cloué derrière la barrière symbolique délimitée par son bureau, condamné à « chercher le fric » tandis que l'équipe de tournage, jeune et dynamique, s'évertue à faire des « blagues tordantes » auxquelles lui-même n'est jamais invité ; Porter, le patron cynique de « *It's a wonderful life* » est en fauteuil roulant, toujours accompagné du même employé impassible et sinistre dont le cadre coupe le plus souvent la tête ; Kirby, dans la scène du dîner chez les Vanderhof, reste enfoncé et engoncé dans son fauteuil alors que la petite « tribu » s'agite joyeusement autour de lui (« *You can't take it with you* ») ; de la même manière, Walling, le jeune ingénieur dynamique à la fibre sociale, dans « *Executive suite* », est constamment en mouvement autour de la table du conseil d'administration lors de la scène du vote final, alors que son rival Loren Shaw, cynique et sans vision d'avenir, reste assis, voûté, recroquevillé sur sa chaise. Il n'y a que la bourse qui semble se caractériser au cinéma par un ensemble de gesticulations sauvages. Toutefois, celles-ci n'engendrent pas le mouvement, la fin de la séance entérinant généralement le *statu quo* global, le « jeu à somme nulle » du système.

Enfin, la pesanteur inhérente au monde de l'entreprise est celle, constante, des décors : espaces monumentaux, buildings gigantesques, salles lourdement meublées ou autres bureaux sordides à l'atmosphère oppressante écrasent individus et individualités en assignant chacun à « sa » place (« *Metropolis* », « *Modern Times* », « *You can't take it with you* », « *The*

apartment », « Mary Poppins », « Blade Runner », « The Crimson permanent insurance », « Brazil », « Gremlins 2 », « Glengarry Glen Ross », « The Hudsucker Proxy », « The big one », entre autres).

### ***Le culte du chiffre ou l'obsession quantitative du monde des affaires filmique***

Employés, hommes d'affaires ou patrons de cinéma parlent couramment le langage du chiffre. Tous les films étudiés font ainsi une large place à la question du « combien ». « How much is enough ? » : telle est la question clé littéralement posée de « Executive suite » à « The big one », en passant par « Wall street ». L'obsession du « combien » conduit à un culte du chiffre qui teinte en profondeur la culture des affaires au cinéma. Le monologue du comptable Baxter, qui introduit « The apartment », illustre avec humour le prisme numérique à travers lequel le cadre appréhende la réalité : « Le premier novembre 1959, il y avait 8 042 783 habitants à New York. En les mettant bout à bout, avec une taille moyenne de 1m68, on pourrait relier Times Square à la banlieue de Karachi, au Pakistan. Je sais tout ça, car je travaille pour la compagnie d'assurances La Vie Sûre. Elle est dans les cinq premières du pays. Le siège compte 31 259 employés, plus que la population totale de Natchez, Mississippi. Je suis au 19<sup>ème</sup> étage, Polices ordinaires, service des Primes, section W, numéro de bureau 861. Mon nom est C.C. Baxter. J'ai commencé il y a trois ans et 10 mois, et je gagne 94,70 dollars par semaine. Dans notre secteur, on travaille de 8h50 à 17h20. Tout est géré pour que les 16 ascenseurs puissent accueillir les 31 259 employés sans qu'il y ait d'embouteillage. » Baxter n'est pas le seul personnage à façonner son identité par les chiffres. Dans « Salesman », c'est en « aboyant » de manière très théâtrale, devant leurs pairs, leurs prévisions de chiffres d'affaire pour l'année à venir que les vendeurs de bibles s'affirment et se jaugent lors du séminaire de motivation de l'entreprise. Ce culte du chiffre semble s'accroître encore à mesure qu'on grimpe dans les échelons du pouvoir managérial. Le cadre supérieur envoyé par la direction pour « bousculer » les vendeurs de « Glengarry Glen Ross » se définit en deux points : sa BMW de 80 000 dollars et son « chiffre » annuel de 970 000 dollars. Le patron semble pour sa part branché en continu sur le flux ininterrompu des chiffres qui donnent le sens à sa vie (« Metropolis », « Samson », « The apartment », « Trading places », « The Hudsucker proxy »). Dans « Trading places » par exemple, les Dukes calculent en direct les milliers ou millions de dollars gagnés par la spéculation à chaque instant : la calculette y apparaît comme l'instrument de mesure ultime du bien fondé de chaque action. Dans « Executive suite », le « mauvais » directeur Shaw y est décrit comme un obsédé de la « *bottom line* » (la ligne du profit), prêt à tous les artifices comptables pour élever de 1 ou 2 dollars le dividende, quitte à négliger le développement à long terme de l'entreprise. Dans « Metropolis », des murs entiers du bureau pharaonique du grand patron de la ville sont consacrés à l'affichage des chiffres de production, défilant de bas en haut, en provenance directe des profondeurs où travaillent les ouvriers-esclaves. De manière un peu similaire, le patron de l'usine de « Modern times » n'envisage l'ouvrier que par son temps de production (la cadence de la chaîne, qu'il augmente de manière inhumaine). Dans « The big one », la rencontre finale entre M. Moore et Phil Knight, patron de Nike, se déroule sous les auspices du chiffrage de toute réalité : quel âge limite pour le travail des enfants ? Combien de morts pour un génocide ? Combien de personnes pour créer une nouvelle usine. ? Combien vous faut-il d'argent ? Par ses questions incessantes, Moore donne à penser l'idée que seul le chiffre permet de se faire comprendre du manager. Dans la société futuriste décrite dans « Brazil », entre bureaucratie kafkaïenne et orgie consommatoire, tout y est désigné par son chiffre : individus, quartiers, appartements, bureaux, formulaires... Les plats commandés dans le restaurant n'y sont pas servis s'ils ne sont pas nommés par leur chiffre ! L'obscénité de l'obsession organisationnelle pour le chiffre éclate au grand jour au début de « The

Navigators » lorsque le contremaître, lisant la note que la direction d'East Midlands Infrastructure (successeur privé de « British Railways ») destine à ses nouveaux ouvriers, précise que « le nombre de morts doit rester à un niveau acceptable : deux par an ».

Cette obsession numérique concerne aussi, au premier chef, la bourse. Au-delà de tout didactisme économique ou gestionnaire, l'image récurrente des cours de bourse en gros plans, à la hausse comme à la baisse, se veut d'abord l'écho d'une fascination malsaine pour le chiffre, seule réalité à même de penser le monde (« Dr Mabuse, der Spieler », « Samson », « Only yesterday », « L'eclisse », « Wall street », « Trading places »).

### ***L'immédiat : le tropisme court-termiste du monde des affaires au cinéma***

Le dernier thème que j'aimerais développer est temporel : le monde des affaires filmique pense et agit à court terme ; l'immédiat semble être son horizon naturel. Dans « A corner in wheat », Griffith insiste sur l'opposition entre l'éphémère richesse du « roi du blé » et le travail patient et acharné de la terre par les paysans. Les longs plans de semi et labour qui ouvrent et ferment le film tranchent avec l'agitation fébrile et futile des possédants (soulignée par la musique, la violence de l'épisode à la bourse et la frivolité des scènes de fête). Le contraste entre le long terme de la Terre et le court terme du *business* nourrit également « Mondovino ». Ce film confronte en particulier les récentes entreprises californiennes du « vin mondialisé » aux terroirs plus anciens, prenant acte des différences de temporalité entre *business* et culture. Le personnage emblématique de la mondialisation du vin et de l'uniformisation du goût qu'elle engendre, le consultant Rolland, est ainsi toujours filmé dans la vitesse : en voiture, en arrêt-minute dans une exploitation, Rolland ne fait toujours que passer. Nossiter insiste sur cette caractéristique en montant les plans de Rolland avec des inserts d'images d'avions à réaction... Hubert de Montille, le vieux viticulteur bourguignon, par la lenteur de son élocution et de ses gestes, représente à l'inverse la culture (dans les deux sens du terme) plurimillénaire de la vigne dans l'ancien monde.

Dans « Only yesterday », qui s'ouvre le jour du krach de 1929 à Wall Street, c'est non seulement l'éphémère de la richesse matérielle qui est stigmatisé (l'homme d'affaire ruiné en quelques minutes met fin à ses jours sous les yeux incrédules du cireur de chaussures noir, pauvre mais heureux), mais aussi plus généralement la volatilité de ce « *silly stock market* », tel qu'il est brocardé par les deux amateurs d'art dans le plan qui suit celui de la bourse. Absorbés dans la contemplation d'un tableau en vitrine d'une galerie, alors qu'en fond sonore les crieurs de journaux annoncent la catastrophe boursière, les compères vilipendent la futilité des choses de l'argent tout en louant la grandeur et la durabilité des œuvres d'art. Toujours à la bourse : « une minute ici vaut des milliards », explique dans « L'eclisse » le *trader* joué par Alain Delon à l'âme en peine interprétée par Monica Vitti. A travers la rencontre d'une jeune bourgeoise en pleine errance existentielle et sentimentale et d'un jeune homme d'affaire qui est lui dans la vitesse et la frénésie, Antonioni filme le choc entre deux registres temporels, ceux de la tradition et de la modernité, soulignant à cette occasion l'urgence permanente dont se nourrit et que suscite la société de consommation moderne. D'une manière générale, les films qui traitent de spéculation insistent sur la rapidité avec laquelle se font et se défont les fortunes (« Samson », « Trading places », « Wall street »). La vision court-termiste de l'entreprise, l'obsession du « *quick and easy* » (« Executive suite ») au profit de quelques spéculateurs ou actionnaires, s'oppose volontiers à l'idée du développement durable d'un projet de long terme qui engage au contraire toute une communauté humaine (« You can't take it with you », « It's a wonderful life », « Executive suite », « Wall street », « Mondovino »).

## Nature, portée et enjeux de la critique cinématographique des organisations et des marchés

On peut aujourd'hui appréhender les thèmes de la violence, de l'invisible, de la pesanteur, du culte du chiffre et de l'immédiat comme des « conventions cinématographiques » de la représentation des affaires à l'écran, c'est-à-dire des normes représentationnelles (picturales, scénaristiques, narratives) dont la récurrence et la permanence tout au long d'un siècle de cinéma semblent remarquables. A tel point que certains films jouent ouvertement de ces conventions pour établir un rapport de connivence avec le spectateur (comme « Gremlins 2 » ou encore « The Hudsucker proxy », très proche de Capra ou Wise). Dans cette troisième partie, je m'interroge sur la nature du registre critique qui sous-tend cette représentation conventionnelle de l'entreprise. Je pose également quelques hypothèses susceptibles d'expliquer le biais négatif caractérisant cette représentation. Enfin, je pose la question de la « contre culture de l'organisation » dont les films seraient porteurs, de l'avenir de la critique cinématographique des affaires et je propose pour finir certaines voies de recherche.

### *Critique sociale et critique artiste du management dans les films*

On peut affilier les thèmes qui structurent la représentation du monde des affaires dans les films étudiés aux deux formes dominantes de critique du capitalisme au 20<sup>ème</sup> siècle : la critique *sociale* et la critique *artiste* (Boltanski & Chiapello, 1999 ; Chiapello, 1998, 2004). Née avec le socialisme, la critique sociale dénonce d'abord l'exploitation de classe ouvrière par le patronat, la misère des conditions de vie du prolétariat, l'égoïsme des possédants, la propriété privée et le profit. La critique sociale évoluera au fil du siècle, incorporant notamment des composantes non marxistes militant pour le progrès social et l'intervention de l'Etat dans l'économie (qui seront notamment Keynésiennes après la seconde guerre mondiale ; Chiapello, 2004). Pour sa part, la critique artiste se développe avec l'avènement de l'art moderne, porté au 19<sup>ème</sup> siècle par le courant romantique, fustigeant le matérialisme et la morale bourgeoise des capitalistes, le désenchantement né de la marchandisation et de la rationalisation du monde, dénonçant également le caractère contraignant, assujettissant et oppressant de la société bourgeoise au nom de la liberté, de l'imagination et de la créativité individuelles (Chiapello, 1998). Dandys et bohèmes en sont les principales figures historiques. La critique artiste devient une force majeure dans les années 1960, culminant alors dans les mots d'ordre de mai 68 (Boltanski & Chiapello, 1999). Critique sociale et artiste se rejoignent sur la nécessaire conquête de liberté dans un monde régi par la programmation, la rationalisation, la hiérarchisation des hommes et des projets. Mais la critique sociale diverge également de la critique artiste sur des points importants comme la focalisation sur la question économique, l'individualisme ou la morale.

Les différents thèmes identifiés dans la deuxième partie du chapitre renvoient en permanence à l'une et/ou l'autre de ces deux critiques. Le thème de la violence des rapports dominants/dominés, qu'il soit traité sur le mode gothique ou carnavalesque, relève en grande partie de la critique sociale, notamment lorsque les films dénoncent la brutalité d'une société fondée sur l'exploitation des plus faibles au profit de quelques uns. Mais si l'image du patron tout puissant abusant de son pouvoir pour imposer sa domination renvoie de manière évidente à la critique sociale d'un système, elle n'en est pas moins aussi le reflet d'une critique typiquement artiste de la *contrainte*. L'omniprésence du thème de la domination violente dans les films peut ainsi être lue comme le symptôme de la hantise de l'artiste face à l'arbitraire qui lui imposerait des choix artistiques, à une époque où prévaut encore largement le mythe de

l'artiste romantique, idéal d'indépendance, de liberté, de pure subjectivité. Au nom de cet idéal, l'artiste se trouverait ainsi toujours du côté de celui qui est dominé, contraint, contrôlé, exploité : le pauvre, le vagabond, l'ouvrier, le sous-fifre, le consommateur manipulé, etc. De même, la description du monde des affaires comme un espace de rapports de force permanents *entre dominants* renvoie d'abord à une critique artiste du matérialisme, stigmatisant la vanité et la futilité de la quête incessante du pouvoir et de l'argent, au nom de la gratuité et du désintéressement.

Le thème de l'invisibilité du monde des affaires vient en renfort de la critique sociale de sa violence endémique : l'exploitation des faibles tire en partie sa force de l'opacité des mécanismes de domination<sup>21</sup>. En revanche, les trois derniers points de fixation thématiques identifiés – la pesanteur, le culte du chiffre et l'immédiat – renvoient plus volontiers à une critique artiste du management. L'opposition entre pesanteur et légèreté permet certes au cinéaste de dénoncer le « carcan » entrepreneurial (critique sociale de l'entreprise comme outil d'emprisonnement et de contrôle des classes exploitées) ; elle lui offre plus certainement encore l'occasion de louer les vertus de la liberté, de l'innovation, de la fantaisie, de l'échappée belle de l'imagination, qualités propres à l'enfant mais aussi au poète (« Mary Poppins », « The Crimson permanent insurance »...). Le culte du chiffre et la vision quantitative, froide et objective du monde qu'il engendre, s'opposent quant à eux à l'approche qualitative de l'artiste, fondée au contraire sur l'intuition, le sentiment, la sensibilité exacerbée et la subjectivité. Enfin, le court terme de la bourse et des « coups » financiers montés par l'homme d'affaires apparaît dans les films comme le pendant exact du long terme de l'art, et plus généralement, du travail de maturation lente propre à toute culture authentique (le vin comme le cinéma). Dans un paradigme romantique, il n'existe pas en effet de rentabilité culturelle « à court terme », sauf bien sûr pour l'artiste à vendre son âme au diable...

Critique sociale et critique artiste s'expriment donc, conjointement, dans la représentation filmique de l'entreprise. Sur le plan chronologique, il est toutefois intéressant de remarquer que si la critique sociale (domination, invisibilité en premiers lieux) touche quasiment l'ensemble des films étudiés tout au long du 20<sup>ème</sup> siècle, la critique artiste (domination également, et plus spécifiquement pesanteur, culte du chiffre, immédiat) semble, en moyenne, plus présente dans la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle. Cette intensification de la critique artiste du management dans les films peut être rapprochée des mouvements contestataires des années 60, dont la libération des contraintes traditionnelles constituait le principal mot d'ordre, mais aussi de l'entrée du cinéma dans l'ère de sa modernité après la seconde guerre mondiale (*via* le néoréalisme italien), et plus singulièrement à partir de la fin des années 50. La modernité cinématographique (dont Antonioni ou Godard, parmi les cinéastes cités, feraient d'excellents ambassadeurs) coïncide en effet avec une certaine forme de perte d'innocence du cinéma classique, avec l'avènement d'un art plus conscient de lui-même, plus tourné sur lui-même en tant que mode d'expression artistique légitime. On peut faire l'hypothèse que les traditionnels enjeux socio-économiques ont dès lors été amenés à partager de plus en plus l'espace filmique avec des enjeux purement artistiques propres au médium, la critique sociale traditionnelle se teintant alors de manière croissante de critique artiste.

### ***Pourquoi le monde des affaires est-il malmené dans les films ?***

Comment interpréter la « parole » massivement critique des cinéastes à l'égard du monde des affaires ? Quel sens donner à ce biais « anti-business » qu'on observe, de manière récurrente,

---

<sup>21</sup> « Pas vus, pas pris », comme l'explique le prédicateur de « They live » à propos des *aliens*.

dans la représentation filmique de l'organisation et des marchés ? On peut à cet égard poser de nombreuses hypothèses (cf. Ribstein, 2005 ; Shugan, 2006), qui ne sont en outre pas incompatibles entre elles. Pour ma part j'en développerai quatre – les trois premières succinctement et la dernière plus longuement – qui me semblent le mieux expliquer le regard suspicieux posé par les cinéastes sur le monde des entreprises : la tension dramatique, l'indignation sociale, l'opposition idéologique et enfin le plaidoyer *pro domo* pour la liberté artistique du réalisateur.

La première hypothèse que je formulerais est que le monde des affaires et ses enjeux propres de pouvoir et d'argent se prêtent intrinsèquement, comme peu d'autres milieux sociaux à la même époque, au développement de fictions dont le potentiel dramatique est susceptible de séduire à la fois cinéastes et publics. La représentation fantasmée d'une entreprise violente, mystérieuse, régie par la passion et la vitesse, constituerait ainsi, de manière récurrente dans le siècle, une source de fascination largement partagée. En outre, comme le remarque Ribstein (2005), l'histoire du triomphe contre l'adversité a toujours été populaire, et la grande entreprise ou le grand patron représentent un Goliath bien pratique pour des scénaristes du 20<sup>ème</sup> siècle.

A la suite de Parker (2005), on peut poser une deuxième hypothèse selon laquelle le « gothique organisationnel » qui domine la représentation filmique des affaires (violence et opacité d'une entreprise « maléfique ») constitue une forme de critique sociale dans la lignée d'un marxisme culturel, au sens le plus général du terme. Les cinéastes seraient, pour la plupart, les relais déformants d'un type de contestation politique des excès du capitalisme et de ses institutions très présente au cours du siècle.

La troisième hypothèse pallie les limites de la précédente qui n'envisage la critique cinématographique des affaires que sous l'angle de la contestation sociale, au détriment de sa dimension purement « artiste ». Selon cette troisième hypothèse, le biais « anti-business » serait d'abord le reflet d'une opposition culturelle et idéologique : par essence, le management serait opposé aux valeurs de liberté, d'imagination et de désintéressement propres à l'artiste romantique. La représentation péjorative de l'entreprise et des marchés participerait ainsi d'un combat de légitimité entre deux visions du monde enracinée au cœur de cultures antagonistes (culture artistique romantique et culture du *business*), apparues conjointement au cours du 19<sup>ème</sup> siècle à la faveur d'un double avènement : celui de l'art moderne et de l'ère industrielle. Je renvoie le lecteur intéressé au tableau récapitulatif des oppositions idéologiques et discursives entre art et gestion, proposé par Chiapello (1998) : les cinq points de fixation de la représentation filmique des affaires y trouvent naturellement leur place. Selon cette troisième hypothèse, critiquer le monde des affaires ne serait donc pas tant l'affirmation d'un engagement social que l'expression, au nom de l'Art, d'une contestation idéologique de la culture et des valeurs propres au monde des affaires. On peut par exemple voir dans l'opposition récurrente entre « bons » et « mauvais » patrons filmiques une confirmation de cette hypothèse « idéologique ». Les qualités que les cinéastes accordent aux « bons » patrons les rapprochent en effet assez nettement de l'image idéalisée de l'artiste romantique : créatif, innovant, révolté, mobile, « éternellement » jeune, sensible, visionnaire, dans l'écoute, développant un projet sur le long terme au détriment des « coups » (cf. par exemple, « You can't take it with you », « It's a wonderful life », « Executive suite », « Mary Poppins », « Wall street », « Working girl », « The Hudsucker proxy »). Par ses critiques, le cinéaste plaiderait donc *d'abord* pour un style de management plus emprunt de valeurs artistiques. On peut noter à cet égard que ce « message » en faveur de plus de liberté et de sensibilité et moins de hiérarchie et de rationalité dans la gestion des organisations est parfaitement en

phase avec l'évolution des pratiques managériales contemporaines, qui récupèrent et intègrent depuis quelques décennies cette forme « artiste » de sa propre critique (Boltanski & Chiapello, 1999 ; Menger, 2002).

La quatrième et dernière hypothèse que je développerai ici, partagée avec Ribstein (2005) et Soter (1996), et qui au fond n'est que la continuation de la précédente, est celle d'une critique *réflexive* : à travers leurs critiques des affaires, les cinéastes porteraient avant tout la charge contre « leur » propre monde des affaires, à savoir l'industrie cinématographique. Dénoncer le monde des affaires serait un moyen pour le cinéaste non pas (uniquement) de critiquer la culture des affaires, mais aussi de dénoncer sa propre position malaisée au sein d'une industrie lourde. A la fois *contre* (au nom de la liberté de l'artiste) et *dans* le système (pour bénéficier des moyens lui permettant de réaliser ses films), le cinéaste exprimerait d'abord, à travers la critique filmique de l'entreprise, sa propre frustration d'auteur condamné au compromis. On peut ainsi interpréter chaque film comme « paraphrase » du contexte institutionnel de sa propre production (Esquenazi, 2007). Bien sûr, les films qui situent d'emblée leur intrigue dans le cadre de l'industrie cinématographique elle-même ou mettent en scène des personnages de cinéastes ou de producteurs valident de manière trop évidente cette hypothèse. C'est par exemple Pagnol qui oppose les « affaires » du producteur à la joie de ceux qui travaillent sur les tournages (« Le Schpountz ») ; Eastwood (« White hunter, black heart »), Altman (« The player ») et Allen (« Stardust memories », « Hollywood ending ») qui confrontent la liberté du cinéaste aux exigences d'un marché hollywoodien dominé par le marketing ; Lynch, qui stigmatise l'abstraction croissante du pouvoir à Hollywood, au détriment du réalisateur (« Mulholland drive ») ; Minnelli qui oppose l'auteur au producteur qui le dépossède de son œuvre (« The bad and the beautiful ») ; ou encore Godard qui confronte l'artiste cinématographique lettré – Fritz Lang – au producteur américain inculte – Jeremy Prokosh (« Le mépris »). Mais ce qui est remarquable, c'est qu'au delà de ces « films sur les films », engagés frontalement dans une critique plus ou moins sévère de leur propre industrie, on peut également interpréter la charge anti-*business* portée par la plupart des autres œuvres comme une critique de la sphère créative du cinéma sur sa sphère gestionnaire. Par exemple, la séquence de l'usine qui ouvre « Modern times », plaidoyer contre l'instrumentalisation de l'ouvrier dans l'usine taylorienne, peut aussi se lire comme un conflit opposant l'artiste et l'industrie cinématographique, avec laquelle Chaplin était alors en conflit. Comme le remarquent les frères Dardennes dans un documentaire consacré au film<sup>22</sup>, la scène où l'ouvrier joué par Chaplin est avalé par la machine fait nettement penser à l'image de la pellicule engagée dans le boîtier de la caméra... Ce qui est alors en jeu, dans la séquence de la danse qui suit, ne serait pas tant la dénonciation de la domination patronale sur l'ouvrier que la glorification de la liberté de l'indépendant se jouant des contraintes du système industriel. Le fait que l'ouvrier dissident, dans sa danse de liberté, ne s'oppose pas seulement au patron mais aussi aux autres ouvriers, restés prisonniers de la chaîne et « alliés » objectifs du patron dans leur volonté commune d'arrêter le trublion, plaide pour cette interprétation qui va au-delà de la seule indignation sociale. On retrouve le même genre de critique réflexive derrière la représentation du patron exploiteur dans « Le crime de Monsieur Lange » : lorsque Batala, directeur véreux et criminel, déserte l'entreprise d'édition qu'il dirigeait, c'est Monsieur Lange, rêveur au tempérament d'artiste, qui renfloue les caisses de l'établissement (alors géré en coopérative) grâce au succès de son feuilleton d'aventures « Arizona Jim » (lequel relate de manière à peine déguisée le conflit entre Lange et Batala, l'artiste et le gestionnaire...). « Executive suite » raconte l'ascension de Walling, ingénieur et *designer* innovant et visionnaire, luttant pour sa liberté de création bridée par les restrictions budgétaires imposées

---

<sup>22</sup> « Les temps modernes » de P. Truffaut (1999), dans la collection « Chaplin aujourd'hui », produite par MK2TV. Avec la participation de Luc et Jean-Pierre Dardennes, cinéastes.

par Shaw, le directeur financier obsédé par le chiffre... Dans « They live », c'est par l'entremise de la télévision, premier financeur du cinéma hollywoodien, que les extra-terrestres exercent leur entreprise de domination de la société, et c'est l'antenne de télévision qui sera la cible ultime des résistants : à travers sa dénonciation de la manipulation des masses au profit d'une élite dominante, le film est l'occasion pour Carpenter de pointer du doigt l'uniformisation du cinéma dont la télévision est en grande partie responsable. Au film en couleurs glorifiant la consommation de masse et le matérialisme, les lunettes chaussées par l'ouvrier substituent un autre film, en noir et blanc : celui d'un réalisateur indépendant et contestataire réglant ses comptes avec une industrie hollywoodienne sclérosée et sclérosante<sup>23</sup>. Dans « The Hudsucker proxy », le jeune naïf qui prend les rennes de la grande entreprise y est décrit comme un créateur, un artiste fantaisiste, vite corrompu par le pouvoir et l'argent associés à ses nouvelles responsabilités. Dans « You can't take it with you », c'est la tribu des Vanderhof et des Sycamore – des artistes anticonformistes et marginaux – qui va « humaniser » l'impitoyable homme d'affaires Anthony P. Kirby. Dans « The Crimson permanent insurance », les vieux employés transfigurent leur aliénation quotidienne au travail en flamboyant film d'aventures maritimes. Dans « Mary Poppins », Burt, le complice de Mary Poppins, touche-à-tout bohème et fantaisiste (chanteur, danseur, peintre...), représente une figure paternelle alternative à celle de Mr. Banks, le rigide banquier. L'étude de la mondialisation du marché du vin dans « Mondovino » constitue aussi une formidable représentation des dangers liés à la globalisation du cinéma... L'hypothèse d'une critique réflexive laisse donc à penser ce paradoxe qu'en représentant péjorativement le monde des affaires, l'industrie cinématographique se remet elle-même en question.

### *Conclusion et perspectives*

Les critiques artiste et sociale véhiculées dans les thèmes récurrents de la représentation filmiques des affaires constituent-elles une véritable « mise en crise » du capitalisme et de ses institutions ? C'est l'avis défendu par Parker (2006), qui additionne l'ensemble des critiques (culturelles mais aussi politiques, syndicales...) au sein du concept de « contre-culture de l'organisation », venant contester le « managérialisme » (tel qu'il est, par exemple, professé dans les revues de management grand public) ; contre-culture et managérialisme constituant les pôles dialectiquement opposés ce que l'auteur appelle la « culture de l'organisation ». Cette vision bipolaire proposée par Parker, dans le cas qui nous intéresse ici, m'inspire deux réactions contrastées.

Tout d'abord, on peut suivre Parker tout en prenant soin de ne pas considérer les critiques véhiculées par les films comme un tout cohérent et homogène. La « contre culture » cinématographique de l'organisation semble en effet constituée d'une pluralité d'approches qui se distinguent à la fois dans leur forme et dans l'intensité de la remise en cause dont elles sont porteuses. Capra, par exemple (« You can't take it with you », « It's a wonderful life »), en bon conservateur, ne souhaite révolutionner ni l'entreprise ni le marché. Ses personnages sont avant tout confrontés à des dilemmes moraux et éthiques ; en devenant « meilleurs », patrons et hommes d'affaires permettent d'abord au système lui-même de s'améliorer, donc

<sup>23</sup> John Carpenter : « Je pense que c'est la télévision qui joue le rôle le plus important dans la standardisation des films. Si vous voulez que votre film puisse passer à la télévision, il faut rentrer dans un certain moule, ne pas dépasser une certaine durée, ne pas choquer un public trop jeune... toutes ces contraintes font que les films finissent naturellement par tous se ressembler. Mais il faut ajouter à cela les excès de la droite américaine des années 80, emmenée par Ronald Reagan, qui a une grande part de responsabilité dans l'uniformisation qui touche aujourd'hui les Etats-Unis. Dans le domaine du cinéma, je pense également que les recherches marketing des studios pour élaborer soi-disant un produit sur mesure ont brisé quelque chose dans le cinéma et constituent un frein énorme pour les cinéastes. » (Lagier & Thoret, 1998 : 50).

de perdurer. Le même genre de logique conservatrice, teintée de social ou d'éthique, sous-tend bon nombre des films Hollywoodiens dans leur représentation d'un monde des affaires parfois corrompu mais réformable (« Executive suite », « Mary Poppins », « Wall street », « Working girl »). Boltanski et Chiapello (1999) parleraient ici de « critique correctrice ». Le cas de Chaplin, exemplaire, est tout autre. En faisant entrer l'*otium* (le loisir) dans le *negotium*, que ce soit dans les grands magasins de « The Floor-walker » et « Modern times »<sup>24</sup> ou dans l'usine du même film, le cinéaste refuse ostensiblement de jouer le jeu proposé par l'entreprise. En désorganisant de l'intérieur l'organisation marchande ou industrielle, en faisant entrer le désordre et la dérision au cœur même de ces institutions emblématiques, le vagabond affiche une forme d'individualisme libertaire qui sape les fondements mêmes du système organisé et rationnel de l'entreprise. D'autres cinéastes poursuivent le geste frondeur de Chaplin, s'évertuant à représenter l'organisation ou le marché comme des espaces non pas à réformer mais à subvertir. Carpenter suggère l'insurrection par les armes face à une société de consommation aliénante (« They live ») ; Dante invite ses terribles petits monstres à réduire à néant, tout en la moquant, l'organisation corsetée du building d'affaires high-tech de « Gremlins 2 » ; Tati, par l'entremise de son personnage lunaire de M. Hulot, réenchante l'espace déshumanisé de la modernité technologique dans « Playtime » ; Gilliam et Jones lancent l'assaut final, en pirates des affaires, aux multinationales de la finance (« The Crimson permanent insurance ») ; Moore impose sa silhouette de « prolo » enrobé<sup>25</sup> et sa caméra indiscreète aux cadres et dirigeants d'entreprises bénéficiaires qui licencient en les sommant de s'expliquer (« The big one ») ; Romero transforme le centre commercial en réserve de zombies (« Dawn of the dead »)... Subversion violente, poétique ou carnavalesque : en confrontant le monde des affaires à son pire cauchemar (sa *désorganisation*), en ridiculisant les travers de ses acteurs essentiels (le patron en *alien*, le consommateur en zombie...), en prônant destruction et anarchie, réalisateurs et scénaristes sont aussi capables de proposer une « mise en crise » cinématographique de l'organisation allant bien au-delà du débat sur sa seule « moralité ». On pourrait à leur égard reprendre le terme de « critique radicale » utilisé par Boltanski et Chiapello (1999).

Dans une lignée plus sceptique, l'autre position à l'égard du concept proposé par Parker (2005 ; 2006) serait au contraire de juger sa vision bipolaire de la « culture de l'organisation » bien naïve et de dénoncer comme illusoire, dans le cas du cinéma tout du moins, la portée réellement critique de la représentation des affaires. Car, comme s'interroge Ribstein (2005), pour quelles raisons l'industrie du cinéma rappellerait-elle à ses clients les méfaits du capitalisme ? La réponse proposée par Ribstein, faisant appel à la théorie de l'agence, n'est que moyennement convaincante : selon l'auteur, il est moins coûteux pour le principal (le producteur) de tolérer le comportement intéressé (*self-interested*) de son agent (le message « anti-business » du cinéaste) que d'entreprendre de contrôler son travail (ou de changer d'agent). L'hypothèse de Ribstein suppose donc qu'un message anti-business est, au moins potentiellement, « dangereux » pour le succès du film. On peut penser au contraire que la critique, en présentant le film et l'industrie qui le produit comme éthiques et responsables, est susceptible de faire recette. Mieux encore : en permettant au système capitaliste d'évacuer le « surplus » d'énergie qui le menace (cf. Rhodes, 2002), en lui donnant une dimension éthique par la seule liberté de l'autocritique, en lui offrant d'organiser lui-même sa propre contestation, les représentations « négatives » pourraient *surtout* être l'occasion pour le

<sup>24</sup> Dans le grand magasin de « The floor-walker », le vagabond utilise les produits en libre service comme s'ils lui étaient offerts ; il transforme celui de « Modern times » en vaste terrain de jeu qu'il parcourt en patins à roulettes.

<sup>25</sup> « The big one », c'est l'Amérique, la grande entreprise, mais aussi et surtout M. Moore lui-même, sujet central et récurrent de ses films...

système industriel d'assurer sa pérennité, faisant de sa propre mise en cause un vecteur positif de longévité et non de contestation. Loin de constituer deux pôles opposés, on pourrait alors considérer que « managérialisme » et « contre culture » forment les deux facettes d'une même entreprise de légitimation. A travers le cas de l'industrie cinématographique, nous aurions là une nouvelle preuve de la capacité historique du capitalisme non seulement à survivre à la critique, mais aussi à la récupérer à son profit, voire à l'intégrer dans son mode de fonctionnement même (Boltanski & Chiapello, 1999). Rhodes (2002) donne un exemple édifiant de ce processus de récupération : dans le film « Austin Powers : the spy who shagged me », les produits de la marque Starbucks sont placés partout dans le quartier général du « vilain », le bien nommé Dr.Evil. On apprend ainsi que c'est en investissant dans Starbucks que le Dr.Evil a bâti la fortune qu'il utilise pour dominer le monde. Une telle association n'a posé aucun problème à Starbucks : la firme n'a pas vu le film comme une critique de leurs velléités expansionnistes mais plutôt comme une forme originale de publicité ("We thought it treated our size and identity in a humorous way", aurait indiqué le vice président de Starbucks).

Quel avenir pour la critique filmique des affaires ? Sa dimension sociale, basée sur la dénonciation récurrente de l'exploitation et plus récemment, de l'exclusion, semble promise à un avenir radieux. L'accroissement des inégalités au Nord comme au Sud et l'abstraction toujours plus grande d'un système dématérialisé et mondialisé devraient notamment renforcer le thème de l'invisibilité et de l'opacité comme outils de la domination. L'avenir du volet « artiste » de la critique est plus incertain. Le modèle d'organisation « artiste » étant devenu aujourd'hui le credo de la plupart des entreprises modernes (flexibilité, mobilité, autonomie, souplesse hiérarchique, appel à la créativité individuelle, etc.), la « critique artiste du management » telle qu'on l'a connue dans la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle, devra nécessairement évoluer ou se taire (Boltanski & Chiapello, 1999 ; Chiapello, 1998 ; Menger, 2002<sup>26</sup>). Comme l'explique Boltanski, un thème typiquement « artiste » perd en particulier de sa pertinence dans le monde des affaires du 21<sup>ème</sup> siècle, celui de la pesanteur : « Nous sommes amenés à faire une proposition. Celle de relancer la critique artiste sur le terrain de la libération, qui est l'un de ses domaines d'élection, mais en découplant cette dernière de l'exigence de mobilité, dont elle a été solidaire depuis le 19<sup>ème</sup> siècle, avec l'opposition, pour dire vite, du bourgeois possédant, lourd, et enraciné, versus le bohème, léger, libre et nomade. Lier libération du capitalisme et mobilité n'est plus possible à une époque où l'exigence de mobilité constitue l'un des mots d'ordre favori du capitalisme et où les nouveaux héros de la confection du profit se présentent eux-mêmes comme des « nomades », incarnant les qualités qui étaient autrefois revendiquées par les artistes. » (Interview par Blondeau & Sevin, 2004). A tel point que le léger, le mobile, le nomade seraient plus aujourd'hui les critères définissant le manager que celui qui le conteste ou lui résiste (il en est ainsi, par exemple, du personnage du consultant Rolland dans « Mondovino », hyper mobile, symbole de la mondialisation du marché du vin qui se fait, en partie, au détriment des petits viticulteurs authentiques, représentés à l'image par l'enracinement local – les pieds dans les vignes – et la tradition ; ou encore du fils dans « Ressources humaines », qui refuse temporairement les offres d'évolution de carrière et de mobilité professionnelle qui lui sont faites pour défendre l'emploi de son

---

<sup>26</sup> Menger (2002 : 9) rappelle ainsi qu'aujourd'hui « l'artiste voisine avec une incarnation possible du travailleur du futur, avec la figure du professionnel inventif, mobile, indocile aux hiérarchies, intrinsèquement motivé, pris dans une économie de l'incertain, et plus exposé aux risques de concurrence interindividuelle et aux nouvelles insécurités des trajectoires professionnelles. » Selon Boltanski et Chiapello (1999 : 397) : « La façon dont la figure du manager se charge aujourd'hui des qualités de l'artiste et de l'intellectuel tend à estomper l'écart, institué depuis le romantisme, entre le réalisme de ceux qui sont aux affaires et l'idéalisme des hommes de culture... ».

père, qui est lui « emmuré » depuis 30 ans dans la même usine). A l'inverse du thème conventionnel de la pesanteur du monde des affaires, sans doute sur le déclin, on peut parier que les thèmes du « culte du chiffre » et de l'immédiat prospéreront pour leur part sur la globalisation croissante des marchés, la financiarisation de l'économie, sa mise en réseaux et l'essor des nouvelles technologies de l'information.

Pour clore ce chapitre, je proposerai quelques voies de recherche pour creuser plus en avant ce que je n'ai fait ici qu'explorer de manière très générale, et sans doute laconique. La première nécessité est bien sûr d'élargir l'étude de la représentation cinématographique de l'entreprise et du marché à d'autres films afin de contester, compléter et préciser les conventions de la représentation des affaires ici mises à jour ou leur interprétation. A l'analyse nécessairement exploratoire d'un corpus diversifié de films, on pourra adjoindre avec profit l'étude d'ensembles plus restreints ou plus homogènes de films (à l'exemple de certaines recherches évoquées en première partie), permettant de pallier, en contextualisant les résultats, les limites évidentes d'une exploration large telle que celle présentée ici, faisant fi des différences en termes de contextes institutionnels de production des œuvres : analyse par registre critique (gothique, carnavalesque, romantique, écologique<sup>27</sup>, etc.), par personnage emblématique (le bon/mauvais dirigeant, le consultant, le vendeur, etc.), par lieu symbolique (le grand magasin, la bourse, le conseil d'administration, l'ascenseur, etc.), par auteur (Chaplin, Allen, Capra, etc.), par époque ou directement par film.

Parallèlement au travail d'analyse des films, les recherches futures devraient sans doute accentuer leurs travaux quant aux enjeux de la critique cinématographique de l'organisation. Plusieurs questions complexes méritent d'être soulevées. Comment les messages véhiculés par des œuvres narratives comme les films participent (ou non) de ce que Parker (2005) appelle « la culture de l'organisation » et Phillips (1995) « l'infrastructure symbolique du phénomène organisationnel » ? Quelle place singulière les œuvres culturelles y occupent-elles à côté des autres formes de discours sur l'organisation (activisme syndical, livres satiriques sur le *business*, presse économique, etc.) ? Comment à son tour la « culture de l'organisation » qui en résulte se diffuse-t-elle (ou non) dans la « culture organisationnelle » qui prévaut dans les entreprises ?

Si la critique des affaires au cinéma peut prétendre exercer une quelconque influence, c'est sans doute vers l'industrie du film qu'il faut se tourner en premier lieu. Comment ces critiques sont-elles comprises, acceptées et assimilées par l'industrie cinématographique elle-même, et quelles en sont les répercussions sur les relations entre sphères créatives et administratives ? Comment la « culture organisationnelle » propre aux studios a-t-elle récupéré (ou non) et intégré (ou non) la critique des affaires ? Comment se négocie, entre acteurs de l'industrie cinématographique, la décision de produire et commercialiser un projet porteur d'une critique de nature à mettre en cause le système de production et de consommation qui le nourrit ?

Enfin, on peut s'interroger sur le rôle du public dans la genèse de telles œuvres alimentant la « contre culture » de l'organisation. La critique des affaires au cinéma contribue-t-elle à la formation ou la consolidation d'attitudes et de stéréotypes négatifs chez le public ? Ou bien les films, en tant que « produits marketing » soucieux de répondre avant tout aux attentes de leurs publics, ne sont-ils que les simples reflets d'attitudes pré-existantes ? D'après Sorlin (1977), les films ne sont pas seulement une porte ouverte sur l'opinion de leurs auteurs, mais

---

<sup>27</sup> Aux critiques sociale et artiste, Chiapello (2004) adjoint une autre forme plus récente de critique du management, la critique écologique, que je n'ai pas mobilisée ici, mais qui apparaît en partie derrière les thèmes de l'immédiat et du culte du chiffre.

aussi sur celle des spectateurs, lesquels, dans une industrie de masse comme le cinéma, participent à la définition des contenus. La représentation filmique du *business* donne donc aussi à voir et penser ce que les spectateurs sont prêts à accepter et reconnaître, permettant ainsi de définir les « limites idéologiques » de ce que notre société consent à représenter d'elle-même (Ethis, 2006).

Je terminerai ce chapitre en sacrifiant à une convention « managérialiste » à contre courant de la philosophie du présent ouvrage : une implication « managériale ». Logique, simple, fondamentale, elle s'adresse à tous les tenants, chercheurs ou praticiens, d'une perspective critique du management : posez vos stylos, allez au cinéma !

## Références

Ancelin, P. 2001. They live, *L'art du cinéma*, 32-33-34 :115-143.

Aumont, J. & Marie, M. 1988. **L'analyse des films**. Paris : Nathan Université.

Blondeau, C., & Sevin, J.C. 2004. Entretien avec Luc Boltanski, une sociologie toujours mise à l'épreuve. *ethnographiques.org*, 5 : <http://www.ethnographiques.org/2004/Boltanski,Blondeau,Sevin.html>

Boltanski, L., & Chiapello, E. 1999. **Le nouvel esprit du capitalisme**. Paris : Gallimard.

Bordwell, D., & Thompson, K. 2000. **L'art du film. Une introduction**. Bruxelles : De Boeck Université.

Chiapello, E. 1998. **Artistes vs. managers. Le management culturel face à la critique artiste**. Paris : Métailié.

Chiapello, E. 2004. La contestation du capitalisme et l'histoire du management. *Les Echos*, 19293, 25 novembre, l'Art du management-10 : 4.

Dimnik, T., & Felton, S. 2000. *Accounting stereotypes in popular cinema of the twentieth century*. Papier présenté à la CAAA Conference, Halifax, Nova Scotia.

Dreux, E. 2001. Charlot ouvrier : à propos de *Modern Times*, *L'art du cinéma*, 32-33-34 : 171-178.

Esquenazi, J.-P. 2007. **Sociologie des œuvres**. Paris : Armand Colin.

Ethis, E. 2006. **Sociologie du cinéma et de ses publics**. Paris : Armand Colin.

Hartman, K.B. 2006. Television and movie representations of salespeople: beyond Willy Loman. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26 (3): 283-292.

Hassard, J., & Holliday, R. (Eds.). 1998. **Organization-Representation. Work and Organization in Popular Culture**. London: Sage.

- Foreman, J., & Thatchenkery, T.J. 1996. Filmic representations for organizational analysis: the characterization of a transplant organization in the film *Rising Sun*. *Journal of Organizational Change Management*, 9 (3): 44-61.
- Lagier, L., & Thoret, J.B. 1998. **Mythes et masques : les fantômes de John Carpenter**. Paris : Dreamland.
- Lichter, S.R., Lichter, L.S., & Amudson, D. 1997. Does Hollywood hate business or money? *Journal of Communication*, 47 (1): 68-84.
- Menger, P.M. 2002. **Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme**. Paris : Seuil.
- Parker, M. 2005. Organizational Gothic. *Culture and Organization*, 11 (3): 153-166.
- Parker, M. 2006. The Counter Culture of Organization: Towards a Cultural Studies of Representations of Work. *Consumption, Markets and Culture*, 9 (1): 1-15.
- Patient, D., Lawrence, T.B. & Maitlis, S. 2003. Understanding Workplace Envy through Narrative Fiction. *Organization Studies*, 24 (7): 1015-1044.
- Phillips, N. 1995. Telling Organizational Tales: On the Role of Narrative Fiction in the Study of Organizations. *Organization Studies*, 16 (4): 625-649.
- Pollard, A. (Ed). 2000. **The Representation of Business in English Literature**. The Institute of Economic Affairs, London.
- Ramozzi-Doreau, M. 2001. La marginalité de Charlot. Quelle place pour le *tramp* dans la sphère économique ? *La Voix du Regard*, 14 :79-84.
- Rhodes, C. 2002. Coffee and the Business of Pleasure: The Case of Harbucks vs. Mr. Tweek. *Culture and Organization*, 8 (4): 293-306.
- Ribstein, L.E. 2005. *Wall Street and Vine : Hollywood's View of Business*. Working paper LE05-010, University of Illinois, College of Law (<http://law.bepress.com/alea/15th/bazaar/art13>)
- Shugan, S.M. 2006. Antibusiness Movies and Folk Marketing. *Marketing Science*, 25 (6): 681-685.
- Sorlin, P. 1977. **Sociologie du cinéma**. Paris : Aubier.
- Soter, T. 1996. Looking for Mr. Good Guy. *Management Review*, August: 32-36.
- Thomas, S., & LeShay, V. 1992. Bad Business? A Reexamination of Television's Portrayal of *Businesspersons*. *Journal of Communication*, 42 (1): 95-105.
- Vanoye, F., & Goliot-Lété A. 1992. **Précis d'analyse filmique**. Paris : Nathan Université.

**Annexe : films étudiés, par ordre alphabétique de titre original (le titre français est indiqué entre crochets, le cas échéant).**

- (The) Apartment : Billy Wilder, E.U., 1960. [La garçonnière]
- (The) Bad and the beautiful : Vincente Minnelli, E.U., 1952. [Les ensorcelés]
- (The) Big one : Michael Moore, E.U., 1997.
- Black harvest : B. Connolly et R. Anderson, Australie, 1992.
- Blade runner : Ridley Scott, E.U., 1982.
- Brazil : Terry Gilliam, G.B., 1985.
- (A) Corner in wheat : David W. Griffith, E.U., 1909.
- (Le) Crime de Monsieur Lange : Jean Renoir, France, 1938.
- (The) Crimson permanent insurance (*in*. The meaning of life) : Terry Jones et Terry Gilliam, G.B., 1983.
- Dawn of the dead : George A. Romero, E.U., 1978. [Zombie]
- Dr Mabuse, der Spieler : Fritz Lang, Allemagne, 1922.
- (L')Eclisse : Michellangelo Antonioni, Italie, 1961. [L'éclipse]
- Executive suite : Robert Wise, E.U., 1954. [La tour des ambitieux]
- (The) Floor-walker : Charles Chaplin, E.U., 1916. [Charlot chef de rayon]
- Glengarry Glen Ross : James Foley, E.U., 1991.
- (The) Grapes of wrath : John Ford, E.U., 1940. [Les raisins de la colère]
- Gremlins 2 : Joe Dante, E.U., 1990.
- Hollywood ending : Woody Allen, E.U., 2002.
- (The) Hudsucker proxy : Joel et Ethan Cohen, E.U., 1994. [Le grand saut]
- In the company of men : Neil Labute, Canada, 1997. [En compagnie des hommes]
- It's a wonderful life : Franck Capra, E.U., 1946. [La vie est belle]
- Mary Popins : Robert Stevenson, E.U., 1964.
- Meet John Doe : Franck Capra, E.U., 1941. [L'homme de la rue]
- (Le) Mépris : Jean-Luc Godard, France-Italie, 1963.
- Metropolis : Fritz Lang, Allemagne, 1927.
- Modern times : Charles Chaplin, E.U., 1936. [Les temps modernes]
- Mondovino : Jonathan Nossiter, France, 2004.
- Mulholland drive : David Lynch, E.U., 2001.
- (The) Navigators : Ken Loach, GB, 2002.
- Only yesterday : John M. Stahl, E.U., 1933.
- (The) Player : Robert Altman, E.U., 1991.
- Playtime : Jacques Tati, France, 1967.
- Ressources humaines : Laurent Cantet, France, 1999.
- Salesman : Albert et David Maysles, E.U., 1969. [Le vendeur de bibles]
- Samson : Maurice Tourneur, France, 1936.
- (Le) Schpountz : Marcel Pagnol, France, 1938.

- Stardust memories : Woody Allen, E.U., 1980.
- They live : John Carpenter, E.U., 1988. [Invasion Los Angeles]
- Trading places : John Landis, E.U., 1983. [Un fauteuil pour deux]
- Wall street : Oliver Stone, E.U., 1987.
- White hunter, black heart : Clint Eastwood, E.U., 1990. [Chasseur blanc, coeur noir]
- Working girl : Mike Nichols, E.U., 1988.
- You can't take it with you : Franck Capra, E.U., 1938. [Vous ne l'emporterez pas avec vous]