

TITRE (A VOIR) :
ECONOMIE ET EVOLUTION DU TITRE DE FILM DEPUIS 1968
QUESTIONS AUTOUR DE L'INTERPRETATION THEORIQUE DES TITRES DE
FILM

by

NOELLE ROUXEL-CUBBERLY

A dissertation submitted to the Graduate Faculty in French in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, The City University of New York

2009

© 2009

NOELLE ROUXEL-CUBBERLY

All Rights Reserved

This manuscript has been read and accepted for the
Graduate Faculty in French in satisfaction of the
dissertation requirement for the degree of Doctor of Philosophy.

_____	Professor Royal Brown
_____	_____
Date	Chair of Examining Committee
_____	Professor Antoinette Blum
_____	_____
Date	Executive Officer

Royal Brown

Jerry Carlson

Mary Ann Caws

Giancarlo Lombardi
Supervision Committee

THE CITY UNIVERSITY OF NEW YORK

Abstract

TITRE (A VOIR) :
ECONOMIE ET EVOLUTION DU TITRE DE FILM DEPUIS 1968
QUESTIONS AUTOUR DE L'INTERPRETATION THEORIQUE DES TITRES DE
FILM

by

Noëlle Rouxel-Cubberly

Advisor: Professor Royal Brown

This dissertation seeks to define the relations between film titles and their cotexts on the one hand and to weigh the importance of the values they shape and convey to the audience at large on the other hand. Also considered as an economical term in French (“titre”), the title represents cultural as well economic values. As suggested by the founders of literary titology, Claude Duchet, Leo Hoek but also Barthes, Genette and Derrida, titles lead (to) the co-text. This position of power, concretely embodied by complex institutional regulations, calls for an array of theoretical perspectives. If this study draws from these eminent theoreticians, it also examines film titles as conscious *and* unconscious representations as well as exchange values. Mainly borrowing from Appadurai’s notion of exchange, Glissant’s poetics of relation, and Derrida’s reflexion on titles as “counterfeit money”, this dissertation intends to explore the economics of French film titling as a sociocultural phenomenon revealed through an ekphrastic and

psychoanalytic approach. A comparative study of French film comedies in the 1970's and in the 1990's illustrates the distorted mirror-effect film titles provide in our reading of the world. This study aims at theorizing film titles' own theorizing of our shifting beliefs and values.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier mon directeur de thèse, le Professeur Royal Brown ainsi que les membres du jury, les Professeurs Mary Ann Caws, Jerry Carlson et Giancarlo Lombardi. Dès le début de mon travail, ils m'ont accordé leur confiance sur un sujet jusque là à peu près inexploré. Je tiens à exprimer une reconnaissance toute particulière à mon professeur, collègue et ami, Giancarlo Lombardi pour les innombrables heures qu'il a passées à m'aider et à me soutenir. Ses encouragements m'ont été extrêmement précieux. Je ne saurais oublier notre chef de Département, Professeur Sautman dont la rigueur et l'intelligence ont marqué mon cheminement intellectuel. Je suis également extrêmement reconnaissante aux Professeurs Antoinette Blum, Giuseppe Di Scipio, Vincent Crapanzano, Edouard Glissant, Domna Stanton, Kathryn Talarico et à mes collègues et étudiants du College of Staten Island. Je tiens également à mentionner le généreux soutien financier du Graduate Center qui a financé une grande partie de mes études et de mes recherches. Enfin, et cette contribution n'est pas des moindres, je veux remercier mes amis doctorants qui m'ont soutenu, mon tout premier lecteur, Stève Puig, et le groupe de « thésards », Sophie Marinez, Marie-Ange Payet, Sophie Saint-Just et John Sorrentino dont les commentaires ont été très stimulants.

Merci aussi à Isabelle Kaplan, qui, plus qu'un mentor, est aussi une amie et m'a toujours inspirée, encouragée et aidée. C'est grâce au Professeur Etienne Brunet (CNRS) et à son logiciel HyperBase que j'ai pu mener à bien mon étude de cas, ce dont je lui suis infiniment reconnaissante. Je tiens aussi à remercier le Professeur Tom Conley pour ses encouragements et Marcelline Block qui m'a permis de publier une partie de ce travail dans son anthologie *Situating the Feminist Gaze and Spectatorship in Postwar Cinema* (Cambridge Scholars Publishing, 2008).

Je voudrais aussi remercier les professionnels du cinéma qui m'ont accordé de longs entretiens, Laurent Brett, Brice Cauvin, Amélie Gamet, Barbara Maynial, Michelle Porte, Charles Senard et Marie Losier mais aussi toutes les personnes qui ont bien voulu répondre à mes questions sur les titres de film.

Je sais tout particulièrement gré à tous mes amis qui m'ont écoutée et aidée, et plus particulièrement à Samia Aït-Hellal, Martha Morgan et Olivier Pion. Je n'aurais jamais pu mener à bien sans Linda Perrotta et l'excellente équipe du Child Development and Learning Center du Graduate Center.

Je tiens enfin à remercier tous les membres de ma famille, en France et aux Etats-Unis, pour leur infinie patience, et plus particulièrement à mes sœurs, Maître Anne-Marie Rouxel et Maître Blanche Rouxel, pour leurs lumières juridiques. Mais les plus grands remerciements vont à mes parents, à Craig, mon mari, et à Lou, ma fille, pour leur amour et leur patience.

TABLE DES MATIERES

Introduction	1
Chapitre I : Application et applicabilité de la recherche en titrologie littéraire au domaine filmique	19
Apports spécifiques de la titrologie littéraire.....	19
Spécificités de la titrologie filmique.....	59
Chapitre II : Images du titre : ekphrasis et psychanalyse	87
La dimension ekphrastique du titre de film.....	88
Lecture psychanalytique du titre de film.....	107
Chapitre III : Etude de cas : les titres de comédies de 1970 à 1980 et de 1990 à 2000	150
Physionomies du titre de comédie.....	151
Le champ lexical.....	159
L'évolution syntaxique.....	167
Chapitre IV : Conter/Compter/Comptabiliser le titre	176
Le titre de film comme valeur.....	176
Le titre de film comme fausse-monnaie.....	188

Conclusion	198
Index des titres de films cités	203
Bibliographie	212

INTRODUCTION

Titre (à voir). Le titre à voir, c'est celui du film à voir, absolument. Ou encore le titre même de ce film qu'on se propose de *voir* d'un peu plus près, d'analyser. Ou bien encore le « titre-avoir », au sens économique du terme, titre filmique considéré comme valeur économique, comme capital. Un titre à avoir qui deviendrait aussi un titre à déjouer, à démasquer – si tant est qu'on puisse démasquer les masques. Enfin, et peut-être avant tout, un titre visiblement inspiré du « Titre (à préciser) » de Derrida qui, dénonçant la violence elliptique sur laquelle se fonde la légalité de cette trace visible du texte, ouvre une réflexion sur les titres de films et de leur interprétation théorique.

Si la titrologie¹ littéraire a déjà ses maîtres – citons Claude Duchet, Leo Hoek mais également Jacques Derrida et Gérard Genette pour l'importance de leurs contributions au débat – on s'est relativement peu interrogé sur le statut exact de ces titres de film qui pourtant nous cernent. A l'instar des « titrologues » littéraires, on s'intéressera tout d'abord aux antécédents en la matière et, pour reprendre l'expression de Hoek, on tentera d'esquisser « l'état présent de la « titrologie » », en l'occurrence, filmique. Vu le nombre limité d'écrits sur la titrologie filmique – et on peut s'en étonner vu le nombre de références aux titres dans les critiques de film – les titrologies littéraires et picturales présenteront des outils importants dans cette recherche. L'étude de l'étymologie et des différentes acceptions du mot « titre » permettront de (re)cadrer ce travail dans les paramètres de l'analyse filmique, d'intégrer à l'étude linguistique les versants audiovisuel et proprement médiatique du cinéma.

¹ Terme que l'on doit, d'après Genette (*Seuils* 54), à Claude Duchet.

On peut considérer que la titrologie filmique naît, dans les années 1970², de la réflexion de linguistes inspirés, à divers degrés, par le structuralisme, la sémiotique et la relecture marxiste du texte et de son paratexte. Quelques études fondatrices sur la titrologie filmique guideront notre analyse. En 1970 précisément, le Groupe μ , inspiré par l'exploration de nouvelles formes de communication, propose donc une taxinomie de la rhétorique des titres de films. Tout comme Barthes, qui semble régulièrement retourner à l'étude du titre, tout comme Duchet, le père spirituel de la titrologie, les linguistes du Groupe μ^3 distinguent des fonctions linguistiques (référentielle, conative et poétique) et présentent, non sans humour, le monde superlatif, hyper-contrasté – non sans rapport avec la bande-dessinée – que proposent les divers aspects de la géographie des titres de film. Partant d'une géographie normative, plastique, syntaxique, sémantique et logique, ces linguistes appliquent à l'étude filmique les principes analytiques de leur *Rhétorique générale*, publiée en 1970, avant de conclure – aveu déguisé d'une impasse méthodologique ou pirouette rhétorique ? – au suicide du titre de film en 1968 (102)⁴. Toute rigoureuse qu'elle soit, cette classification limite sa portée à la linguistique et à la rhétorique ; en effet, parce que cette classification s'enferme dans une terminologie et une approche qui n'intéressent qu'une partie de son objet, les mots, elle laisse dans l'ombre une part importante de son étude. Si le titre de film s'inscrit naturellement dans le domaine linguistique, il désigne une œuvre à caractère pictural ; or, il semble que

² Cette datation est discutable : Adorno dessine déjà les prémices de l'étude de la spécificité du titre filmique en évoquant ces titres hollywoodiens « brevet[és] (...) qui se vendront bien » (245). Il n'existe cependant pas de réflexion exclusive et formelle sur le titre de film, à notre connaissance, avant l'article du Groupe μ en 1970.

³ Le Groupe μ regroupe les linguistes suivants : Jacques Dubois, Francis Edeline, Jean-Marie Klinkenberg, Philippe Minguet, François Pire et Hadelin Trinon.

⁴ Deux ans plus tôt, l'Anglais Leslie Halliwell, dans un article portant sur les titres de film modifiés après leur sortie en salle afin d'attirer un public plus nombreux, augurait tout aussi mal du titre de film : « After these [titles], there can be nothing for the future but decadence » (24). Son conservatisme cinématographique y était peut-être aussi pour quelque chose.

l'outillage linguistico-littéraire, tout utile qu'il soit, ne permette pas d'appréhender le phénomène dans son ensemble : quelques mots renvoyant à un ensemble complexe de milliers d'images elles-mêmes commentées verbalement – à la fois à l'écran et hors écran. Choix délibéré dans le cas du Groupe μ^5 , cette omission est peut-être à l'origine de l'intérêt renouvelé, par vagues successives, de chercheurs pour le générique, versant filmique du titre de film (« film *titles* » en anglais).

Préférant une approche moins cloisonnée, Christian Moncelet (1972) épice quant à lui la réflexion titrologique d'anecdotes et de pensées délibérément ouvertes afin de dévoiler l'importance inexploitée du titre dans la littérature et dans les arts et conclut sur les mines que recèlent les titres dans de nombreux domaines (cuisine, parfum, mode) et, fait intéressant, réserve cette perspective finale à des exemples de titres de film (197-8).

Il faut attendre la fin des années 1980 pour que ressurgisse, chez les Anglophones, un intérêt pour la titrologie filmique. A l'occasion d'une analyse des problèmes de « recodages » culturels posés par la traduction de titres de films, Shohat et Stam (1985) esquissent les contours d'une économie, intérieure et extérieure, du titre de film. On pourra se demander ainsi, à partir de ces diverses perspectives, si les traductions du titre *Comme une image* (Jaoui 2004) ne révèlent ou, mieux encore, ne « parlent » pas l'économie des différentes langues du rapport à l'image. Transformé en «Regarde-moi » en allemand, anglais, danois, norvégien, polonais, portugais et suédois (*Schau mich an!*, *Look at me*, *Se på mig*, *Se meg*, *Popatrz na mnie*, *Olhem para mim* et *Se mig*), il se traduit littéralement en espagnol (*Como una imagen*) quoiqu'il n'y ait pas ici d'équivalent avec l'expression « sage comme une image », mais ose la transposition tragique et légère, à

⁵ « Nous bornerons notre examen à l'étude du titre dans ses constituants » (94). On a d'ailleurs reproché aux structuralistes de ne pas inscrire l'objet de leurs études dans un contexte (historique, culturel, etc.). Ici, le contexte audio-visuel fait défaut.

l'image du film, de *Così fan tutti* en italien. S'il pousse, plus encore, en chinois cette notion en abyme de représentation visuelle (« Je me vois à travers toi »), sa traduction japonaise abandonne complètement cette dimension avec « Nous sommes tous aimés par quelqu'un ». La double mise en abyme du titre français (les termes « comme » et « image » renvoient chacun à une comparaison) se volatilise-t-elle dans ces traductions ou contraire, épouse-t-elle les formes d'approches différentes du regard, sinon de l'image? On y reviendra.

Ces thèses et articles traitent donc principalement de questions narratives, intertextuelles et de problèmes de réception du public. Ainsi, la thèse de Leopold Joseph Charney, *Just Beginnings: Film Studies, Close Analysis and the Viewer's Experience* (1993) porte, comme le titre l'indique, sur les fonctions du générique et sur les processus de réception des spectateurs. Inspirée notamment par ces travaux, Deborah Allison prolonge les versants techniques et historiques de cette analyse du générique dans sa thèse, *Promises in the Dark : Opening Title Sequences in American Feature Films of the Sound Period* (2001). Enfin, l'universitaire canadien, Matt Soar, travaille depuis déjà plusieurs années sur le titre et le générique, reconsidérant les aprioris qui s'y rattachent; il alimente et soulève ainsi de nombreux problèmes théoriques (aspect politique des génériques, indépendance de la séquence initiale du film) peu abordés par la théorie filmique (2003). Ces travaux s'intéressent cependant davantage au générique qu'au titre même du film. Ils n'évoquent que de façon marginale les dimensions linguistiques et intermédiales (texte-image) de ce signe à la croisée des chemins du littéraire et du visuel. Or, c'est précisément dans cette correspondance forcée entre images et mots, dans ce transfert de fonds, des valeurs audio-visuelles aux valeurs littéraires que paraissent se

jouer des échanges cruciaux. Evoquée par plusieurs critiques⁶, la valeur du titre (au sens de titre-monnaie) prend une acuité encore plus percutante lorsqu'il s'agit de films : dans le contexte de productions toujours plus coûteuses, les valeurs que cachent, masquent, exhibent ou recèlent les mots des images réservent certainement de précieuses informations sur l'économie culturelle dans lesquels s'inscrivent des titres de films donnés.

Près de vingt-cinq ans après la classification rhétorique des titres de film par le Groupe μ , ceux-ci font l'objet d'une nouvelle classification, plus narratologique cette fois-ci, par Nicole de Mourgues⁷. Ces titres recommencent alors aussi à susciter l'intérêt de théoriciens français et italiens, dont Bruno Di Marino⁸ et Valentina Re⁹ qui ont redirigé l'attention sur le titre de film en démarginalisant la « marginalité centrale » de cet élément du paratexte. Re et Mourgues analysent les relations théoriques, le cadre et système de fonctionnement de ces titres mais ne lisent pas à proprement parler ces titres. Ils s'intéressent certes à leurs formes mais ignorent ce que disent ou ne disent pas les titres (contrairement aux études titrologiques d'un Flandrin par exemple qui observent le vocabulaire de l'amour et de la sexualité dans la littérature française des quatre derniers siècles).

Devant la minceur des ressources théoriques cinématographiques, on se tournera donc vers les apports, plus consistants, quantitativement en tout cas, de la titrologie

⁶ Il faudrait citer sur ce point, en plus des titrologues susmentionnés, Adorno, mais aussi Barthes et Moncelet. Considéré principalement jusqu'au XVII^e siècle comme une commodité dans le commerce des œuvres, le titre suscite dès lors des interrogations sur ses douteuses fonctions puisque Furetière jugeait qu'un beau titre était « le vrai proxénète d'un livre ». Que dire enfin des sommes faramineuses investies dans les campagnes de promotion des films avant leur sortie sur écrans (affiches, publicités en formes d'énigmes sur internet, etc.) ?

⁷ N. de Mourgues, *Le Générique de film*, Paris, Klincksieck, 1994.

⁸ B. Di Marino, « Ai margini della finzione. Per un'analisi dei titoli di testa e di coda », *Bianco e nero*, 1-2, 2000, p. 74-85.

⁹ V. Re, *Ai margini del film. Incipit e titoli di testa*, Pasian di Prato (UD), Campanotto, 2006.

littéraire : dès la fin des années 1950, Adorno se penche sur l'évolution du titre, « lieu de l'aporie de la littérature elle-même » (240) et en révèle la fonction-clé : désigner sans dire. Duchet et Hoek proposent non seulement leurs taxinomies du titre mais en exposent très clairement les rouages. Il faudrait aussi mentionner les classements proposés par Charles Grivel et bien sûr Barthes, qui dès *S/Z* conçoit les fondations d'une réflexion titrologique avant la lettre. A leur suite, Genette poursuit dans son étude du paratexte (1987) l'épineuse question des constituantes du titre, tout en soulignant son statut d'objet artificiel, « artefact de réception ou de commentaire » (54). Il suggère des questions sur les fonctions et les contours du titre particulièrement propices à enrichir notre étude (plastique du titre cinématographique, connotations verbales et visuelles, relations thématiques et rhématiques¹⁰ avec l'œuvre). De nombreux critiques reprendront, tout au long des années 1980, l'analyse du titre, en littérature mais aussi en histoire de l'art, repérant des clivages entre les fonctions herméneutique, esthétique et idéologique du titre et celles du nom : Fisher (1984), par des raccourcis parfois discutables, démontre que le titre est le départ du discours interprétatif. Plus nuancé, Levinson (1985) propose de subtiles observations sur le potentiel esthétique du titre que reprend notamment Adams (1987) ; celui-ci évoque les contours flous du titre et, reprenant la notion de parergon de Derrida, en montre la marginalité « centrale ». C'est en effet à Derrida (1973 et 1986) qu'on doit un autre regard sur le titre d'œuvre qu'il met en adéquation avec le titre monétaire, et « décroche » cet archonte¹¹ de ses fonctions et prétentions artistiques comme pour lui (dé)régler son compte.

¹⁰ Genette parle de « désignation générique » de ces titres rhématiques. Il s'agit en littérature de ces *Odes*, *Contes*, *Mémoires*, *Confessions*, etc. (*Seuils*, 82).

¹¹ Dans *La Dissémination* (204), il reprend Mallarmé qui dénonçait ce titre, cet archonte, dit Derrida, qui « port[ait] front haut, parl[ait] trop haut. »

Enfin, ce travail s'enrichira également des travaux portant plus ou moins directement sur la titrologie picturale afin de mieux comprendre cette « électricité du sens », pour reprendre une expression de Michel Butor, qui circule entre le titre et le corps d'une œuvre. La notion d'ekphrasis, abordée en détail par W. J. T. Mitchell, offrira un point de suture dans cette réflexion sur l'élément incontournable littéraire du film.

Moins d'une dizaine de documents sur la titrologie filmique établissent donc le socle théorique de cette recherche : l'article du Groupe μ (1970), quelques pages de Shohat et Stam (1985) sur la traduction des titres de film, le chapitre de Nicole de Mourgues (1994), quelques essais périphériques rassemblés dans le dossier « La parola scritta nel cinema » de la revue *Bianco & Nero* (2000) et enfin les pages qu'y consacre Valentina Re (2003) dans son ouvrage sur les débuts et génériques de film auxquelles s'ajoute l'article de Claire Dupré Latour sur les 540 premiers titres de films français (2004). A notre connaissance, aucune autre étude approfondie n'explore à ce jour l'économie interne et externe du titre de film.

Cette étude s'inscrit dans le contexte d'une réflexion sur la nature changeante de la relation réciproque du visuel au textuel. Elle vise à combler la carence théorique d'un élément pourtant omniprésent dans la critique cinématographique : les titres de film. Objet d'étude sans jamais en être le sujet, les titres de films épellent pourtant en toutes lettres la grammaire visuelle d'univers mentaux dont ils façonnent et accréditent la représentation. Passer à l'anglais, avec la sortie de l'édition spéciale de la trilogie originale de *La Guerre des étoiles* – rebaptisée comme on le sait en *Star Wars* – c'est en effet, au-delà de l'anglicisation galopante des titres de film, poser les prémices d'une

identité culturelle commune avec l'Amérique de Georges Lucas. Et, on le verra, cette anglophonie n'est pas l'apanage des gros budgets puisque des réalisateurs et réalisatrices, comme Claire Denis ou encore Olivier Assayas, manifestent une réelle prédilection pour l'anglais dans l'intitulation de leurs œuvres – on y reviendra. Pour Claire Denis, ces titres originaux en anglais représentent plus du tiers de ses titres. Quant à Olivier Assayas, on évoquera ses trois succès récents *Demonlover*, *Clean*, *Boarding Gate*.

Témoin et colporteur des évolutions de la civilisation, le titre de film a, lui aussi, une histoire. Comme le remarque Kolstrup, les premiers titres de films ressemblaient à des légendes explicatives, légendes qu'il assimile aux titres journalistiques. On peut citer par exemple *La Sortie des usines Lumière*, *L'Arrivée d'un train à la Ciotat* ou encore, à la rubrique faits divers, *Escamotage d'une dame au théâtre Robert Houdin*. Avec la séparation qu'opèrent les frères Pathé en 1908 entre informations et fiction (Kolstrup 1), le titre devient alors une invitation au rêve. *Du Voyage dans la lune* au *Voyage de Gulliver à Lilliput et chez les géants* en passant par le *Palais des mille et une nuits*, le titre de film est un appel résolu à rêver la fiction. Commencent alors à se dessiner, au fil de ces titres, les figures de personnages, déjà mythiques (Ali Baba, la Fée Carabosse, Hamlet, etc.) ou en passe de le devenir grâce au cinéma. Ce début de siècle voit l'avènement à l'écran des séries comme *Léontine*, *Rigadin* ou encore *Max* (*Max prend un bain*, *Max fait du ski*, etc.), l'ancêtre de Charlot : le cinéma, on le comprend, affiche ainsi, à travers ses titres, la naissance de ses propres héros, celle de Max Linder notamment, mais aussi celle d'une tradition burlesque de l'intitulation proprement française. Comme le souligne très justement Kolstrup (1), le titre s'allonge entre 1910 et 1920, et l'on peut voir dans ces phrases souvent entières (*Méfiez-vous de votre bonne*, *On demande une*

institutrice, Petit Willy soigne la neurasthénie de son oncle), l'imitation de la mise en scène cinématographique dans toute sa dynamique, grâce, notamment, à la présence du prédicat. Le titre veut rendre compte de ce qu'il peut faire : prendre sur le vif, voire la main dans le sac et c'est aussi pour ce voyeurisme de la vraie vie qu'il couvre majoritairement les champs sémantiques du mariage et de la vie domestique en général. Cette popularisation intimiste – et l'on retrouve le même phénomène avec l'apparition contemporaine de la bande dessinée en France – se traduit aussi par le choix, dans le titre, de prénoms plutôt que de noms de famille. S'il n'en est pas encore à tutoyer le spectateur, le titre de film est déjà en train de tisser des liens très intimes avec lui.

Dans les années 1930, alors qu'émerge le « parlant », le titre de film semble s'éloigner de la littérature pour se rallier davantage à la bande dessinée (*Le Prince Bouboule, Le Schpountz*) : les mots du titre sont moins des références à un univers écrit et labellisé qu'à un univers parlé, ce dont attestent les bribes de conversation qu'ils empruntent abondamment (*Pas Un Mot à ma femme, Allô Mademoiselle !, Hardi les gars*). Le titre promet, en l'incarnant pour ainsi dire, ce son synchronisé que l'on court découvrir au cinéma. Mais les titres ne gommant pas non plus tout à fait la littérature dont ils ont encore besoin pour asseoir leur crédit. On retrouve nombre de héros littéraires tels *Rouletabille, Poil de Carotte* ou encore *Les Misérables*, sans oublier ce titre lui-même héros et héroïque *J'accuse !* Symptomatique de l'entre-deux guerres, le vocabulaire des titres est enfin nettement patriarcal. A titre d'exemples, on dénombre dans les titres français des années 1930, 23 « Monsieur » contre 10 « Madame » et 16 « rois » contre 2 « reines ».

Il faudra attendre que la guerre soit finie pour que les titres retrouvent leur verdeur. Les années 1950 consacrent la gouaille populaire dans des titres comme *Baratin*, *Bibi Fricotin* ou bien sûr les titres d'Audiard (*Faut pas prendre les enfants du Bon Dieu pour des canards sauvages*). Et si les titres des années 1960 semblent se remettre à un français plus standard, c'est souvent pour mieux subvertir cette façade lézardée de la France gaulliste. Ainsi, des titres tels *La Religieuse*, *La Peau douce* ou encore *Le Bonheur*, et peut-être plus encore ceux de Godard (*Le Petit Soldat*, *Une Femme est une femme*) sont loin d'être aussi sages qu'ils n'en ont l'air. Mais c'est avec les années 1970 que l'intitulation filmique explose littéralement. Suicide pour le Groupe μ , on peut aussi y lire le goût de la provocation et d'une vitalité débordante du titre de film : volontairement vulgaires – au sens de proche de ce *vulgum* trop longtemps ignoré – sémantiquement provocateurs (*L'Emmerdeur*), souvent irrévérencieux (*Et la tendresse ?... Bordel !*), les titres de l'époque s'accordent à choquer, à interpeler parfois vertement le spectateur. C'est aussi l'époque où le titre de film est le plus prolixe avec le nombre de mots en moyenne le plus élevé (3,45) depuis le début du siècle. Ce débridement du titre atteindra son comble avec *Baise-moi* en 2000 avant se trouver ses limites dans les borborygmes comme *RRRrrrrr !!!* (2004).

Les titres des années 1980 mais surtout 1990 voient le redoublement de la charge sémantique. Du très éculé *Vous habitez chez vos parents ?* (1983) au *Bonheur est dans le pré* (1995) – qui, en France, n'a pas appris la poésie éponyme de René Char ? – les titres français tablent massivement sur le métaphorique d'un patrimoine culturel national commun et forcent volontiers le trait symbolique. Le titre fait donc la part belle à la langue dans sa dimension métalinguistique: la langue des titres parle maintenant moins

des images qu'elle accompagne que d'elle-même et des transformations à laquelle elle est soumise. Double phénomène de ces vingt dernières années, le titre de film français – globalisation oblige – se « babellise » (*Imûhar, une légende, Tèt Grenné, Forever Lénine, Bab el Web*) et se littérarise, comme pour entériner, en même temps qu'elle se « créolise », son ralliement à ses bastions. Un rien usurpateur, ce titre de film qui a emprunté à la littérature ses modalités intitulatoires se pose lui-même en objet littéraire. Quoi de plus traditionnellement littéraire en effet que d'emprunter à la bible comme le fait *Il est plus difficile pour un chameau...* ? Cette ambition littéraire des titres de films français se lit dans des titres tels *Le Temps retrouvé, Les Destinées sentimentales* ou encore *La Belle Personne*, titre de l'adaptation toute récente de *La Princesse de Clèves*. Par ailleurs, la forme de ces titres-là s'allonge et l'on décèle aussi une aspiration littéraire dans ces titres aux allures de phrases (*Ceux qui m'aiment prendront le train, La Vie ne me fait pas peur, Y aura-t-il de la neige à Noël ?*). Mais cette littéarité-là ne reflète-telle pas le vide du produit qu'elle désigne ? Produit souvent destiné à une obsolescence précoce, le film, et a fortiori son titre, doivent frapper toujours plus fort et de ce fait, saturer les effets de sens. Ce saturation des sens correspond tant à une surcharge sémantique et littéraire qu'à un appel de plus en plus marqué au sensationnel, qu'il soit d'ordre intellectuel (*Va, vis et deviens*) et/ou physique (visuel par exemple avec des titres réduits à une seule lettre comme *K*).

Le titre de film, on le voit, a pris conscience de lui-même. Il joue de sa fonction et de son vide qui fait écho aux valeurs interchangeable qu'on y case. La « logotisation » sur laquelle opère maintenant le titre de film va d'ailleurs de pair avec une certaine « numérisation » : à titre d'exemple, on constate que la proportion des chiffres dans les

titres de film, tels *13 m²* ou encore *57000 km entre nous*, a doublé entre les années 1980 et les années 2000. Aspirés dans cette logique du nombre, les titres de films français des années 2000 renvoient l'image de ce qu'ils sont : les reflets de produits audiovisuels destinés à l'anonymat après une notoriété toujours plus éphémère.

On limitera ici les exemples au cinéma commercial français des quatre dernières décennies. Au cinéma français d'une part, à cause du pont qui s'érige naturellement entre titrologie littéraire, la plus conséquente théoriquement, et un cinéma français fortement ancré dans cette même tradition littéraire; aux quatre dernières décennies d'autre part, pour repérer les chemins qu'ont empruntés les titres de films depuis la remise en question majeure de la Nouvelle Vague. Par ailleurs, on se limitera au cinéma commercial, au sens large du terme, pour sa diffusion, son accès potentiel à la popularité et donc à sa représentativité d'un courant « général ».

A l'heure d'internet, de la possibilité de se confiner à des genres très particuliers grâce au téléchargement notamment (on peut passer ses journées à regarder des films d'horreurs polonais, ce qui était impossible il y a 10 ans), on peut se demander si le public, terme employé si artificiellement au singulier, se reconnaît autant dans les titres de films « grand public » ? C'est justement en cela que réside toute la problématique du titre de film français tel qu'il sera analysé dans ce travail.

Le titre de film, véritable artefact, affiche concrètement autant qu'abstraitement des valeurs communes ou plus exactement présentées comme telles. Qu'il s'agisse d'argent (*L'Argent de poche* [1976], *L'Argent des autres* [1978], *L'Argent* [1983], *L'Argent fait le bonheur* [1993], *L'Argent raconté aux enfants et à leurs parents* [2002]), qu'il s'agisse de liberté (*Et vive la liberté !* [1978], *Liberté, égalité, choucroute* [1985],

Liberté, égalité, fraternité et puis après... [1990], *Liberté-Oléron* [2001]) ou qu'il s'agisse d'amour (*L'Amour c'est gai, l'amour c'est triste* [1971], *L'Amour en fuite* [1979], *L'Amour à mort* [1984], *Max mon amour* [1986], *L'Amour aux trousses* [2005]), les titres racontent les valeurs qu'ils mettent en scène.

Il s'agit donc ici de montrer que le titre compte/conte en lettres des valeurs maîtresses dans la représentation licite¹² de notre perception du monde, et plus encore dans l'interstice qui le sépare du cotexte: le titre de film serait donc sémantiquement porteur de valeurs idéologiques mais représenterait aussi un puissant révélateur de notre consommation culturelle dans ses dimensions synchroniques et diachroniques¹³, et consommation culturelle plus précisément linguistique et visuelle, dans le rapport même du titre au film. Le titre peut aussi révéler des déplacements¹⁴ des diverses réalités qui forment notre vision du monde, si tant est qu'on puisse utiliser cet adjectif possessif au singulier. Ainsi, ce « notre » a fait du chemin depuis les tout premiers titres de film : jusqu'en 1941, on ne le trouve que dans « Notre-Dame », référence à un patrimoine culturel et spirituel commun. Il se libère très progressivement de ce monument de la culture française et s'en défait tout à fait en 1979 avec *L'Eventreur de Notre-Dame*. L'adjectif possessif « notre » des titres de films français devient alors exclusif (du spectateur notamment) pour se rattacher aux protagonistes du film (*Notre histoire*) ou au groupe d'individus qui y sont représentés (*Réponse de femmes : Notre corps, notre sexe* [1975]). Nouveau locus de la représentation culturelle et artistique, le titre de film indique

¹² Flandrin évoque dans « Sentiments et civilisation » ce que les notions qui s'affichent dans les titres révèlent (439). Cependant, il attire aussi l'attention sur ce qu'un énoncé rare ou absent peut compter de contre-valeur : il peut n'être pas mentionné car il a peu de valeur ou encore car il en a trop (et est donc tu).

¹³ Flandrin, dans son étude des titres d'ouvrages relatifs à l'amour et aux sentiments souligne l'utilité diachronique de l'étude des titres pour observer les « transformations de la langue et de la mentalité » (940).

¹⁴ Ce mot est emprunté à Jean-Louis Flandrin (« Sentiments et civilisation » 943)

une nouvelle identité culturelle construite autour de personnages fictifs (bientôt cultes avec le star système) détrônant les lieux de culte du passé. Par ailleurs, l'ambiguïté de ce « notre » qui, en français, peut être inclusif ou exclusif, n'est pas sans rapport avec le processus d'identification cinématographique qui commence avec la lecture du titre. Or, il y a, dans cette voix qui prétend *nous* dire, une autorité inquiétante qu'il convient d'étudier.

Parce que le titre touche à plusieurs domaines – littérature, cinéma mais aussi histoire et histoire de l'art – cette étude se veut interdisciplinaire. Par ailleurs, devant le nombre impressionnant de titres de films français sortis entre 1968 et 2005, environ 8000, on aura recours, entre autres outils, à la lexicométrie, procédé qui permet l'analyse informatique d'une base de données de titres de films.

Les perspectives historiques et anthropologiques sur le titre, littéraires ou autres, permettront de comprendre son évolution, les divers apports et contaminations qui, tout au long de l'histoire, l'ont façonné – Pourquoi et en quoi *Passe ton bac d'abord* (Pialat 1978) et *L'arbre, le maire et la médiathèque* (Rohmer 1993) marquent-ils des époques différentes ? On s'interrogera d'abord sur leurs méthodes structuralistes (chez Hoek, Duchet mais aussi Barthes et Genette) et post-structuralistes chez Derrida, employées pour « comptabiliser » la titrologie, dans la mesure de leur applicabilité au champ cinématographique.

Puisque cette étude s'attache plus particulièrement à la notion de titre-valeur et donc de valeur du titre, on empruntera aux théoriciens post-modernes de l'échange : l'assimilation du titre à une valeur monétaire en soi qu'établit Derrida constituera un outil de base dans ce travail. La notion de valeur dans l'acte même de l'échange que propose

Appadurai servira à examiner l'échange qui se produit lorsqu'un spectateur achète « Trois *Astérix*, s'il vous plaît ». Afin d'explorer ce qui se passe entre titre et film, ce point de (non)-rencontre, on explorera la notion d'entre-deux telle que la voit Crapanzano. Enfin, on s'appuiera sur les concepts d'échange et de la « poétique de la relation » de Glissant pour envisager dans toute sa complexité la circulation des titres de films.

La théorie cinématographique permettra d'aborder la spécificité du medium dans l'application de la titrologie littéraire à la titrologie filmique. Les travaux sur la réception guideront la lecture de l'accueil que réserve le public aux titres de film. Mais, puisque l'étude des titres de film renvoie à la fois aux mots qui les constituent et aux images qu'ils évoquent, ce sont peut-être les recherches menées sur l'intermédialité qui fourniront l'outillage le plus probant. Enfin l'ekphrasis, telle que Mitchell la conçoit dans *Picture Theory*, inviteront à penser la représentation au-delà des frontières qui séparent les différents médias et s'imposeront donc dans l'étude de mots sur la « toile » et, qui plus est, de mots représentant des images.

Finalement, la psychanalyse s'imposera comme un élément crucial dans cette analyse critique qui entend démêler des réseaux de représentations intellectuelles et visuelles et de valeurs plus ou moins inconscientes. L'économie extrême du titre de film n'est pas sans rappeler l'économie du jeu de mot que Freud, puis Lacan, assimilent au travail du rêve. Or, dans la facture du titre entrent « en jeu » ces mêmes principes de représentation économique du plaisir qui rapproche deux choses éloignées – en l'occurrence la foisonnante diversité matérielle du cotexte audio-visuel avec l'extrême concision d'une poignée de lettres que constitue le titre. Ainsi, *Délits flagrants* (Depardon

1994) appelle, dans son inversion, à une réévaluation critique de l'expression de « flagrants délits » alors que *Western* (Poirier 1997) ne permet de revisiter le concept éponyme qu'en se trouvant confronté à l'image toute bretonne du cotexte. L'analyse de cette « chimie de syllabes », pour reprendre l'expression freudienne, devrait éclairer les processus de facture (sa création mais aussi la valeur qu'elle présente) du titre, de sa réception et de sa circulation.

Cette étude se divise en quatre chapitres. Le premier chapitre est consacré à l'étude de l'applicabilité et à l'application de la recherche en titrologie littéraire au domaine filmique. On l'a vu, la titrologie littéraire est déjà une science florissante enrichie d'approches anthropologiques, comme celles de Flandrin par exemple, et devrait suggérer les bases d'une titrologie filmique. Ce chapitre considèrera les apports spécifiques de la titrologie littéraire, ce qui s'applique à son homologue cinématographique et sous quelles conditions et dans quelles perspectives. Est donc étudiée tout d'abord dans ce chapitre la littérarité du titre de film dans ses dimensions sociale, esthétique et métalittéraire, c'est-à-dire comme commentaire sur la littérature qu'il constitue. Dénoncés comme faussaires, par Derrida notamment, les titres littéraires offrent incidemment des caractéristiques communes avec les titres cinématographiques, on aurait envie de dire les mêmes agissements, à savoir leur vocabulaire, leurs stratégies rhétoriques, leur place au sein de l'œuvre et leurs fonctions et subversions. Est analysée ensuite l'utilité de la titrologie littéraire à la titrologie cinématographique, ce en quoi celle-là ouvre les yeux sur celle-ci, et ce en quoi la lecture du titre de film profite du métissage des titrologies littéraire et cinématographique. Enfin, l'examen de la spécificité visuelle et musicale du titre de film permet d'en expliquer les processus de réification et

d'évaporabilité du titre de film dans le contexte plus particulier au titre de film de l'autorat collectif.

Le deuxième chapitre étudie les images que renvoie le titre par les prismes de l'ekphrasis et de la psychanalyse. Parce que le titre se *voit*, il se place à la frontière du verbal et du visuel. L'ekphrasis permettra de considérer le titre de film comme représentation verbale d'une œuvre visuelle, comme forme d'une intermédialité qui abolirait les frontières séparant le texte de l'image. Ainsi que le fait remarquer Fonagy (149), à la suite de Quintilien, le titre a recours à une nominalisation qui saisit et fige l'essence, non sans rapport avec le temps suspendu que génère l'ekphrasis. Entre images et mots, le titre appelle aussi une interprétation psychanalytique, d'une part pour ses accointances avec les techniques du jeu de mots dans l'économie et le plaisir décrits par Freud et Lacan, d'autre part pour le pouvoir phallique qu'on lui a prêté – le titre-cache-sexe selon Queneau – ou, j'espère le démontrer, qu'il s'octroie.

En quoi les titres de film captent-ils l'air du temps? C'est la question à laquelle tente de répondre le troisième chapitre grâce à une étude de cas lexicométrique, c'est-à-dire à une étude informatisée du lexique de titres de film. Celle-ci consiste en une comparaison entre les titres de comédies de deux périodes données, l'une allant de 1970 à 1980 et l'autre de 1990 à 2000. Afin de déchiffrer les courants idéologiques que représentent et transmettent ces titres, on analysera en particulier les titres de comédies psychosociales françaises. On s'attachera à voir en quoi le titre véhicule des valeurs mais aussi ce en quoi il les déconstruit – ou prétend le faire.

Le quatrième et dernier chapitre s'attache à la dimension économique du titre de film. Cet « art de bateleur », selon Balzac, qui consiste à intituler une œuvre n'est certes pas étranger à la notion d'économie: le titre peut se lire, ainsi que le suggère Derrida, dans le sens monétaire du terme. Dans

un article très documenté, Shevlin applique cette adéquation en analysant historiquement le rôle contractuel du titre littéraire. Les titrologues (Hoek, Moncelet) n'ont d'ailleurs pas manqué de faire remarquer que les lettres du titre, *capitalisées*, participaient elles-mêmes à cette (auto)inflation du titre. Outre ces notions théoriques, on consultera aussi des textes juridiques relatifs aux droits d'exploitation des titres de films en Europe et plus particulièrement l'ouvrage du juriste Pascal Kamina sur la protection des droits d'auteur dans le cinéma européen.

Stanley Morrison affirmait que l'histoire de la page de titre traçait dans une grande mesure l'histoire de l'imprimerie. Retracer l'histoire du titre de film serait trop ambitieux, mais il semble qu'une exploration puisse révéler le jeu de valeurs-clé véhiculées et parfois formées (fomentées ?) par ces mêmes titres. Le but de ma thèse est de mettre à jour ces mécanismes et d'en prouver l'impact, la trace, la marque.

CHAPITRE I

Application et applicabilité de la recherche en titrologie littéraire au domaine filmique

Apports spécifiques de la titrologie littéraire

La littérarité du titre de film

En un paradoxe troublant, la critique cinématographique s'égare souvent dans une critique textuelle trop littéraire du film, avant tout cinématographique, et néglige, ce faisant, le phénomène littéraire de base, qui se prêterait le plus à une telle analyse: le titre. On pourrait d'ailleurs s'interroger sur ces titres érotisants – Des *Contes immoraux* (Borowczyk 1974) à *Comment faire l'amour avec un nègre sans se fatiguer* (Benoît 1989) – qui empruntent à la tradition littéraire pour se parer de « lettres » de noblesse... Mais pour évoquer la littérarité du titre de film, encore faut-il s'entendre sur ce que recouvre cette notion de « littérarité », objet d'un « questionnement continué »¹⁵ depuis les grandes interrogations linguistiques des formalistes russes reprises dans les années 1970 par Todorov ou Kristeva entre autres. Sans entrer dans les détails de cette polémique, on partira ici des éléments de littérarité sur lesquels s'accordent les théoriciens de la littérarité. De façon générale, ceux-ci considèrent que la littérarité s'inscrit dans une pratique sociale, esthétique et méta-représentationnelle. Le titre de film, en tant que *titre-avoir* ou valeur d'échange, permet un échange social de valeurs – on le verra plus bas – et partage en cela ce premier trait de la littérarité. Un titre de film, c'est aussi un *titre à voir* en termes d'esthétique, à la fois stylistiquement unique et pluriel, et

¹⁵ Cette formule est empruntée à l'article « Littérarité » de Marcel De Grève dans le *Dictionnaire International des Termes Littéraires*.

qui a également tout à voir avec la dimension esthétique littéraire. Enfin, le titre filmique partage avec la littérature sa dimension méta-représentationnelle. De même que la littérature renvoie à un méta-système de représentation artistique, le titre de film, tout en représentant lui-même une représentation filmique, s'inscrit dans une représentation textuelle plus large, celle de l'inscription filmique, représentation fondue dans un réseau de références visuelles et écrites. Ce titre à lire dans les plis de sa démultiplication, c'est le *titre à avoir*, c'est-à-dire à circonscrire dans un système, celui de la langue des titres de films. On s'attachera davantage ici à observer ces traits sociaux, esthétiques et méta-littéraires qu'à définir le titre de film comme spécifiquement littéraire.

La dimension sociale

Le titre en effet répond à un impératif social caractéristique de ce qui est et fait le « littéraire », celui de la mobilité d'un produit culturel dans la société à travers des mots. La définition du *Petit Robert* renvoie très clairement à cette dimension sociale puisqu'elle indique que le littéraire « concern[e] les livres et le savoir qu'ils contiennent, *en tant qu'activité sociale* » (je souligne) (1223). Le titre de film, à l'instar de la littérature tout entière, participe en effet d'une économie sociale d'échange de connaissances et de références, en bref d'un savoir linguistique et culturel commun. Tout Français déchiffre inmanquablement dans les trois mots du titre *Marius et Jeannette* le Sud et le milieu modeste qui constituent la toile de fond de ce film.

Reflète de valeurs sociales, le titre de film en constitue également le moule qui permettra à ces mêmes valeurs de se fossiliser et de circuler. Mais avant de lire le titre de film comme reflet culturel, il convient d'en comprendre les rouages linguistiques.

Dans sa démonstration du titre comme désignateur rigide, Maribel Peñalver Vicea reprend le postulat de Kripke selon lequel un nom est un désignateur rigide si, et seulement si, dans tout univers possible associé à un objet, ce nom désigne ce même objet. C'est précisément cette adéquation entre désignation rigide et titre qui fait de ce dernier le réceptacle d'une valeur d'échange. « Labellisée » dans ce titre de film, cette valeur alors entérinée peut ainsi infiltrer le tissu de la représentation sociale. C'est le cas de titres comme *Baise-moi*, inimaginables il y a cinquante ans, qui donnent, ainsi fixé comme référence culturelle, sa légitimité à une sexualité féminine résolument « machiste ».

Le titre, en fossilisant ainsi des groupements lexicaux ou syntaxiques, délimite les contours d'une dynamique sociale et instaure ou renforce ainsi des rapports de domination, de dépendance ou encore de remise en question. Qu'on pense par exemple à ce que « font » des titres comme *The Queen* et *Palais Royal* – et l'on se garde ici de considérer le cotexte. Si le premier semble – mais tout est dans ce « semble » – asseoir une autorité monarchique, le second dit déjà, de par cette surenchère sémantique (les mots « palais » et « royal » en font littéralement trop), la dissolution d'un lieu, probablement malmené par le film, où s'efface la frontière entre privé et public. Ces deux titres de films populaires, issus de traditions satiriques fort différentes, révèlent, chacun à leur manière, la fascination et la faille royales. On y reviendra au Chapitre IV.

Il faut évoquer, en marge de cette transaction sociale du titre qui en entérine le contenu, l'acte de parole social que représente l'intitulation d'un film. Les titres représentent, de façon générale, des actes de paroles illocutionnaires, c'est-à-dire, de messages qui font office d'actes entre interlocuteurs, comme promettre, demander,

ordonner, etc. (Ducrot 428). Dans l'introduction de *Seuils*, Genette donne, à propos de la « force illocutoire » du titre, l'exemple suivant : « Il peut s'agir d'une véritable *décision* : (...) *Le Rouge et le noir* ne signifie pas (...) « Ce livre s'appelle *Le Rouge et le Noir* » (ce qui n'a aucun sens), mais (...) « Moi, auteur, je décide d'intituler ce livre *Le Rouge et le Noir* » (15-6). Or le titre de film émane d'une décision plus complexe encore puisque son autorat est multiple : un film se fait rarement seul. L'intitulation résume bien ce travail d'équipe puisqu'elle implique le réalisateur, le scénariste, le producteur, le distributeur ou tout autre acteur de la production du film (y compris les acteurs eux-mêmes). Le titre doit recevoir l'aval du producteur : la décision n'est plus celle d'un auteur mais l'assentiment ou le choix d'un producteur basé sur des propositions autoriales. Ce producteur, parfois aussi réalisateur, se trouve lui-même confronté à des impératifs commerciaux, souvent véhiculés par les distributeurs. Ce fut le cas pour Chaplin, obligé d'ajouter « Great » à son film initialement appelé *The Dictator* afin d'éviter de payer les 25 000 dollars que lui réclamait la Paramount, détentrice des droits du même titre pour le roman, pourtant sans rapport, de Richard Harding Davis¹⁶. Dans tous les cas, le choix du titre filmique compose avec les autorités intitulatrices, le public et les institutions qui veillent à ce que le titre soit socialement approprié, c'est-à-dire convenable socialement et attribuable à un propriétaire donné. On aurait alors une formule du type : « Nous, réalisateur/producteur/distributeur, nous décidons, en fonction de nécessités commerciales et artistiques, d'intituler ce film *Va savoir* ». Ce titre dit, de par sa désinvolture même, les indécisions de cette décision artistico-commerciale. Sa force illocutoire réside alors précisément dans ce pied-de-nez à la tradition de titres nettement

¹⁶ « Trivia for *the Great Dictator* » sur <<http://www.imdb.com/title/tt0032553/trivia>>

tranchés. Elle redéfinit aussi le dialogue social entre titre, film et spectateur, faisant en l'occurrence la part belle à la réception.

Il en est de même pour la « consommation » du titre. Lorsque je dis à la caisse du cinéma: « *Aïe* », je demande, dans ce contexte cinématographique bien précis, un ticket pour ce film tout en promettant implicitement de le payer. Cette notion d' « acte illocutionnaire » est reprise par Hoek qui explique que le titre en participant d' « une interaction sociale (...) devient acte de parole » (*La Marque* 248). Or l'acte de parole illocutionnaire, s'il n'est pas nécessairement littéraire, est avant tout social puisqu'en le prononçant le locuteur se soucie de la répercussion qu'il trouvera chez son interlocuteur. En cela, le titre devient un vecteur fondamental de la circulation du produit culturel auquel il est associé, en l'occurrence le film. Par ailleurs, le différenciant du nom propre qui, lui, reste opaque, Peñalver Vicea souligne dans sa conclusion qu' « un titre « dit » quelque chose sur l'œuvre (...) suggèr[e] du sens tout en identifiant le référent » (253). On l'a vu, en disant « *Aïe* » dans ces circonstances précises, je dis aussi mon appartenance à une communauté culturelle soudée par des références communes. Ajoutons à cela que si le titre « dit », il écoute aussi. Souvent filtrés par la toute-puissance des diffuseurs, producteurs et distributeurs, qui prévoient, anticipent, réajustent, en fonction de la réaction des spectateurs potentiels – tout ce que fait un interlocuteur dans une conversation – les mots du titre de film sont littéralement mis à prix : c'est en échange d'une promesse de divertissement faite aux spectateurs, d'une adéquation avec ses goûts et ses attentes que le public se lance à la poursuite du titre, qu'il essaie de le circonscrire en regardant le film.

Enfin, se forment, en aval de cette condensation de valeurs dans le titre de film, des phénomènes de traçabilité socioculturelle auxquelles se prête, souvent malgré lui, le consommateur de ces titres. Si les lettres du titre de film imprimées sur mon ticket ou mon fichier informatique marquent le passage obligé de mon accès au film, elles se posent aussi en traces de ma consommation. Ces traces m'inscrivent alors dans une communauté de consommateurs d'un produit culturel donné, en l'occurrence le film choisi : donne-moi tes titres de films préférés, je te dirai qui tu es – ou plus précisément à quel groupe de consommateurs tu appartiens... et donc ce que je vais te faire acheter. C'est en effet sur la prédictibilité de mes préférences culturelles que se basent les analyses de marketing, destinées à cartographier une société de consommateurs quadrillée pour être mieux contrôlée: difficile aujourd'hui de préserver la confidentialité de sa consommation culturelle... Qui d'ailleurs me souhaite la bienvenue (sur mon propre ordinateur !) et me recommande d'autres titres achetés par d'autres consommateurs avec lesquels je me retrouve associée socialement à cause de notre intérêt pour des titres communs? En s'arrogeant droit de cité dans mon domaine privé, dans la sphère de mon intimité, cette voix me souffle qu'elle me voit à travers mes titres, mais aussi qu'elle me donne à voir – au travers de listes de données communiquées souvent à mon insu – me renvoie enfin une image de moi-même « en titres de films » et me façonne ainsi à son image que ne régit qu'un seul diktat : celui d'une consommation aux contours redéfinis par des catégories socioculturelles constamment changeantes mais aussi constamment suivies à la trace.

Comme le souligne Genette (*Seuils* 18) à propos du paratexte en général – c'est-à-dire les titres, dédicaces, préfaces, etc. – l'étude du titre occupe « le versant le plus socialisé de la pratique littéraire (l'organisation de son rapport au public) ». En effet, le titre entretient avec le public une vie sociale, allant à sa rencontre, cherchant, on l'a vu, à lui « dire quelque chose », à lui « parler ». Ces énoncés percutants invitent la société à imaginer, explorer et repenser les mots, à se projeter et à déduire et à anticiper – tout comme la littérature – même à partir d'un énoncé aussi minimal que Z. De même que la littérature transmet une connaissance propre à une génération, à un peuple ou à une langue, les titres de films, à travers les mots qu'ils mettent en avant, exhibent les valeurs partagées, dissonantes ou contestées d'une société donnée. Ainsi, les titres de films des années 1950, en s'émaillant, comme chez Audiard, de l'argot de l'époque, dépeignent l'incrédulité d'une époque garrottée par la France gaulliste: *Le Cave se rebiffe*, *Les Barbouzes*, *Les Tontons flingueurs*, *Faut pas prendre les enfants du Bon Dieu pour des canards sauvages*, etc. En faisant l'éloge d'une escroquerie décomplexée et linguistiquement savoureuse, ces titres s'inscrivent en antinomie de la volonté gaulliste d'associer capital et travail¹⁷.

Il existe bien dans ce déchiffrage titrologique un indicateur d'intégration socioculturelle, ce même indicateur qui révèle parfois un certain « analphabétisme socioculturel ». Ainsi, *Star Wars*, *Shrek* et *Good Luck Chuck* évoqueront immédiatement pour un public familier de la langue et de la culture américaine un film de science-fiction, un film d'animation et une comédie de mœurs ; pour d'autres, moins familiers de ces termes aux consonances d'onomatopées sorties tout droit d'univers à prédominance

¹⁷ Ironiquement, De Gaulle reprit ce dernier titre d'Audiard - dont les vues politiques ne s'inscrivaient pas exactement dans les siennes - lors d'une conférence de presse le 9 septembre 1968.

visuelle, ces titres trahiront déjà par leur « bruit » inintelligible, leurs sons « étrangers », au sens de non-familiers, une ignorance socioculturelle. Comme les titres de livres, les dictons et les bons mots, les titres de film permettent et participent de la circulation et de l'échange de valeurs culturelles. Ils transmettent ainsi des valeurs et préoccupations spécifiques qui reflètent et cristallisent des entités socioculturelles devenues alors palpables. Le titre *La Haine* dévoile et incarne ce sentiment dans lequel se résume tragiquement l'explosion des banlieues depuis les années 1990. Mais là encore, ce décryptage ne se fait pas sans une connaissance socioculturelle minimale de la banlieue, à commencer par son langage condensé dans cette expression familière apparue dans les années 1980, « avoir la haine », c'est-à-dire « ressentir une violente haine, sans objet particulier » (Robert 1067). Cette haine rampante, tentaculaire, ne se comprend tout à fait que dans le déchiffrement de l'article défini générique, « la », de cette locution populaire. Devenu une référence dans le discours sur les banlieues, ce titre devient « Banlieues, « la rage » » dans un éditorial du *Monde* du 16 juin 2008 sur le caractère endémique du problème. Les titres de film deviennent donc les dépositaires de nos valeurs socioculturelles en proposant en quelques mots une lecture de notre monde, visée ultime qu'ils empruntent à la poésie.

Ce rapprochement entre langue et représentation sociale a fait l'objet de nombreuses études sociologiques dans les années 1970 particulièrement. Citons, parmi les plus percutantes, celle de la sociologue Régine Robin qui propose, dans *Histoire et linguistique*, une analyse épistémologique de ces deux termes et des rapports de ces deux disciplines dans un contexte social. Reprenant Oswald Ducrot sur les rapports de collaboration, de lutte ou de dépendance que génère, dans son jeu, le langage, elle note

l'importance qu'y jouent les présupposés. Cette observation est capitale pour qui veut comprendre dans toute sa complexité la circulation des titres de film, qu'elle soit institutionnelle (annonces de programmation, critiques, listes du box-office) ou informelle (conversations orales, échanges virtuels).

Si des titres comme *La Grande Vadrouille* ou *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* renvoient chacun à l'image d'une France sympathique mais franchouillarde, ils l'y enferment et la réduisent aussi à des images d'Epinal. Dans un autre contexte, les plus gros succès du box-office comme *Titanic*, *King Kong* ou *Star Wars* disent bien le fantasme de toute-puissance du cinéma hollywoodien et taisent, par l'énormité de leur succès, les autres visages de l'Amérique que cherchent à véhiculer, à l'inverse, des titres de cinéma d'auteur comme *Meshes of the Afternoon* ou *Shadows*. En cela, on peut parler, à la suite de Barthes dans sa *Leçon inaugurale au Collège de France*, d'un certain « fascisme de la langue » des titres de films qui, en discourant sur notre monde, l'assujettissent à des présupposés linguistico-culturels et nous soumettent, comme la langue selon Barthes, à une « relation fatale d'aliénation ». De *A Bout de souffle* à *Zéro de conduite*, les titres empruntent aux expressions toutes faites de la langue pour coller, à leur tour, des images sur la société française qu'ils dépeignent. Mais en les détournant, le cinéma peut aussi féconder ces vieux fossiles de la langue : *A Bout de souffle* marque le souffle nouveau du cinéma français et *Zéro de conduite* lui donne une de ses meilleures notes. Plus proches de nous, des titres comme *Etre et avoir*, *Délits flagrants* ou *Il est plus facile pour un chameau...* reposent eux aussi sur des présupposés linguistico-culturels, à savoir la connaissance de systèmes familiaux à toute une société – ici, le système éducatif, juridique ou religieux – pour mieux les détourner.

Une analyse de la dimension idéologique que sous-tendent tous ces titres exigerait bien sûr d'en prendre en compte les circonstances (locuteurs, modalités des échanges, intentionnalités, etc.), mais toutes ces données la replongeraient justement au cœur du social.

La dimension esthétique

D'autre part, les définitions du mot « littéraire » mentionnent le caractère esthétique de la littérature. Le *Robert* (2000) évoque, dans sa note étymologique, les « exigences esthétiques », sous-entendues par le terme, apparues en 1831 ; de façon moins directe mais tout aussi marquée, le *Bordas* (1976) évoque également cette notion d'esthétisme puisque sa note étymologique mentionne un rapport « aux belles-lettres » (1834). Le *Littré*, quant à lui, l'associe à une « rédaction soignée, dans laquelle on sent l'habileté de style » (1223). Cette dernière description correspond exactement à l'intitulation : les soins qui entourent le titre ne sont pas des moindres, et toutes les habilités stylistiques (image, graphie, son, mots) sont mises à contribution pour faire du titre un produit ou, pour reprendre le terme de Genette, un « artefact » (1987 : 54) abouti, c'est-à-dire vendeur. Le titre de film, qu'il soit historique, érotique ou policier, ne cherche-t-il pas à se faire l'étendard de préoccupations esthétiques précises ?

Que le titre joue sur une sorte de degré zéro de la littérarité avec *Aïe* par exemple, ou bien encore sur un accent poétique avec *De battre mon cœur s'est arrêté*, il y a dans ces choix esthétiques une volonté marquée d'écrire en toutes lettres le style du film. Le premier dit de façon onomatopéique le caractère épineux de l'intrigue (un homme aux prises avec un parcours sentimental périlleux) tout en surprenant le spectateur par ses

dimensions, en l'occurrence un titre réduit à presque rien. Le second, en revanche, annonce la volte-face du personnage principal, à la fois pianiste et voyou. Remake de *Fingers* de James Toback, le film d'Audiard se démarque sensiblement de ce thriller néo-noir des années 1970. Le titre français semble d'ailleurs suggérer, d'entrée de jeu, la nature poétique du personnage et de sa démarche au milieu de la violence dans laquelle baigne le film. L'inversion de cet infinitif qui place en tête la brutalité de ce thriller semble aussi annoncer un bouleversement, un drame poétique de sensibilité amoureuse qui aura raison des exactions du protagoniste.

Mais c'est surtout chez les linguistes, et plus particulièrement chez les sémioticiens, que l'on trouve des preuves encore plus tangibles de la dimension esthétique et donc littéraire du titre. On pense naturellement au *S/Z* de Barthes (1970), structuraliste dans son approche, post-structuraliste dans son dessein et dont le titre réduit génialement – et presque au sens culinaire du terme – le propos même du livre. Ce titre constitue l'apogée de l'analyse de la *Sarrasine* de Balzac en marquant l'aporie même de la littérature (c'est ainsi qu'Adorno définissait le titre) puisqu'il dit sans le dire tout en le disant le point névralgique de la nouvelle balzacienne : préambule à son analyse, Barthes montre avec ce titre, à la fois minimal et saturé, le rôle actif que joue le lecteur dans le déchiffrement de la littérature et de son encodage pour toucher au point le plus troublant de la nouvelle, celui de la rencontre entre beauté, féminité et castration. En le réduisant à ses plus petites unités – les lettres que forment les mots des titres – et en faisant voler en éclat ces mêmes lettres par un trait lui-même constitutif de lettres (la barre du « z »), Barthes bouleverse l'esthétique du titre et en réitère le potentiel esthétique. Plus important encore pour notre propos, il en suggère aussi l'impact proprement visuel, voire

cinématographique, car c'est en pliant le papier le long de cette barre transversale que S et Z s'unissent. Ce titre mime donc sa propre fonction : comme Barthes le souligne, « S et Z sont dans un rapport d'inversion graphique : c'est la même lettre vue de l'autre côté du miroir » (113). Et pas n'importe quel miroir, devrait-on ajouter, puisque cette barre oblique évoque la psyché, ce miroir inclinable à volonté. Et le titre, n'est-il pas cela aussi, un énoncé qui s'interpose entre nous et l'œuvre afin de mieux (nous) y lire ?

Mais c'est dans sa définition du littéraire que son contemporain, le sémioticien Michael Riffaterre, permet de poser, sur ces éclats de poésie que constituent les titres, un regard fécond. Il apporte en effet, à travers ses célèbres *Essais de stylistique structurale* (1971), des éléments de réponse cruciaux. Même s'il parle de la difficulté d'explorer stylistiquement des textes très courts, il définit le « littéraire » en ces termes : « [E]st littéraire tout texte qui s'impose à l'attention du lecteur par sa forme, indépendamment ou non de son contenu, et de la nature positive ou négative des réactions du lecteur » (65). Dans sa définition du contexte stylistique, Riffaterre attire l'attention sur la littérarité des textes courts (66) et tord le cou au cliché qui associe littérarité et prolixité. On notera aussi l'étonnante correspondance entre cette définition du littéraire et le titre de film dont la condition sine qua non est de s'imposer, quel qu'en soit son contenu, au lecteur-spectateur. Dans ce sens, on toucherait ici à l'esthétique de Schopenhauer qui voit dans l'art le moyen d'échapper à l'intolérable - c'est ce que tentent de faire des titres comme *La Vie est belle* (qu'il s'agisse de la comédie de Roger Pierre et Jean-Marc Thibault [1956] ou du film belgo-congolais de Benoît Lamy et Mweze Ngangura, ou encore de la traduction française du film de Roberto Benigni, *La Vità è bella* [1997]) qui cherchent à divertir aux deux sens du terme, c'est-à-dire à détourner l'attention mais également à

amuser. Cependant, on peut aussi pencher pour une approche heideggerienne de ces titres de film qui nous renvoient à une vision poétisée, esthétisée de notre être dans un dévoilement ontologique. La forme du titre de film, court et nécessairement percutant, est donc l'objet de tous les égards. La stylisation même des lettres du générique n'attend pas l'ère numérique pour appâter : dès les tout débuts du cinéma, un grand soin est apporté à ces cartons de titres sur lesquels on inscrivait les noms des vedettes, du metteur en scène, des studios et du film naturellement. Dans son article « La lettre et le cinématographe : graphisme et générique » publié en 1997, Michel Saignes, ancien graphiste et créateur de générique, en évoque les transformations. Des premières inscriptions empruntées à l'imprimerie à l'avènement de Saul Bass, célèbre pour son générique de *Vertigo*, aux dernières avancées des techniques numériques, le générique tourne autour de son épice, le « grand titre » (83) et à l'inscription de ces lettres dans un espace-temps décalé par rapport au cotexte. Enfin, la réaction positive ou négative du lecteur-spectateur à laquelle fait allusion Riffaterre représente véritablement, dans le cas du titre de film, un moteur. Sans cette impulsion, pas de consommation filmique : qu'il s'agisse du cinéma ou d'un film téléchargé, il faut en passer par le titre pour accéder au film.

Certes, objectera-t-on, ces visées communes au littéraire ne font pas systématiquement du titre de film un objet littéraire en soi. Cependant, un autre phénomène, celui de méta-littérarité, vient souligner des liens ténus entre les systèmes titrologiques et littéraires.

Méta-littérarité et titre-faussaire

Si Hoek, dans *La Marque du titre*, ne décrit pas le titre comme objet littéraire en soi, il reprend néanmoins ses prédécesseurs sur la question puisqu'il souligne le lien du titre, quel qu'il soit, à la littérature : « Flandrin 1965 (*sic*), Moncelet (1972, 34) et Furet et Fontana (1970, 97, 98) considèrent le titre comme le reflet d'une histoire sociale ou littéraire (cf. Balibar, 1974, 19-23 sur la catégorie du reflet). **Le titre est un métareflet**, une représentation d'une présentation, parce qu'il renvoie à un monde fictif, qui, lui, entretient des rapports médiatisés par l'écriture avec le monde existentiel » (239-240). Cette adéquation entre titre et reflet nous intéresse tout particulièrement dans le cas du film où l'élément visuel est capital. Le titre de film ajoute une réfraction supplémentaire à ce jeu de représentations. En effet, le titre de film est doublement un méta-reflet : à l'instar du titre littéraire, il condense la littérarité en une version minimale, elle-même littéraire puisque constituée de mots évocateurs d'images; à l'instar de l'image, le titre de film se montre, s'affiche, parade. Les créateurs de générique, depuis Saul Bass, le savent bien : parce qu'il doit donner le ton, parce qu'il crée un tempo, le montage d'un générique peut prendre des centaines d'heures de travail. Ainsi, *De battre mon cœur s'est arrêté* ne dit pas seulement le rythme convulsif du film, il transcrit aussi, en s'affichant de façon spasmodique dans le générique, la cadence visuelle effrénée et du film, et du monde dans lequel nous vivons.

Mais avant d'éclairer les différentes facettes de ce titre-métareflet, il convient de considérer le rapport, fondateur dans ce cas, du titre de film à l'intertextualité. L'histoire de l'intertextualité suit de près celle de la critique littéraire. Inspirée par les travaux de Bakhtine et des formalistes russes et plus particulièrement des travaux du groupe *Tel*

Quel, Kristeva présente l'intertextualité dans sa dynamique plutôt que dans l'héritage statique de traditions fossilisées dans le texte. Plus structuraliste dans son approche, Genette en revanche considère l'intertextualité comme un réseau de relations entre des textes. Enfin si Riffaterre déplace l'intertextualité vers le lecteur en la considérant dans sa dimension historique, Barthes la place résolument du côté de la subjectivité « proustienne » du lecteur qui y tisse les fils de ses propres textes, celui qu'il lit et ceux qu'il a lus.

Quid alors de l'intertextualité en titrologie filmique? Le titre de film est par définition un « inter-texte » parce qu'il s'intercale, physiquement, à la jonction de plusieurs textes. En effet, il fait relais *entre* plusieurs textes : entre la critique du film désigné dans un quotidien donné et le reste de la rubrique cinéma, entre la liste de films téléchargés et l'œuvre qu'on s'apprête à regarder, entre la conversation économique et/ou artistique qui entoure sa conception et sa diffusion, etc. ; intertextualité enfin puisqu'avec le titre de film, le lecteur entre dans l'antre du titre. Tel un antre, ce titre recèle un mystère où il invite le passant à se retirer.

L'intertextualité du titre de film, c'est évidemment son rapport évident à la littérature dont il emprunte les codes titrologiques et les sources. On retrouve les mêmes effets avec un titre qui, conventionnellement, précède le cotexte dans l'espace et dans le temps, et s'inscrit au cœur de l'écran-page. Les trois quarts des films sont basés sur la littérature et, marque ultime de cette dette, en conservent presque religieusement les titres jusqu'à les faire parfois figurer dans le générique dans toute leur littérarité. Tel est le cas par exemple des adaptations qui s'ouvrent sur la couverture du roman éponyme ou encore des *Liaisons dangereuses* de Frears qui mime la forme littéraire du roman épistolaire en

révélant ces mots du titre sur une lettre décachetée. Ce dernier exemple est particulièrement intéressant puisqu'il souligne la dimension intermédiaire de cette intertextualité titrologique. En effet, le titre de film, et des adaptations en particulier, se situe entre deux textes au moins, celui du roman et celui du film ici. Mais cette mise-en-scène du titre ainsi « épistolarisé » fait ressortir ce lieu de passage et de mise en abyme entre texte littéraire et texte cinématographique.

Comme en littérature, les titres de films reprennent leurs prédécesseurs, se croisent et parfois se répondent : c'est le cas des « suites », comme *Les Ripoux*, *Ripoux contre ripoux* et *Ripoux 3* ou, dans une magnifique mise en abyme intermédiaire littérature-film-musique, *Suite française* dont l'adaptation est attendue pour 2009. Phénomène courant, le titre de film reprend parfois un titre de film similaire sans que leurs contenus entretiennent quelque rapport que ce soit. C'est le cas de *Chocolat* de Claire Denis (1988) et de celui d'Hallström (2000), discuté dans le chapitre suivant. Porteur d'une intertextualité peut-être involontaire, le titre d'Hallström renvoie pourtant au même produit que celui de Claire Denis. Les conceptions de l'intertextualité de Riffaterre et de Barthes, en faisant la part belle au lecteur, présentent ici un grand intérêt puisqu'elles permettent de confronter les intertextualités radicalement différentes des deux titres pourtant identiques. Si l'un, on le verra un peu plus loin, renvoie à un sous-texte post-colonial très pensé, l'autre se confine plutôt à un plaisir de consommation.

L'autorat multiple du titre de film invite également à ranger l'intertextualité du titre de film du côté des lecteurs puisque, comme le souligne le Groupe μ : « Les titres de films n'ont qu'un auteur : le marché du cinéma » (96). C'est en effet dans les strates et les échos de la langue plurielle du public que se love l'ultime signe de l'intertextualité

cinématographique, celle de ses titres. C'est aussi cet autorat multiple qui assure à l'intertextualité de la titrologie filmique sa fluidité. Qu'on pense à ces titres de films, qui en marquant l'imaginaire collectif, infiltrent et fécondent la langue. C'est le cas par exemple de *Jurassic Park*, devenu parodiquement *Catholique Park* dans un sketch des comiques, les Deschiens – largement inspirés des tours et détours de la langue populaire – sur la disparition des prêtres. Il s'agit donc bien là d'une « productivité » translinguistique, en termes kristéviens, d'autant plus intéressante qu'elle ne peut se passer d'un autorat anonyme et multiple : cet adoubement symbolique confère au titre de film, et aux références culturelles qu'il représente, une validation linguistique populaire. Plus qu'un texte centreur, fait d'une mémoire individuelle, où se mêleraient diverses sources, le titre de film est bien un lieu d'échanges intertextuels d'autant plus profonds qu'ils reposent sur une mémoire collective et anonyme. Ce titre de film se pose donc bien en méta-reflet « d'une histoire sociale ou littéraire » selon la formule de Leo Hoek.

C'est au profit d'analyses sémantiques et syntaxiques, fort riches du reste, que les titrologues ont cependant négligé la dimension proprement littéraire et méta-littéraire du titre de film. Chez Hoek, l'étude de la littérarité est effacée au profit de celle du « fonctionnement socio-historique » du texte (25). Il évoque bien des aspects littéraires du titre dans sa relation au cotexte mais se penche davantage sur ses spécificités linguistiques et idéologiques que sur sa littérarité propre. Il semble pourtant que, bien qu'il ne soit pas forcément littéraire, le titre ait bien quelque chose à voir avec le littéraire. Derrière ce « voir », il faut lire des lettres qui se montrent, un « métareflet » qui, on l'a vu, parle de ce processus de réflexion du monde. C'est ce qui explique que la titrologie littéraire puisse prêter à la titrologie filmique de bien précieux outils.

A cet égard, le poète de la ville moderne qu'était Apollinaire nous procure, avec son poème « Zone »¹⁸, une image de ce métareflet que saisit celui qui sait lire la ville et les titres, ces phrases hachées qui la « disent ». De ce poème d'ouverture de son recueil *Alcools*, paru en 1913, on retiendra particulièrement les vers 11 à 29:

Tu lis les prospectus les catalogues les affiches qui
chantent tout haut

Voilà la poésie ce matin et pour la prose il y a les journaux
Il y a les livraisons à 25 centimes pleines d'aventures
policieres

Portraits des grands hommes et mille titres divers
J'ai vu ce matin une jolie rue dont j'ai oublié le nom
Neuve et propre du soleil dont elle était le clairon
Les directeurs les ouvriers et les belles sténo-dactylo
graphes

Du lundi matin au samedi soir quatre fois par jour y
Passent

Le matin par trois fois la sirène y gémit
Une cloche rageuse y aboie vers midi
Les inscriptions des enseignes et des murailles
Les plaques les avis à la façon des perroquets criaillent
J'aime la grâce de cette rue industrielle

¹⁸ Moncelet cite également le poème « Titres » de Cendrars qui partage ce foisonnement que suscite l'inscription de titres dans la ville moderne (198-199). Dans la même veine, Brunetta offre une description lyrique du titre de film dans le paysage urbain dans son livre *Buio in sala. Cent'anni di passioni dello spettatore cinematografico* (319).

Située à Paris entre la rue Aumont-Thiéville et l'avenue

Des Ternes

Cette description de la ville, dont la ponctuation est remplacée par des alinéas qui brisent la logique syntaxique des vers, mime le rythme de la vie moderne urbaine, à la fois chaotique et ininterrompu. Cette absence de ponctuation marque aussi la disparition de frontières qui séparaient l'art de la vie quotidienne. Dans la ville moderne, tout est art, à commencer par ces « prospectus », ces « catalogues » ces « affiches » et ces « mille titres divers ». Influencée par la dislocation qu'introduit le cubisme, cette forme nouvelle de poésie rend bien compte de la dislocation de la littérature, des nouvelles formes que lui inspirent les inscriptions urbaines, notamment ces titres qui surgissent « sans crier gare », comme en faux raccords. Ces titres (de presse, de films ou tout autre media) qui naguère se promenaient d'affiches en prospectus naviguent aussi aujourd'hui sur des hyperliens prêts à être téléchargés. A portée de main, ces discours en miniature reprennent un peu le secret d'Apollinaire, celui d'une émotion qui passe par deux vecteurs : la familiarité du ton et la simplicité de décor. Familiarité du ton tout d'abord parce que c'est le titre qui va à la rencontre du spectateur, même s'il s'efforce de nous faire croire le contraire. Cette légèreté que suggère l'oralité de ce poème, c'est précisément celle du titre de film qui doit « parler » à tous sans pour autant s'encombrer de trop d'atours, qui doit « faire des éclats » des éclats dont elle se compose. La simplicité du décor quant à elle est à mettre en relation avec le rôle totalisateur du titre qui, en se mettant en avant sur l'écran, le vide aussi, bien souvent, de tout autre contenu vraiment significatif.

Apollinaire suggère qu'une lecture aguerrie de ces traces de discours que constituent les titres mène à la poésie. Dans son poème, comme pour le promeneur, tout

le réel (« titres », « inscriptions », « enseignes », « plaques », « avis ») défile, en outre, à la manière d'images cinématographiques¹⁹. Même si l'écran de nos ordinateurs remplace en partie cette rue presque centenaire, on retrouve le même jeu, la même stimulation que génère le mot vidé par sa décontextualisation puis rempli de l'analyse freudienne. *Prête-moi ta main, Ne le dis à personne, Azur et Asmar...* : ces titres affichés sur l'écran, dans le journal, ou à l'entrée du cinéma n'invitent-ils pas, dans leur éparpillement et leur familiarité, à de semblables pratiques ? Cet éloge du banal peut amener à déceler dans cette lecture moderne des titres de film une nouvelle poésie, la nôtre, celle des clichés contradictoires et fugitifs de nos murs virtuels. A la fois liste et flot, cette énumération dit le lieu comme réel, précisément parce qu'il est impossible à canaliser. Les lieux, dans « Zone », ne sont pas des épaisseurs, des poids, des lourdeurs, mais des relations, les relations percutantes d'énoncés de surface qui disent le fond²⁰.

Avant de se prononcer définitivement sur la littérarité du titre de film, remarquons enfin qu'il correspond étrangement à la définition qui fait de la littérature quelque chose d'« artificiel », de « peu sincère », d'« oppos[é] à la réalité », comme dans l'expression verlainienne « tout le reste est littérature ». Faussaire, ce titre alors cristalliserait la dénonciation derridienne de la littérature comme fausse monnaie, dans son analyse du poème en prose de Baudelaire, « La fausse monnaie » (1991). Derrida y applique l'analyse déconstructionniste qui marque toute son œuvre. Evoquant le titre baudelairien, il note : « Le titre dit en somme : puisque je dis tant de choses à la fois (...) eh bien, je, en tant que titre (mais il ne le dit pas...), suis la fausse monnaie. » (114). Or, on peut se

¹⁹ Voir l'article de Richard Abel, « American Film and the French Literary Avant-Garde », sur l'influence du cinéma américain sur l'avant-garde littéraire française entre 1924 et 1934.

²⁰ Cette analyse est inspirée d'une discussion qui a eu lieu dans un cours d'Edouard Glissant (« Théorie et poésie française », 19^e-20^e», 28 février 2006).

demander si ce titre spécifique – « Le titre » dans cette citation renvoie à « La fausse monnaie » – ne correspondrait pas aussi à un article générique (« le » titre au sens du titre « en général »). Derrida ne suggère-t-il pas, dans cette troublante analyse, que la littérature tout entière pourrait bien être contaminée, en tout cas affectée par les traces de cette falsification ? Mais nous y reviendrons à l'issue de cette étude (chapitre IV). Retenons pour l'instant de cette mise en garde derridienne une circonspection pour ce que le titre dit de son cotexte.

Titre cinématographique / titre littéraire : des caractéristiques communes

Normalien de formation et fondateur des *Cahiers du cinéma*, le critique André Bazin pose dès le titre de son recueil d'articles, écrits entre 1958 et 1962, *Qu'est-ce que le cinéma ?* toute la problématique de la relation entre écriture et cinéma. Parmi de nombreux autres critiques et chercheurs, André Bazin a montré à quel point le film s'abreuvait aux sources de la littérature. Son texte fondateur, « Pour un cinéma impur. Défense de l'adaptation », écrit en 1952, évoque déjà des traditions narratives et autoriales communes. Plus près de nous, des auteurs comme Carlo Testa (2002) théorise une réflexion qui avait jusque-là échappé à la critique, celle des sources littéraires des cinéastes en l'occurrence italiens. La problématique soulevée – il préfère à la notion d'adaptation cinématographique celle de « re-création » de la source littéraire – est aisément transposable au cinéma français. Pour n'en citer que deux, la notion de caméra-stylo du cinéaste et écrivain Alexandre Astruc pour lequel le réalisateur « écrit » avec sa caméra et celle de réécriture cinématographique que décrit Marie-Claire Ropars-Wuilleumier (163) en disent long aussi sur les racines communes de la littérature et du

cinéma. Aujourd'hui encore, le lien à la littérature est très fort parmi les réalisateurs, et l'on ne s'étonne pas qu'ils en utilisent le vocabulaire, les rites et les tics. Ainsi, à la suite de Truffaut et de Godard, pour ne citer qu'eux, Olivier Assayas a longtemps écrit pour les *Cahiers du Cinéma* avant de se lancer dans la mise en scène ; Jacques Audiard, quant à lui, voulait être professeur de français, et Agnès Jaoui et Nicole Garcia arrivent au cinéma par le biais du théâtre. De *Fin août, début septembre* à *Sur mes lèvres*, de *Un Air de famille* à *Un Week-end sur deux*, on ne s'étonne donc pas que leurs titres, à l'image de scénarios très écrits, reflètent un amour profond des mots et de leur puissance évocatrice, subversive et ambiguë.

S'inscrivant au cœur de cette tradition d'emprunt, le titre de film, lui aussi, imite ou corrompt les postulats et pratiques de son homologue littéraire: reprise du nom du héros, de l'héroïne, (*Madame Bovary*, *Thérèse Raquin*), indication rhématique²¹, c'est-à-dire évocatrice de la nature de l'œuvre en termes genettiens (les fameux *Contes* de Rohmer, *Histoire de Paul*, *Comédie !*) ou encore synthèse minimale de l'intrigue (*La Séparation*). Certains titres de film calquent, quant à eux, la littérature enfantine en reprenant des formules consacrées d'ouverture ou de clôture. Amorce traditionnelle de la littérature enfantine, « Il était une fois » se retrouve dans une bonne dizaine de titres depuis 1968. Citons parmi les trente titres contenant cette expression recensés par l'Internet Movie DataBase *Il était une fois un flic*, *Il était une fois dans l'Oise*, *Il était une fois Jean-Sébastien Bach*. Quant à la clôture, Yvan Attal baptisait, en 2004, sa deuxième comédie *Ils se marièrent et eurent beaucoup d'enfants*. Cette reprise explicite du matériel littéraire décliné sur tous les tons, tour à tour irrévérencieuse, moqueuse et

²¹ Genette parle de « désignation générique » de ces titres rhématiques. Il s'agit en littérature de ces *Odes*, *Contes*, *Mémoires*, *Confessions*, etc. (*Seuils*, 82). Mourgues explique que les titres rhématiques « disent ce qu'est le film » (207).

nostalgique construit aussi sa propre mythologie avec une connotation autoréférentielle très évidente au titre *Il était une fois dans l'Ouest*. Reprise pastiche de ce dernier, *Il était une fois dans l'Oued* offre, grâce à son titre, une double reprise. D'une part, le film se pose avec ce titre en satire de l'œuvre originale, d'autre part, ce même titre parodie, à la façon d'un étranger qui entendrait mal la langue – [st] est plus difficile à prononcer que [d] – le titre cliché des chercheurs d'or de tout poil.

Dans son livre *Le Générique de film* (1994), Nicole de Mourgues propose une liste des figures de style que constituent nombre de titres de films (212-213). Recourant à des procédés tels que la crase et son effet de raccourci (*Filles perdues cheveux gras*), le palindrome que l'on peut lire dans les deux sens (*[In Girum imus nocte et consumimur igni](#)*) ou encore la paronomase qui associe des mots phonétiquement proches (*L'Amour à mort*), le titre de film semble une fois encore, s'inspirer de ces techniques littéraires. Par ailleurs, on remarquera que, outre les adaptations, films et livres s'échangent volontiers leurs titres sans nécessairement entretenir de rapport. Tel est le cas de *L'Acrobate*, film de Jean Boyer sorti en 1941, *L'Acrobate*, film de Jean-Daniel Pollet réalisé en 1976 et enfin, *L'Acrobate*, livre de Jacques Serena publié en 2004. Cette interchangeabilité entre titre filmique et titre littéraire est, en grande partie, due à la prédominance commune du narratif en littérature et dans le cinéma commercial. Branigan fait remonter cette tendance cinématographique narrative à 1907 (XI), moment du premier boom dans la distribution cinématographique aux Etats-Unis.²² La théorie filmique, en empruntant à la théorie littéraire sa terminologie, à travers ses termes genettiens par exemple, en adopte aussi les instruments d'analyse narratologique. Ainsi dans leur ouvrage *Post-Theory* :

²² Voir aussi l'article « « Animated Pictures » : Tales of Cinema's Forgotten Future, After 100 Years of Films » où Tom Gunning nous fait imaginer un cinéma où l'émerveillement aurait pris le pas, comme dans les premiers temps, sur le narratif.

Reconstructing Film Studies (1996), les critiques Noël Carroll et David Bordwell – connu pour son inspiration des formalistes russes – remettent en question l’apport de la théorie, littéraire avant tout, dans l’agrégat que constitue la théorie filmique. En effet, si la psychanalyse sémiotique, la sémiotique structuraliste, le féminisme et le marxisme althussérien ont dominé la critique cinématographique, volontiers totalisatrice, c’est que ces courants de pensées avaient eux-mêmes souvent été passés au tamis totalisateur de la critique littéraire.

Précisons cependant que l’échange se fait dans les deux sens, et que la titrologie littéraire elle-même emprunte au vocabulaire de la titrologie filmique. Ricardou, dans « Naissance d’une fiction » (1972), évoque la couverture du livre comme « cet écran très surveillé où se déploie le titre. » L’utilisation du mot « écran », surveillé et non « de surveillance », appelle, en un retournement de situation et une redistribution des rôles, à une vigilance redoublée de la part du lecteur-spectateur. Qui plus est, il poursuit ainsi : « Or tout se passe comme si cette première page de carton jouait le rôle d’une porte d’entrée (...) une fois franchie l’unique entrée du texte, le lecteur est convié à suivre le corridor jusqu’à l’unique sortie, tout au bout ». Là encore, on note une adéquation frappante avec le vocabulaire cinématographique : le « carton » trouve un écho dans son homologue cinématographique, trace d’une pratique performative de la littérature sur scène. Ricardou nous fait mettre aussi le doigt sur un trait commun à la lecture littéraire et filmique, celle d’un parcours commun unique. Contrairement aux œuvres picturales ou sculpturales par exemple, le roman et le film commercial tendent à imposer un ordre de lecture linéaire qui commence à la première page/image et finit avec la dernière. C’est d’ailleurs ce que nous fait aussi remarquer Thierry Kuntzel, quelques années plus tard

dans son analyse de *The Most Dangerous Game* (1975). Ce film s'ouvre sur l'image d'une porte sur laquelle s'affiche le titre puis le reste du générique. Là encore, le spectateur, tout comme le lecteur devant la première page, fait face à un parcours unique qu'il n'est pas obligé d'emprunter mais qui lui est proposé comme « marche à suivre ». On sent, dans ces deux analyses, le poids de la conformité à un modèle de lecture qui fait la part belle au titre.

Cette corrélation théorie filmique/théorie littéraire n'existe pas au même degré dans les autres domaines où le rhématique, ou genre, range, même lorsqu'il s'agit d'une fausse piste, l'œuvre dans un domaine artistique précis (*Nature morte* en peinture, *Symphonie* en musique, etc.). Un lien supplémentaire s'affiche d'ailleurs avec les titres de films pour enfants. C'est le cas, dans un grand nombre de dessins animés de Walt Disney basés sur des contes, tel *Blanche-Neige et les sept nains*²³, où une main invisible fait tourner les pages du conte. Étrangement, il en est de même pour les titres de films « pour adultes » – Des *Contes immoraux* à *Comment faire l'amour avec un nègre sans se fatiguer* – qui, dans les deux cas, empruntent à la tradition littéraire pour se parer de « lettres » de noblesse. En mimant le titre rhématique littéraire, le titre de film énonce déjà en toutes lettres sa dette envers la littérature.

Une place commune au sein de l'œuvre

Tout comme en littérature, le titre de film prend les devants, au propre comme au figuré : il devance la lecture – et se différencie en cela du titre musical ou pictural par exemple – en se plaçant *devant* (à l'orée de l'œuvre), à la façon d'une figure de proue. En s'arrogeant la primeur dans la lecture de l'œuvre, le rectangle de la page ou de l'image

²³ Je remercie le Professeur Brown de m'avoir aidée à élaborer cette idée en évoquant Walt Disney.

comportant le titre prend aussi le pas sur les rectangles des pages ou images suivantes. Ce couvercle posé *sur* l'œuvre peut faire figure de pierre tombale, une pierre tombale qui, de fait, scelle une vie, celle de l'essence artistique – et ce, quelle qu'en soit la valeur artistique. Pierre tombale où s'inscrit comme une inscription funéraire ce titre qui la fixe et la fige « pour l'éternité » ou plus exactement pour une éternité qui dure le temps de la pierre. Valentina Re (23), comparant la couverture de livre et le générique de film, fait remarquer que tous deux « disent quelque chose *sur* le texte »²⁴. Elle cite, en outre, Bruno di Marino qui souligne combien « le titre de l'œuvre [filmique] en particulier » contribue à « certifi[er] le statut d'œuvre filmique et à en délimiter les frontières ». Cette notion de frontières (« confini ») nous intéresse ici d'autant plus qu'elle montre qu'on a arrêté, entériné et donc immortalisé à jamais – ce que cherche à faire la tombe – une frontière déterminée par le titre. Pour reprendre Hoek sur le rôle idéologique de l'école dans sa sélection de titres de livres (*La Marque du titre* 287-290), on pourrait aussi parler en cinéma de ces listes (qu'on trouve dans les catalogues, les programmes de cinéma, etc.), et qui, à la façon des registres mortuaires, fixent la mémoire, ou plutôt *une* mémoire de la consommation culturelle d'une société. En le circonscrivant – et l'on remarquera que le film dans la plupart des cas commence et finit par le titre – le titre *surdéfinit* l'œuvre. L'acte d'intitulation, véritable « réducteur de tête », consiste à faire réduire l'œuvre – et l'on utilise à dessein ce terme culinaire – à ces quelques mots. Cette pratique réalisée à l'échelle (in)humaine s'accompagne, chez les Jivaros, d'un rituel complexe destiné à emprisonner l'âme du mort dans sa propre tête. On peut se demander si, similairement, le titre ne vise pas à circonscrire, neutraliser, maîtriser l'âme de l'œuvre en le réduisant à une plus simple expression, celle d'un nombre limité de mots. Même *L'Operta aperta*

²⁴ Comme dans les citations suivantes de Valentina Re, il s'agit de ma traduction.

d'Umberto Eco, toute foisonnante qu'elle soit, se réduit à ces trois mots. La littérature, souveraine, préside à ce principe d'intitulation et réduit en fumée la spécificité cinématographique du film : dans ce titre, plus de son, plus d'images, plus de mouvement. Cette réduction est aussi, on l'a vu, le moyen de contrôler l'âme du prisonnier chez les Jivaros: l'essence du film capturée dans ces quelques mots permet aux agents du circuit commercial (producteurs, distributeurs, diffuseurs) de contrôler économiquement le produit et de le faire circuler sur le marché (comme ces têtes réduites que les Européens du XIXe rapportaient d'Amérique du Sud), d'en faire un capital. Capitalisme débridé, il y a aussi la surconsommation du titre qui fait que l'on pourrait s'écrier « le titre est mort, vive le titre », surtout avec les suites et « retours » du titre.

Des priorités communes : narration, distraction et théorisation

Par ailleurs, on évoquera la porosité des domaines littéraires et cinématographiques : qu'il s'agisse des courants de pensée redéfinissant les contours même de ces deux disciplines, ou qu'il s'agisse encore de leur « façon », la littérature et le cinéma, quoique différents, gardent en général des similitudes marquées, dans le domaine narratif : un début, un milieu et une fin (comme dirait Godard, « pas forcément dans cet ordre »), des protagonistes, un décor, mais aussi une tradition de distraction populaire (que Hollywood a baptisé « *entertainment* ») et de distribution massive. En cela, ces traditions littéraires et cinématographiques s'opposent à la tradition picturale par exemple qui, en général, préserve jalousement l'authenticité que lui confère l'unicité de ses productions et confine parfois à un certain élitisme. Il faut aussi mentionner ici l'impact financier réciproque des deux domaines où le titre, bien souvent inchangé dans

les adaptations pour des raisons commerciales évidentes, fait office de pont : citons *Les Misérables* et ses 44 adaptations filmiques et son hyper-fidélité au film qui en fait en japonais *Re Mizeraburu*, mais aussi *Madame Bovary*, ou encore *La Princesse de Clèves* et leurs nombreuses adaptations. Attachée à sa tradition littéraire, la France montre avec ces titres de livres devenus titres de films la valeur qu'elle place dans ses lettres, à la fois au sens de littérature et caractères immuables, avec là encore une mise en abyme puisqu'il s'agit autant des personnages que de l'alphabet utilisé. A l'inverse, le film à grand succès fait aussi vendre le livre. On voit les ventes en librairie décoller après les adaptations à succès. Ainsi en est-il de *Cyrano de Bergerac* qu'on ne lisait plus guère. Surenchère dans la distraction, le livre prolonge le plaisir du film, ou inversement le film prolonge le plaisir du livre, en fondant et en différenciant à la fois ces expériences artistiques.

L'inéluctable littérarité de la titrologie cinématographique

La titrologie filmique, en particulier, et la théorie filmique en général se passent difficilement, dans leur expression, de la dimension littéraire. Qu'on en juge par le volume *écrit* diluvien des commentaires théoriques sur le cinéma. Comme le souligne le critique Ruggero Eugeni (37), « la théorie du cinéma (en particulier celle qui porte la marque de la sémiotique) s'est occupée de la relation entre cinéma et écriture sous différentes perspectives ». Il explique que l'écriture est à comprendre à la fois dans le sens de processus ou activité mais aussi de mentions écrites. S'ajoutent à cela les traces de l'écriture livresque qui s'infiltrèrent dans l'écriture cinématographique, dont celle du titre et de la théorie, mais aussi, vestiges d'un héritage encore très visible, d'une tradition

écrite prédominante. Qui plus est, les mots constituent déjà une part non négligeable de l'acte filmique (scénario, sous-titres, titres). Parmi ces mots, on trouve tous ceux qui sont photographiés *dans* l'image, ces hiéroglyphes que décrypte Tom Conley dans *Film Hieroglyphs : Ruptures in Classical Cinema* (1991). Ces caractères cachent, dans leurs pleins et leurs déliés, les secrets d'une alliance d'autant plus savoureuse qu'elle est illégitime en ce qu'elle abâtardit, mais perpétue aussi, en les mêlant, et les mots et les images. Par le jeu des polices de caractères, de leurs tailles, de leurs couleurs et de leurs grains, les lettres du titre posent déjà sur l'affiche du film la dynamique (ou le statisme) que doit communiquer le titre.

Enfin, le *discours* théorique que suscite le cinéma s'écrit beaucoup plus qu'il ne se filme. De par son admirable maîtrise de la langue André Bazin ne nous a-t-il pas rendus tous un peu plus cinéphiles ? Cette théorisation, par nature littéraire et non filmique, a, il est vrai, cherché à s'affranchir de ce joug linguistique. On peut citer, en France, les films de Godard, quoique la littérarité de son cinéma compromette quelque peu une telle classification de cette tentative. C'est plutôt à l'étranger que l'on trouverait des tentatives plus probantes de la théorisation filmique du cinéma. Citons le film expérimental *Arnulf Rainer* de l'Autrichien Kubelka – lequel considère le cinéma français comme défaillant²⁵. Alternance d'images blanches et noires, bande-son tout aussi envoûtante, ce court-métrage se démarque très ostensiblement de cette empreinte littéraire du cinéma commercial français : *Arnulf Rainer* offre une expérience audio-

²⁵ Dans un entretien accordé au magazine cinématographique *Hors-Champ*, il affirme: « Godard m'ennuie. Bergman aussi, ainsi que tout ce cinéma français des cinquante dernières années qui est ni vraiment spectaculaire, ni vraiment intéressant. » Selon lui, le cinéma français, et celui de Godard en tête, se fourvoie dans un compromis fatal entre cinéma intellectuel (fortement marqué par la tradition littéraire, faut-il l'ajouter ?) et cinéma hollywoodien. Mais peut-on, en tout état de cause, renier l'apport théorique filmique du travail de ces deux réalisateurs ?

visuelle limite, où le spectateur croit voir et entendre la projection même du film qui se déroule sur la bobine. Tétanisé, le spectateur croit bientôt voir et entendre son propre système physiologique.

Du côté de l'écriture, rares sont les critiques comme Peter Brunette chez qui on discerne un réel souci d'écrire cinématographiquement la théorie filmique. Contrairement à la majorité des critiques de cinéma qui lui ont préféré Lacan, Brunette base son livre sur Derrida. Il nous fait imaginer avec *Screen/Play: Derrida and Film Theory* (1989) une rhétorique qui emprunterait à la technique filmique : angles, gros plans, changement de point focal. Dans cet entre-deux à la fois rhétorique et filmique se dessinent peut-être les contours d'une théorie réellement en phase avec le matériau pluriel dont elle se compose. Il n'en reste pas moins que, tout audio-visuel qu'il soit, le Verbe – sous forme de titre d'abord – continue à occuper une place prééminente, si ce n'est dans le film, en tout cas, dans la création filmique, n'en déplaise à Kubelka. « Au début était le Verbe, et le Verbe était auprès de Dieu, et le Verbe était Dieu ». On en veut pour preuve, dans notre société capitaliste qui assimile le capital à un dieu, ces lettres « capitalisées » du titre de film (comme majuscules, dans la plupart des cas, et pour l'importance physique qui leur est donnée). C'est de fait à travers elles que le titre de film dévoile et met en scène la bataille que se livrent verbe, image, pouvoir et représentation. Or cette bataille ne figure-t-elle pas précisément l'acte littéraire que représente le choix du titre de film ? Car ces titres ne sont pas seulement des objets littéraires que cette étude se propose d'analyser mais également des sujets littéraires « actants ». En effet, ces titres de film sont aussi les sujets littéraires actifs, au sens grammatical du terme, puisqu'ils « font l'action » de modeler notre

représentation du monde. Ainsi, les titres, depuis *Afrique, je te plumerai* à *Zazie dans le métro*, « act » dirait-on en anglais, jouent la représentation de nos valeurs.

Des champs d'investigation communs, directions communes

La titrologie littéraire, elle-même née de courants théoriques littéraires, engendre à son tour d'autres titrologies qui, si elles s'appliquent à des domaines autres que littéraires n'en observent pas moins des bribes de littérature, les titres. C'est en cela que la titrologie, quel que soit son domaine d'application, ne peut se passer d'une approche englobant les différentes avenues littéraires théoriques explorées au cours des dernières décennies.

Devant toutes ces affiliations, pas étonnant donc que la titrologie littéraire offre, d'entrée de jeu, un cadre d'application aux premiers tâtonnements de la titrologie filmique. Outre le rapprochement du noir et blanc de la page d'écriture et du jeu d'ombre et de lumière de la salle de projection cinématographique, titrologie et cinéma partagent des racines historiques communes autour de deux types de constructions sociales et idéologiques – comme n'ont cessé de le souligner Hoek et avant lui Duchet à propos de la titrologie. C'est ce qui amène Hoek à conclure en citant Ricardou : « Le titre est donc le lieu d'un conflit idéologique pressant. » (Hoek 244). Et Hoek de renchérir : « il n'y a aucun titre qui ne porte la trace de son idéologie » (281). Ces remarques prennent des proportions encore plus probantes au cinéma lorsqu'on en considère l'énorme pouvoir de diffusion.

La titrologie filmique émerge à peu près au même moment que le structuralisme. Celui-ci va alors naturellement nourrir les travaux des premiers titrologues, dont le

Groupe μ . Tout en ressuscitant la rhétorique par le biais du structuralisme, J. Dubois, F. Edeline, J. M. Klinkenberg, P. Minguet, F. Pire et H. Trinon proposent dans leur *Rhétorique générale* (1970) l'une des toutes premières sémiotiques des images. Tout linguistes qu'ils soient, leur classification des titres de films n'omet pas la dimension visuelle de cette sémiotique très particulière et se révèlent particulièrement innovateurs dans leur considération de l'impact proprement visuel des lettres du titre de film. Avec eux, les premiers jalons de la titrologie filmique sont posés. En proposant une taxonomie des titres de films français allant du métaplasme (ou changement de lettre dans un mot) au métalogisme (transgression de la réalité évoquée), le groupe μ établit une cartographie rhétorique certes très utile mais dont on peut cependant regretter les allures d'impasse. C'est peut-être, entre autres, la conclusion sur le suicide du titre de film en 1968 de cette classification, déjà évoqué plus haut, qui plongera ce domaine dans un mutisme presque total pour de nombreuses années. Il faudra en effet attendre dix ans avant que ne renaisse vraiment l'intérêt pour la titrologie filmique.

Celle-ci s'inspire alors de l'intérêt des universitaires des pays anglo-saxons pour la théorie, et plus particulièrement pour la narratologie, l'intertextualité et la réception. Mêlant déconstruction, nouvel historicisme, phénoménologie et psychanalyse, ces travaux cependant s'intéressent à l'étude du titre filmique dans le contexte plus large de l'étude du générique. Charney, en proposant une analyse plus « néo-structuraliste » que « post-structuraliste », puisque, explique-t-il, les structuralistes n'ont pas réellement réussi à se débarrasser d'éléments structuralistes, rejoint, dans l'agrégat d'approches qu'il utilise cette « pluri-théorisation » évoquée formellement par Bordwell et Carroll quelques années plus tard, orientant la titrologie filmique vers une approche plurithéorique ou plus

exactement coulée *entre* les théories auxquelles se rattachent d'une part l'intitulation, d'autre part les études filmiques. C'est d'ailleurs ce que confirment les travaux les plus récents en titrologie filmique, et plus particulièrement, ceux réunis par la critique Valentina Re dans son ouvrage *Ai Margini del film, Incipit e titoli di testa* (2006) où se croisent et se répondent, parmi d'autres, Barthes, Genette et Hoek d'une part, Eisenstein, Metz et Odin d'autre part.

Appliquées à la titrologie filmique dans un contexte contemporain, les intersections de ces courants de pensée sont particulièrement intéressantes en termes de narration et de réception.

Les avancées de la psychologie cognitive ont déjà invité à une reconsidération de l'idée même de « lecture », et avec elle, de l'idée de narration. La lecture, comme la narration, est une façon d'organiser la connaissance à travers la mise en place (on serait tenté de dire ici « la mise en scène ») de données. Les travaux de psychologie cognitive ont permis de déterminer les mouvements de cette lecture, qui, si elle suit le cours du texte, ne cesse aussi de se projeter dès le début vers la fin et de retourner constamment au début pour vérifier son adéquation avec la fin du texte. C'est ce même mouvement de reconstitution qui, selon Edward Branigan dans le premier chapitre de son ouvrage *Narrative Comprehension and Film*, nous permet de comprendre et d'organiser le monde, entre autres modes, par le narratif (1). Comme il le précise, il serait faux de croire que la littérature représente la forme première de narration – qu'on pense aux cathédrales qui « disaient » à la majorité illettrée la Sainte Histoire sous forme de bas-reliefs ou de spectaculaires vitraux. Leurs rosaces, par leur forme même, remettaient d'ailleurs en question la préséance de la causalité et de la succession d'événements attribuée trop

communément (et à tort) à la narration traditionnelle. Or, n'en est-il pas de même pour ce titre de film comprimant parfois, lors de son apparition à l'écran, les éléments narratifs dont sera fait le film ? C'est le cas par exemple de *La Petite Jérusalem* (Albou 2005) qui raconte les parcours de deux sœurs juives orthodoxes, l'une mère de famille confrontée à des problèmes de couple, l'autre éprise de philosophie... et d'un musulman. Sur fond de notes égrénées au piano, le titre se superpose sur une vue aérienne du quartier juif éponyme de Sarcelles, ne s'alignant pas tout à fait le long de ces grands ensembles. Sont déjà représentés, dans cette image accompagnant le titre, les éléments narratifs majeurs du titre : la condition féminine immigrée dans les banlieues françaises, le déracinement culturel, la quête de la sérénité et l'accomplissement spirituel. Selon Branigan, on comprend, non pas détail par détail, mais en construisant des schémas hiérarchiques à grande échelle, compréhension guidée par huit éléments distincts, dont le premier, le titre, souligne, une fois encore la dette de la théorie filmique envers la théorie littéraire. Cette ouverture de *La Petite Jérusalem* illustre parfaitement cette reconstitution à travers le titre de façon encore plus intéressante quand on sait que c'est une femme juive qui filme une religion si attachée à la lettre.

Cette analyse qui place le titre parmi les éléments-clé de la perception de l'œuvre filmique évoque l'importance de ce décodage initial dans la réception de l'œuvre (Branigan 18). A la suite de Barthes et d'Odin, l'un en littérature, l'autre en cinéma, Branigan rappelle avec ce titre-sésame le rôle actif du lecteur/spectateur dans une construction du texte qui est propre à chacun. On pourrait appliquer au déchiffrement du titre ce qu'il ajoute plus loin : « [T]he question of restrictions on knowledge is at the very center of narration » (172). Or le titre, lui-même nécessairement restreint, opère comme

un moteur dans cette création du narratif. Calqué sur des modèles d'intitulation et d'inspiration majoritairement littéraires, n'en déplaise à Branigan, le titre de film appelle à partir de mots tout d'abord à *lire* les « possibles » du texte. Ce *lire*, c'est aussi le *lier* de la (re)construction narrative et des trois fonctions principales du titre, référentielle, conative et poétique. Ainsi, le dernier titre de Claire Denis, *35 rhums*, invite à déchiffrer le contenu du cotexte, provoque avec cet énoncé qui sentirait presque le *delirium tremens* et enfin appelle au décryptage poétique par l'hermétisme de sa formulation. Cette dernière fonction, capitale dans les titres (et les films) de Claire Denis, parfois même au détriment de la narration, semble contredire la toute-puissance qu'accorde Branigan au narratif qui va jusqu'à suggérer un recours incontournable au schéma narratif pour se façonner une vision du monde. Si le titre de film ne déclenche donc pas nécessairement l'association de schémas narratifs, il participe bien cependant d'une façon de faire coïncider des visions du monde, celui du titre et celui du spectateur potentiel, par le jeu de représentations sociales et culturelles communes. C'est donc dans une étape intermédiaire, à mi-chemin entre décodage narratif et assemblage poétique, que le titre de film propose ses plus profondes richesses. Or, si l'auteur du titre de film rejoint son récepteur (ce titre est le miroir du public), alors il y a là une écriture collective de la représentation du monde qui mérite qu'on se penche sur cette pratique d'écriture et sur les mécanismes de manipulation qui la nourrissent – c'est à cette question que tente de répondre le Chapitre II, « Images du titre: Ekphrasis et psychanalyse ».

Le titre de film se place effectivement entre le Voir et le Lire. C'est d'ailleurs un vocabulaire critique usité d'abord en littérature qui permet, on l'a vu, de repenser le cinéma aujourd'hui. Dans *Cinemas of the Mind: A Critical History of Film Theory*, le

critique Nicolas Tredell va même plus loin, puisqu'il utilise le mythe de la caverne de Platon pour offrir une métaphore de l'expérience cinématographique (9). Assis dans une salle, un salon ou un wagon, nous prenons la projection pour réalité, explique-t-il. Et Tredell de souligner les liens ténus qui unissent la théorie filmique à la philosophie. Cela impliquerait donc que la langue seule pourrait réellement ouvrir les yeux. Or, le titre, tout premier commentaire sur le film selon Fisher (292), participerait-il de cette primauté pharisienne de la littérature ?

Car le film ne peut se montrer sans ces quelques lettres qui le nomment.

Paradoxalement, pour avoir accès au film et à la vérité qu'il recèle, le spectateur doit passer par l'aveuglement de ce titre qui, pour un moment, supprime l'image. On retrouve en cela l'aveuglement « de » et « par » la lettre qu'évoque Derrida dans *Mémoires d'aveugle, l'autoportrait et autres ruines*. Le titre annonce et obstrue mais, en même temps, il ouvre les yeux du spectateur sur des « possibles ». Cécité donc du titre de film mais en même temps visions, souvent plurielles puisque le titre lu avant la découverte du cotexte, engendre des supputations multiples. On n'imagine pas la même chose derrière un titre comme *Fugue* suivant qu'on se rattache à telle génération, groupe ethnique, culturel, etc. Le plurisémantisme d'un terme qui peut se référer à la musique ou à une escapade n'est qu'un élément de cette pluralité d'interprétations qui se façonnent différemment pour chaque lecteur-spectateur individuel. En un sens, du titre même émane des lumières, ces connaissances individuelles propres à chacun, qui, rencontrant bientôt celle, bien physique, de la projection, laisse le spectateur dans un état d'aveuglement absolu. Or c'est en passant par cet aveuglement que se fait la lumière.

Comme les aveugles évoqués par Derrida dans *Mémoires d'aveugle*, le titre de film évoque « trois temps de mémoire », pour reprendre l'expression derridienne puisque les aveugles « cherchent à prévoir là où ils ne voient pas, *ne voient plus* ou *ne voient pas encore*. » (Derrida 15). Avec le titre de film, il s'agit du présent de sa présence même, du passé des références auxquelles il renvoie, du futur enfin puisqu'il annonce un cotexte à venir. Cette temporalité, à la fois multiple et arasée, du titre de film, ce moment en suspend et la quasi-instantanéité de sa lecture installe le lecteur-spectateur dans un mode de perception autre, assimilable à une vision décalée, celle de l'aveugle précisément.

L'aveugle, comme le dessinateur, explique Derrida, a recours à ses mains pour échapper à l'obscurité, contrairement aux prisonniers de la caverne de Platon qui, eux ont recours aux idées et à la voix (*Mémoires d'aveugle* 21-2). Le titre de film peut aussi se lire comme une application de cette comparaison entre aveugle et prisonniers de la caverne platonicienne. En effet, comme l'aveugle, le titre de film laisse le spectateur « tâtonner » un moment dans le noir mais s'en éloigne aussi en ce qu'il n'est finalement qu'une idée initiale projetée du film, et la voix d'une autorité intitulatrice. Rabelais, dans son prologue à *Gargantua*, citant lui-même les Silènes du *Banquet* de Platon, reprend cette aveuglement du titre qu'il associe à « des menteries ioyeuses: veu que l'enseigne exteriore (c'est le tiltre)». Cette référence cinématographique avant la lettre à une enseigne dit déjà tout le crédit accordé au visuel plus encore qu'au lu. A mi-chemin entre vision de l'aveugle et aveuglement de l'écran et de la lettre, le titre de film dit, d'entrée de jeu, la complexité de son jeu et les indémêlables liens qui l'attachent à une vision qui promet la révélation.

C'est non seulement dans les interférences entre le lu et le vu que se perçoit plus justement le titre de film mais également dans sa dimension audio. Un titre comme *Western* (Poirier 1997) que l'on peut lire avant tout comme un titre rhématique (c'est-à-dire qui le renvoie à un genre) évoque ainsi un long chapitre de la théorie filmique et d'innombrables images de l'Ouest mythique américain. Mais il s'agit aussi d'un « Ouest terne » qui se révèle ne pas l'être autant que les cieux bretons du film : les deux personnages un peu falots défont, tout en la célébrant, cette tradition de la conquête de l'Ouest. Paradoxalement, ces deux immigrés, l'un catalan, l'autre russe, francise cette conquête en préférant aux conquêtes des terres celles des femmes et finalement d'eux-mêmes. Tout au long de ce *road movie* sans voiture – et pour cause, puisque les protagonistes deviennent amis après que l'un vole celle de l'autre – l'Ouest du titre invite à voir des filiations avec le western qui permet au héros, quelle que soit son origine, de se réconcilier avec lui-même.

C'est cette idée de filiation ou mieux, d'interférence, qu'on retrouve chez les grands artistes, qui permet ainsi à Martha Graham de voir dans un trait rouge de Kandinsky des ancêtres communs (Hollander 37). L'interférence, un art en soi comme l'indique ce titre de Mary Ann Caws, *The Art of Interference : Stressed Readings in Verbal and Visual Texts*, consiste bien en une lecture « entre » plusieurs éléments mais aussi, souligne cette dernière, en une « interruption » (6). Or, c'est précisément ce que fait le titre de film qui interrompt comme pour permettre de mieux « lire entre ». Se détachant généralement sur un fond sombre ou noir, le titre de film simule l'interruption de courant et, en cela, signale l'arrêt, pour un moment, du mouvement de la vie quotidienne qui permet au spectateur de « faire une pause » et à l'œuvre d'apparaître.

Cette pause que force le titre de film, invite, à la croisée de l'image, du texte et du son, à une lecture travaillée (« stressed reading » pour reprendre Caws) au sens de « préoccupée, anxieuse », et aussi de travaillée physiquement, comme un matériau. Une lecture donc « travaillée au corps » au sens où ces titres ne sont jamais tout à fait fixés puisqu'ils se lisent sous l'influence de contextes individuels. C'est donc dans cette pause que commence à nous travailler, comme une obsession ou un désir, le titre de film. Il n'est pas étonnant d'ailleurs que le début du film soit marqué par le silence et des bribes de discours. Ce laconisme, c'est peut-être la marque la plus sûre du désir de l'œuvre à venir puisque, à l'inverse, comme l'indique Barthes (et c'est encore Caws qui le cite), « l'art devient bavard, dans le moment même où il cesse d'être érotique » (Barthes et Serri 118). Or quoi de plus érotique que cette obscurité de la salle, de ces mots aguicheurs délivrés au compte-goutte de notre désir cinéphilique ? Comme on le verra au chapitre IV, il s'agit bien là d'un désir ekphrastique qui a tout à voir avec la possession que permet le titre de film.

On peut discerner dans cette lecture du titre de film, nécessairement intermédiaire, une sorte de métissage du lire, du voir et de l'entendre. Par ailleurs, comme le créole, à la fois divers et composite, la théorie cinématographique résonne de son propre « métissage » par la littérature et la théorie littéraire. Car les théories, comme les cultures, n'existent pas dans leurs tours d'ivoire mais, pour reprendre Glissant à propos des cultures, « peu[vent] changer en échangeant avec l'autre, sans [s]e perdre pourtant ni [s]e dénaturer »²⁶. L'identité-rhizome des théories se retrouve d'ailleurs dans l'archipel des titres de film, proposant un idéal de Relation dans une autre relation, celle qui relate le

²⁶ Adapté d'un entretien d'Edouard Glissant avec Dominique Rolland pour *Le Français dans le monde* 352, juillet-août 2007, consulté sur <<http://www.fdlm.org/file/article/352/glissant.php>> le 10 juin 2008.

monde. Dans cette opacité compliquée par des voix multiples et parfois contradictoires se perçoivent, plus ou moins distinctement – suprématie économique oblige – cependant les différentes langues du monde. Devant cette profusion enivrante du texte et de ces incontournables interférences, le texte renvoie à l’abordage, vers ses marges et donc vers son titre. Citant *Patterns of Intention : On the Historical Explanation of Pictures*²⁷ de Baxandall, Caws rappelle que notre description d’images reflète la façon « fouillis et fouguese » (« untidy and lively ») dont nous pensons ce que nous voyons (3). Avec le titre de film, notre inclusion dans le plaisir du texte, verbal, visuel et sonore se fait par cet abordage fougueux et fouillis dans le métissage d’interférences propres à tous et à chacun.

La théorie filmique a donc profité de la théorie littéraire (sa terminologie, ses diverses approches analytiques, etc.), mais on peut également soutenir que la théorie littéraire s’est considérablement enrichie des diverses approches cinématographiques. On se trouve face à une situation post-structuraliste foucauldienne (quoique tout le monde ne soit pas d’accord pour le classer en tant que tel) où les théories n’entretiennent plus des rapports d’emprunts, à la façon de pouvoirs séparés, mais sont devenues des études aux limites vagues. « Vagues », c’est aussi « faire des vagues » et inviter à repenser ces courants de pensées, ces données contradictoires qui cohabitent et, à la façon du rhizome, s’étendent, se rencontrent et s’e(ntre-)choquent. Et dans cet « entre » s’engouffre le pluralisme et l’ouverture du dialogue entre diverses théories, parfois diamétralement opposées et qui invitent à réfléchir ce titre de film, éminemment intermédiaire, *entre* les théories.

²⁷ Baxandall, Michael. *Patterns of Intention: On the Historical Explanation of Pictures*. New Haven: Yale University Press, 1985.

Spécificités de la titrologie filmique

Nature du titre filmique

On trouve dans l'ouvrage de référence de Hoek, *La Marque du titre*, une description très pointue de la nature et des fonctions du titre en littérature et plus spécifiquement sur les ouvrages narratifs. Sans répéter son travail, on retiendra, pour cette étude, les caractéristiques du titre qu'il inventorie et analyse : la semi-grammaticalité de son style elliptique et nominal, le jeu de son plurisémantisme et des procédés rhétoriques²⁸ qu'il emploie, l'assertivité²⁹ forcément idéologique. Calqué sur le titre littéraire, le titre de film s'inscrit dans le même cadre avec, cependant, des paramètres visuels. Pour décrire la spécificité du titre de film, on reprendra donc également les principes d'intitulation picturale, brillamment énoncés par l'un de ses théoriciens, Bernard Bosredon. A l'instar des titres de tableaux, le *hic* et le *nunc* du titre de film assure une certaine « unicité et concomitance » avec le cotexte (17). Cette notion majeure d' « unicité et concomitance » est encore plus probante au cinéma puisqu'à l'inverse du titre de tableau, il y a un véritable « tissage » du titre *dans* l'œuvre comme le souligne le critique Di Marino – on y reviendra. Ce « tissage », déterminant dans la nature du titre de film est triple : il s'agit de l'aspect visuel, de l'aspect sonore et enfin du rapport du titre filmique au support médiatique ou à la matière même du film, puisque le titre est lui-même filmé. Ces éléments ainsi « tissés » les uns dans les autres transforment sensiblement la nature du titre de film. D'un « archonte » – pour reprendre le terme de

²⁸ Ces procédés rhétoriques, empruntés à la littérature, ont été répertoriés en titrologie cinématographique par le Groupe μ puis par Nicole de Mourgues.

²⁹ Voir à ce sujet la critique du concept d'absence de nom négativé de Geach par Bosredon (33) qui lui reproche d'oublier « la dimension pragmatique de la dénomination indépendante ». Cette critique pourrait s'illustrer au cinéma par la non-nomination de certains films d'avant-garde qui négativent le concept même de titre. Comme le souligne Bosredon, la commercialisation d'une œuvre force ce crédit et transforme le film en valeur. Cette remarque s'applique également aux nombreux films intitulés « Film ».

Leo Hoek – on passe en effet en titrologie cinématographique à une forme, semble-t-il, encore plus insidieuse d'instrument idéologique.

La dimension visuelle

« Avez-vous vu *Ressources humaines* ? » Un titre de film, c'est en effet quelque chose qui se *voit*. La métonymie à l'œuvre dans cette question parle déjà du titre comme texte « imagifié ». Reprenant la dialectique posée par Roger Odin, « Lire vs voir : deux positionnements du spectateur à l'écran » (201), la critique cinématographique Valentina Re va plus loin en assimilant le titre de film à un logo, véritable carte d'identité visuelle du film, « dans le sens où il construit le texte comme objet de valeur, amorce un système d'attentes qui rendent le texte désirable, joue sur un mélange de nouveauté et de reconnaissance (les titres des parodies, par exemple, ou les variations sur des titres littéraires) propre à stimuler la curiosité spectatoriale » (85).

Le titre *Masques* de Chabrol (1987) qui a tout d'un logo en est une représentation verbale et visuelle puisque ses lettres noires à tranche blanche, à la façon des titres de romans de série noire, disent et illustrent la duplicité des protagonistes. De plus, le titre de Chabrol que bordent un triangle et un cœur évoque à la fois le triangle que forment les protagonistes mais également le secret de cœurs à démasquer. Le titre de film, tissé « dans la texture filmique » (Di Marino 76), s'inscrit d'entrée de jeu au cœur du film.

Il n'en a pas toujours été ainsi. Cette assimilation du titre de film au logo, ce tissage dans le film procède d'une sophistication croissante de la culture et des techniques audio-visuelles. En abandonnant le carton ou la couverture de livre des premières décades du cinéma, les titres se sont départis de ce statisme symptomatique de leur filiation

littéraire, explique le critique Di Marino (75), pour passer à une « surimpression sur des images en mouvement ». Il présente le titre comme ayant été « absorbé par l'image » (voir aussi Re 84) et « inséré habituellement dans un type de séquence « introductive », en général mise en musique et sans dialogue, où donc ne se passe rien d'important, précisément pour ne pas trop désorienter le spectateur avec un excès d'information » (75 ma traduction). La narration est alors laissée de côté et l'accent est mis sur la stylisation. Remarquons cependant que cette « dynamisation » du titre de film n'est pas systématique et que certains réalisateurs, par manque d'imagination ou par souci de reconnaissance, dépouillent leurs titres de toute « filmicité ». C'est le cas de Woody Allen dont les génériques, d'une sobriété rigoureusement identique d'un film à l'autre, révèlent une aspiration à inscrire sa légende – aux deux sens du terme – au rang des « classiques ». Valentina Re associe d'ailleurs ce concept d' « austérité inaugurale » de Mourgues (Mourgues 106) à « une identité auctoriale et à une poétique qui travaille souvent dans un sens fortement anti-spectaculaire » (Re 98) pour donner semble-t-il de bien suspicieuses *lettres* de noblesse à l'œuvre cinématographique.

Avec l'arrivée du numérique, les titres de film s'animent d'une énergie et d'une inspiration renouvelées. C'est le cas du titre de *Filles perdues, cheveux gras* (Duty 2002) que la graphiste Amélie Gamet fait littéralement « entrer en scène », dans un mouvement de gauche vers la droite, sur fond de photo de paëlla. Un petit pois tombe du haut de l'écran pour venir figurer le point du « i » de « filles » puis, à la façon d'une boule de flipper, rebondit dans le « u » de « perdues », tombe, en dessous, dans le « x » de « cheveux » puis, rejaillissant sur la courbe du « g » de « gras » se laisse glisser jusqu'au bas de l'écran. Cette animation très sophistiquée du titre et du générique, réalisée en

Digimage, se fond parfaitement avec le reste du film de Duty – lui-même graphiste – l’un des premiers films à être tourné en HD (High Definition video)³⁰ pour mieux rendre le clinquant d’un univers de Barbie cherchant son Kent, comme l’explique le réalisateur (20). On pourrait presque parler dans ce cas d’un titre-logo animé.

Si les choix graphiques des titres de film suivent « à la lettre » des impératifs de commercialisation à peu près universels (graphisme accrocheur, code signalétique des couleurs, etc.), ils épousent aussi souvent les modes (Genette *Seuils* 18 ; De Marino *Bianco e nero* 80). Valentina Re rappelle l’influence du Bauhaus sur les génériques réalisés par Saul Bass (87) dans les années 1950 et 1960, années 1960 elles-mêmes remises à l’honneur en ce début de millénaire avec de nombreux génériques. Citons par exemple le générique de *Catch Me if You Can* réalisé par deux Français, Olivier Kuntzel et Florence Deygas. Des lettres aux jambages démesurés forment le titre, reproduisant ainsi la linéarité du graphisme de l’époque – qu’on retrouve aussi par exemple dans la robe Mondrian de Saint-Laurent en 1965. Seul le mot « me », figurant le protagoniste qui se fait passer, entre autres, pour un pilote (de ligne !), échappe à cette linéarité : ces deux lettres, « m » et « e » apparaissent sous forme de nuages laissés par le passage d’un avion pour se dissoudre presque immédiatement dans le bleu de l’arrière-plan. Il faut aussi évoquer dans ce générique la musique aérée, presque volatile, de John Williams qui cimente encore un peu plus le titre et son cotexte. On retrouve la même linéarité dans le générique des *Chevaliers du ciel* réalisé par Laurent Brett. Là encore, les lettres s’alignent, appelant une lecture vraiment visuelle du titre. D’images 2D d’avions on passe à des maquettes 3D numériques le long desquelles viennent se glisser les mots du

³⁰ Voir l’article « Production Haute Définition », tiré du magazine *SonoVision Digital Film*.

générique. Aujourd'hui, certaines tendances des années 1980 refont surface et on peut parier sur un retour aux débuts du graphisme numérique dans la prochaine décennie.

C'est donc dire l'importance de l'aspect visuel des mots du titre, assemblés dans le générique en un véritable montage. Valentina Re reprend la théorie d'Eisenstein et trace un parallèle entre l'effet de montage de cette juxtaposition lettres-images du titre de film et la « collision » de plans successifs au cinéma générant une métaphore (88). Or, c'est sur cette équation du titre (mots + image = produit désirable) que tablent les producteurs et distributeurs. Cette « électricité de sens » titrologique, pour reprendre Butor sur les tableaux et leurs titres (*Les Mots dans la peinture* 17) est conductrice : projetés sur les murs de la ville, les titres de films éclairés au néon électrifient le paysage urbain et le transforment, tout en le commentant. Au cœur de la ville, cette « visibilité foncière » (Bosredon 162) du titre de film le range du côté du logo : il s'agit d'une part, de la visibilité foncière du logo comme instrument de commercialisation qui fait du titre un bien-fonds ; d'autre part, cette visibilité foncière c'est aussi la visualisation, par le titre, de fonds poétiques de la ville. Dans la mesure où « la visualisation domine complètement les autres formes possibles de l'expérience et conditionne de façon dominante le mode d'identification » (Bosredon 183), il semble capital de regarder d'un peu plus près ces titres et ce qu'ils nous montrent de nous-mêmes. En d'autres termes, si le titre peut se lire et se voir comme un logo élaboré, tissé dans le cœur du film, un « mythogramme » ou « embryon de récit » (Re 89), il représente aussi un tissage de représentations « poétiques » préfabriquées dont la « visibilité foncière » assure une place de choix à ces constructions. Aussi est-il fondamental de « disséquer » ces logos afin de

discerner la représentation, quelque poétique qu'elle soit, imposée par le titre de *notre* propre représentation.

La dimension musicale

Accompagné de musique, de bruit ou de silence, le titre de film se perçoit dans sa dimension *livisaudible*. Ce terme de Nicole de Mourgues (292) rend compte de la triple perception que suppose le générique puisqu'il est à la fois lisible, visible et audible. Lisible et visible, son élément central, le titre de film est rarement audible. Les rares exceptions telles *Le Roman d'un tricheur* de Guitry et *Le Mépris* de Godard, par leur excentricité revendiquée – ils sont lus en voix off – ne font finalement que confirmer la règle d'un titre muet ou plus exactement lu, vu mais tu... en musique, dans la plupart des cas. Il est vrai que le titre de film français est sémantiquement peu mélomane, caractéristique qui tend d'ailleurs à s'accroître. Une recherche rapide effectuée sur l'Internet Movie Database montre que les références à la musique furent plus nombreuses entre 1940 et 1970 qu'entre 1970 et 2000. Ainsi, le mot « musique » apparaît quatre fois dans la première période, une seule fois dans la deuxième. C'est aussi le cas du terme « Symphonie » qui disparaît, on en trouve trois dans la première période et un seul (dans un titre pornographique !) pour la deuxième. Faut-il imputer cette relative absence à la présence même, presque incontournable, de la musique lors de l'apparition du titre ? Ou peut-être encore à l'éclatement et la transformation de l'appréciation musicale, autrefois enfermée dans des catégories étanches (périodes musicales, formes de musique, etc.) ? Il semble bien qu'un battement musical soit bien présent, en tout cas, dans certains films français comme *De battre mon cœur s'est arrêté* (2005), avec une référence directe au

rythme vital de l'aventure filmique. Le titre met à l'honneur l'élément musical de ce remake de *Fingers* (1978) – le protagoniste est un pianiste contrarié. Or la traduction française du film américain, *Mélodie pour un tueur*, privilégiait déjà cet aspect musical du film.

Si la musique a fait l'objet d'analyse dans son rapport avec le générique (Odin, 211-2 ; Charney, 137-140 ; Mourgues, 140-171), elle a moins attiré l'attention dans son rapport spécifique au titre. L'approche rhétorique du Groupe μ en excluait ces considérations, illustrant aussi l'ascendance (trop ?) littéraire de la titrologie filmique. Dans la section « Les éléments sonores » – deux petites pages, sur quinze au total – de son article « L'Entrée du spectateur dans la fiction », Odin évoque le « carton du titre » de *Partie de campagne* et les « modifications musicales thématiques [*du générique*] (...) ancrées sur le texte scripturé » (212) pour souligner immédiatement après la nature formelle de cet ancrage : « Bien évidemment, aucune corrélation sémantique ne peut être repérée entre thèmes musicaux et inscriptions graphiques ». Si c'est le cas pour *Partie de campagne*, et ceci est discutable, cet énoncé est en contradiction avec la remarque de Hoek sur le titre « autonome mais pas indépendant ». Les créateurs de génériques d'ailleurs s'accordent à le dire : quoique séparé, le générique, et le titre a fortiori, doit faire corps avec le film (Gamet, communication personnelle) et c'est souvent la musique qui cimente cette unité. Le thème musical doux et chantant que compose Joseph Kosma pour ce titre de Renoir colle bien à la douceur évoquée par le titre. De la même façon, le côté volontairement « trash » du titre *Filles perdues, cheveux gras* se retrouve dans le choix d'une chanson disco, « Don Quichotte », de Magazine 60, groupe éphémère des années 1980, dans un générique qui, lui, se montre en revanche très inventif.

Re, reprenant Mourgues (140-142), évoque la valeur informative de la musique puisqu'elle installe le spectateur dans une atmosphère particulière mais, point intéressant, souligne sa « valeur rythmique et passionnelle scandant l'entrée du spectateur dans le monde fictionnel » (94-5). Elle évoque la domination de la musique dans le générique et ses affinités avec le texte (et donc avec la donnée sémantique), suggérant son rôle fédérateur dans la cohérence du générique. Cependant, une fois encore, cette analyse se termine sur un exemple finalement plus textuel que musical, celui du générique, chanté certes, d'*Uccellacci e uccellini*, mais ne s'attache qu'à la transcription verbale. Il y aurait pourtant beaucoup à dire sur la musique d'Ennio Morricone, l'orchestration et le rapport à la poésie de ce titre, en soi hautement musical : *Uccellacci e uccellini*, ce sont déjà des allitérations et des assonances qui font écho à des suffixes respectivement péjoratif et diminutif, musique poétique dans laquelle se love déjà tout le propos métaphysique du film de Pasolini aussi bien que le titre lui-même.

Une approche peut-être plus féconde consisterait dans l'analyse du rapport tenu entre musique de film et titre. « Qu'est-ce que c'est déjà, cet air-là ? » *Un Homme et une femme*, *Les Demoiselles de Rochefort*, *Le Grand Blond avec une chaussure noire*, *Le Grand bleu*, etc. Ces titres de succès populaires, une fois correctement attribués à la musique correspondante, semblent apporter une « résolution » à l'émotion que suscite cette remémoration auditive. Il y a dans la réponse à cette question d'identification un élément d'adéquation troublant entre motif musical et titre: « C'est *Un Homme et une femme* ». Dans ce « c'est », on peut détecter une indissociabilité entre le « chabadabada » de Francis Lai et le titre du film de Lelouch, voire une équivalence musique de film-titre qui pourrait bien recéler (ou feindre de recéler) l'essence de l'œuvre. Il faut remarquer ici

que c'est Lelouch et Lai qui introduisent dans le cinéma une musique plus populaire que la musique classique qui dominait jusqu'alors dans les génériques de films³¹. En tout cas, ce plaisir de la reconnaissance musicale par le titre qu'on réussit à retrouver, à reposséder, plonge le spectateur dans une émotion très intime, celle du plaisir de la reconnaissance, comme si la musique avait cristallisé, avec les mots du titre, un attachement presque ombilical avec l'œuvre – on y reviendra au chapitre suivant. En tout cas, cette scansion de ces quelques notes fredonnées, évoquée par Re, comme capitale dans l'entrée du spectateur dans le monde fictionnel, marque aussi la consécration du baptême de l'œuvre. Avec ces notes et ce titre, on donne le ton, terme éminemment « livisaudible » puisqu'il appartient à la rhétorique (le ton d'un texte), au domaine pictural (le ton comme couleur) et enfin musical (le ton comme mode). Accompagné de musique, le titre permet « l'entrée en vibration » du spectateur dans la fiction (Odin 213), métaphore qui n'est pas sans rappeler les harmoniques de la perception intellectuelle et artistique décrites par Deleuze dans son cours sur Whitehead et Leibniz (1987).

Symptomatique de son importance dans le patrimoine éducatif français, la musique de film vient d'entrer au programme du baccalauréat avec notamment, pour l'année 2008, *La Mort aux trousses (North by Northwest)*. La fiche d'étude de l'académie de Reims mentionne d'ailleurs le travail de « collaboration très étroite entre Alfred Hitchcock, le graphiste [*et auteur du générique*] Saül Bass et le compositeur Bernard Herrmann »³².

³¹ Je remercie le Professeur Royal Brown de m'avoir signalé cette transition.

³² Labiausse, Laurent. *Présentation générale: La Mort aux trousses d'Alfred Hitchcock*, Décembre 2007. Consulté le 20 juin sur http://www.ac-reims.fr/datic/musique/pages/pedagogie/lycee_option.htm#rubrique.

Au-delà du motif accompagnateur du générique, de la mélodie et du rythme de ses assonances et allitérations, de ses références sémantiques musicales, la musique du titre de film représente aussi un élément capital dans la perception du film, d'une part comme agent de conditionnement, voire de manipulation (Brown 3-5), d'autre part comme mode d'identification du film. En cela, la musique partage avec le titre un rôle majeur dans l'intitulation « perceptuelle » du film et dans le processus de réification de ce dernier.

Réification, évaporabilité, autorat collectif

Le titre assure la finitude de l'œuvre. Pour Armengaud, le titre en peinture est « un concept qui termine, qui rend plus visible l'intention de l'œuvre » (115-6). Citant Marie-Laure Lions, Armengaud écrit du titre en peinture qu'il « est la conséquence de la réification d'un tableau » (17). A l'inverse, Soren Kolstrup affirme dans son historique du titre de film : « The title makes the unit ». Pour lui, la réification découle du titre puisque ce dernier fait du film une marchandise prête à circuler. Il souligne d'ailleurs le caractère incontournable du titre qui permet le commentaire et la commercialisation. Cela se vérifie en France puisque le Centre National de la Cinématographie exige un titre avant de délivrer le certificat du film. Le DVD qui fait réapparaître le titre sur le menu principal montre bien à quel point il chapeaute et unifie le film complété de ses « extras ». Enfin, cela est encore plus vrai à l'âge du numérique qui baptise systématiquement tout travail sur ordinateur (« Untitled1 », par exemple). Le décalage entre intitulation picturale et intitulation cinématographique est à attribuer à des systèmes de commercialisation différents, à commencer par leur diffusion : à l'unicité du tableau s'oppose la multitude des copies de film. La réification passe alors nécessairement, dans le deuxième cas, par

l'intitulation. On en veut pour preuve la multitude de tableaux « Sans titre », négation de l'intitulation mieux tolérée en peinture qu'au cinéma – ce phénomène s'explique facilement par l'incontournabilité du titre de film dans la consommation cinématographique : ce n'est qu'en donnant le titre du film à l'employé du cinéma que je peux accéder au film. Ainsi, malgré son insistance auprès de son producteur, le réalisateur Brice Cauvin s'est vu refuser l'absence pure et simple de titre pour son film qu'il a finalement baptisé *De Particulier à particulier* (2006)³³

Dans le bilan de son exploration logico-linguistique des titres de tableaux, Bosredon souligne l'importance de la performativité écrite du titre qui ajoute un caractère conventionnel (42), permettant l'archivage (et donc la réification) de l'œuvre. On peut en dire autant du titre de film qui, une fois écrit, s'inscrit littéralement au palmarès du patrimoine cinématographique.

Réification également en ce que le titre de film se constitue lui-même en « lieu de production culturelle », comme le dit le critique Matt Soar à propos du générique, puisque le titre fait, lui aussi, l'objet de négociations entre réalisateurs, producteurs et distributeurs. Ce lieu est d'autant plus intéressant qu'il s'affiche, se capitalise et devient objet-rhizome en ce qu'il se propage sous forme de référence culturelle, comme dans ces titres qui se font écho (*Mon Oncle, Mon Oncle d'Amérique*, ou encore *Les Dents de la mer* devenu *Les Dents de ma mère* pour intituler un court-métrage). Partout le titre de film s'expose pour imposer une lecture, on l'a vu plus haut, mais également une fin, au sens de finalité, préétablie. « In my beginning is my end » écrivait TS Eliot dans le premier vers de son poème « East Coker » (cité par Saïd XIII). Le philosophe Edward Saïd souligne dans son livre *Beginnings* un aspect capital de l'amorce dans le processus

³³ Communication personnelle (21 décembre 2006).

de réification discuté ici (3-6). Si le début, et a fortiori le titre, supposent que le film présenté parte d'œuvres et de systèmes de langages pré-existants, ce titre marque aussi activement la fin de ses antécédents et son propre avènement, et on verra d'ailleurs un peu plus bas combien il soigne cette mise-en-scène. La réification est d'ailleurs doublement active puisqu'elle implique aussi la participation du spectateur dans cette construction. La lecture du titre invite le spectateur à élaborer, à partir de ces mots, ses propres projections.

Ainsi, les rondeurs disproportionnées des lettres du titre *Les Bronzés* et le ton ironiquement généralisateur de l'article défini préparent le spectateur à une comédie populaire burlesque plutôt qu'au comique plus littéraire de *La Discrète*, par exemple, où un écrivain spirituel et sans scrupule séduit, sur commande de son éditeur, une jeune fille qu'il devra ensuite abandonner. En même temps qu'un mode de lecture, ces types créent des types : « les bronzés », « la discrète », « les apprentis », etc. ratifient, et ainsi réifient, l'existence culturelle de groupes par l'usage de leurs langues : *Bienvenue chez les Ch'tis*, *Bab El Oued City*, *Les Vitelloni*, etc. On y reviendra au chapitre III, dans l'étude des titres de comédies.

Cette réification du titre de film, palpable sous forme de produits commercialisés autour du titre (tee-shirts, crayons, etc.) et de budgets astronomiques, se caractérise cependant par son « évaporabilité ». D'après le journal *La Tribune*³⁴, la campagne publicitaire du film *Astérix aux Jeux Olympiques* a commencé quatre mois avant la sortie du film et a coûté 78 millions d'euros. Qui s'en souviendra dans 20 ans ?

³⁴ [http://www.latribune.fr/info/-Asterix-aux-jeux-Olympiques--pret-a-conquerir-l-Europe--ID877A8E2F71E26D43C12573DB003CB7AF-\\$RSS=1](http://www.latribune.fr/info/-Asterix-aux-jeux-Olympiques--pret-a-conquerir-l-Europe--ID877A8E2F71E26D43C12573DB003CB7AF-$RSS=1)

Par ailleurs, à l'écran, le titre de cinéma est perçu dans sa projection, non pas dans sa matérialité. La publicité virtuelle pour tel film qui envahit mon écran d'ordinateur aujourd'hui sera remplacée demain par une autre. Cette évaporabilité n'échappe d'ailleurs pas au cinéma d'avant-garde qui n'hésite pas à se débarrasser purement et simplement du titre (Di Marino 83). Reprenant la célèbre expression de l'historien Pierre Nora, Hoek (*Titres et toiles* 70) assimile les titres de tableaux canoniques à des « lieux de mémoire ». Or, l'accélération de la consommation cinématographique (ce que Kolstrup, reprenant les différents modèles culturels de Miège, appelle « modèle de flot ») frappe presque immédiatement d'obsolescence ses titres, avant de les jeter dans l'oubli. Ces « lieux de mémoire courte » sont déjà stigmatisés comme tels par Miriam Hansen qui souligne dans son article *Babel and Babylon : Spectatorship in American Silent Film* l'oubli spécifiquement féminin des titres de films. On l'a vu plus haut, les titres suivent aussi les modes, s'exposant donc inévitablement à l'obsolescence (Genette *Seuils* 18) et les valeurs changeantes qu'ils tendent à véhiculer les font souvent tomber en désuétude.

C'est probablement pour cette raison que le peintre Alechinsky prêche pour les titres un bien paradoxal retrait : « Etre en retrait, en litote. Ne pas déployer la panoplie des grandioses » (Armengaud 139). Dès la première page de son livre, *Titres et pains perdus*, il évoque d'ailleurs le titre « qui disparaît ». En s'évaporant par le biais de la litote, le titre rejoint alors la littérature qui dit sans dire tout en disant. On peut lire dans ce processus une sorte d'alchimie du titre pictural à l'écran. Dans un hommage à Louis Feuillade, Olivier Assayas mime d'ailleurs cette dissolution avec son titre *Irma Vep*, anagramme de *Vampire*. Alchimie ou résultat imposé par un choix commercial (mais l'un n'exclut pas l'autre), il semble bien que se cache dans le titre de film une valeur d'autant

plus intrigante qu'elle émerge de la rencontre de trois matériaux différents : les mots, l'image et le son.

Cette évaporabilité, c'est aussi l'insaisissabilité d'un titre dont la position d'énonciation est difficile à localiser, comme le souligne Bosredon à propos des titres de tableaux (18-9). Qui parle, par exemple, dans un titre comme *Faut pas prendre les enfants du bon Dieu pour des canards sauvages* ? S'agit-il de la même voix dans le titre *Il faut tuer Birgit Haas* ? Et que penser d'un titre comme *N'oublie pas que tu vas mourir* ? Si cette instance d'énonciation est difficile à déterminer, elle est, de plus, plurielle. Car, on l'a vu plus haut à propos de l'intertextualité, tout titre résonne de voix intertextuelles que Hoek décrit ainsi : « Le titre est un espace où se croisent plusieurs types d'énoncés ; il constitue une voix polyphonique, déterminée (...) par la Bibliothèque générale d'une époque, par le discours social de cette époque » (184). Bosredon, pour sa part, compare le titre au discours rapporté en ce que tous deux, explique-t-il, reflète un « ailleurs » (139). On voit déjà que dans l'interstice qui sépare le titre du cotexte, de nombreuses autres voix peuvent venir s'immiscer.

Ce flou dans l'instance énonciative tient tout d'abord au fait que le titre cinématographique émane presque toujours d'un autorat collectif, puisqu'en France, il réunit au moins l'accord du réalisateur et du producteur, accord fondé sur les attentes du marché. Dans *La Marque du titre*, Hoek évoque l'instabilité de l'instance narrative du titre littéraire qui incombe ici à l'auteur, réel ou fictif, là à un narrateur, tantôt intradiégétique, tantôt extradiégétique (257-8). S'ajoutent à ces possibilités l'instance sans laquelle aucun titre ne peut compter, celle du narrataire ou plus généralement du public, plus déterminant encore dans le cas de la littérature ou du cinéma commercial. Ne

sonde-t-on pas communément le public hollywoodien, et ce parfois en cours de réalisation, pour savoir quel titre trouvera le plus d'écho auprès des spectateurs potentiels? C'est dire que production, intitulation et réception ne sont pas des entités séparées. A cet égard, la graphiste Amélie Gamet souligne cependant la différence entre la France et les Etats-Unis. Le cinéma français, précise-t-elle, se caractérise davantage par une politique d'auteur que de production, ce qui explique que le choix du titre incombe généralement à l'auteur. Pour illustrer les jeux de pouvoir que fait ressortir le choix du titre, elle cite Luc Besson. En tant que producteur, « il a tendance, explique-t-elle, à produire un peu plus à l'américaine » et à peser donc beaucoup plus dans le choix final du titre, même lorsqu'il n'est pas le réalisateur³⁵. Cette particularité n'entame cependant en rien l'aspect collectif de ce choix puisqu'il répond à des impératifs de mode et de vente dans lesquels s'inscrit le « cinéma du look » de Luc Besson, inspiré du monde éminemment marchand de la publicité et des clips vidéo. Hoek explique d'ailleurs que cette stéréotypie du titre est en rapport avec « son appel à un public très large (...) donc déterminé par son destinataire » (65).

Comme se plaisait à le montrer Truffaut, le film naît d'un travail d'équipe. De façon plus ou moins directe, chacun prend part à l'autorat – on se souvient par exemple des phrases prononcées par Catherine Deneuve à titre privé qu'il remplaçait, parfois plusieurs fois, dans les rôles qu'il lui attribuait ensuite à l'écran. Le metteur en scène, dans *La Nuit américaine* et peut-être plus encore dans *Le Dernier Métro*, canalise, rassemble et magnifie les étincelles créatrices venues de la vie d'une équipe. Rien à voir avec l'image traditionnelle de l'écrivain solitaire : le metteur en scène court constamment de l'un à l'autre, se débat dans des problèmes artisanaux, économiques, artistiques et doit

³⁵ Communication personnelle, janvier 2007.

concilier ce matériau hétérogène pour en faire un produit cohérent et policé. A l'image du titre, ce travail collectif, ce sont des mots, des images et des sons. Cette genèse multimodale, on l'a vu, a fait l'objet d'analyses textuelles très riches mais la complexité de ce matériau hétérogène laisse le champ encore largement en friche.

Le titre pose cependant une autorité, *son* autorité, unique même s'il s'agit d'une construction plurielle. Hoek cite ces titres ou « dénominations métafictionnelles sémantiques du discours argumentatif » (109) qui marquent un engagement, tels *Eloge de l'amour* ou encore *Contre l'oubli*. Il faut aussi citer les titres qui suggèrent indirectement un engagement. Ceux de Depardon prennent ainsi souvent des allures de réquisitoires : *Urgences* (dans le service de psychiatrie des urgences de l'Hôtel-Dieu), *Afrique : Comment ça va avec la douleur ?* ou enfin *Délits flagrants* qui inverse les termes de l'expression consacrée pour observer le système juridique des comparutions immédiates. Mais avant de poursuivre plus avant l'analyse de ces titres, revenons aux *Beginnings* de Saïd. Après avoir établi le début comme un projet amorcé et donc l'établissement d'une autorité, il souligne le rapport ténu qui lie l'autorité à la propriété en rappelant l'étymologie donnée par Vico : « *auctor: autos: suis ipsius: propsius: property* » (16)

En remettant en cause différentes institutions, ces titres de Depardon se parent ostensiblement d'une autorité et ce, à double titre : d'une part, en se posant comme discours manifestement critique de systèmes donnés, d'autre part en faisant de cette critique commodément réduite à des titres, une monnaie courante puisque largement distribuable. Le titre n'est-il d'ailleurs pas aussi un terme fiduciaire ? On y reviendra au Chapitre IV.

Le titre en tant qu'autorité plurielle et collective n'est cependant pas la caisse de résonance d'un autorat collectif. Reprenant l'analyse du discours publicitaire de Bya, Hoek évoque le caractère fallacieux du titre (285). Ce « reflect direct de la réalité réduite à un système de normes » écrit-il, citant Bya, est une « illusion [de] dialogue » entre auteur et lecteur, une « illusion de communication » (286), d'où conclut Hoek, son « faux air de solidarité, de sécurité et de prestige, masquant la relation mercantile réelle ».

Si le titre est donc pluriel dans sa conception, il doit l'être aussi dans sa réception : sans un décryptage critique de ses instances énonciatrices, le titre fausse la perception de l'œuvre. C'est aussi le cas des titres de Depardon cités précédemment qui ne se comprennent tout à fait qu'avec la conscience de l'idéologie contextuelle dans laquelle ils apparaissent. Hoek explique : « L'idéologie fait que le titre présente le texte comme objet naturel et donc comme de la non-marchandise ». Cela est évidemment encore plus flagrant lorsqu'il s'agit de l'idéologie dominante qui veut nous faire croire qu'en France, on est tous *Bienvenus chez les Cht'is* (malgré Sangatte) et que l'Amérique est pleine de *Dreamgirls* et d'*Incroyables Hulks*. Les Américains ont bien compris le profit à tirer de cette face cachée mercantile du titre et ont créé des agences qui fabriquent des titres à la demande, employant des « poètes travaillant à la chaîne » (Guénot 166 cité par Hoek 270).

Tati avait déjà compris en 1958 la place du titre dans le paysage urbain. Il n'est pas anodin qu'après la mention des producteurs et réalisateur du film sur des panneaux de signalisation (et sur fond de marteaux-piqueurs !) il ait inscrit le titre, *Mon Oncle*, comme pour en préserver la poésie, en graffiti sur un vieux mur de pierre alors que le piano égrène les premières notes d'un thème nostalgique. Devenu « paradoxalement réaliste »,

explique Di Marino (76), le titre tend à s'intégrer dans le décor du film mais également dans notre propre décor. Il peut alors devenir métacinématographique dans un jeu d'écriture filmée qui, tout en rappelant ses références incontournablelement littéraires, en souligne les éléments cinématographiques. Il semble ainsi que cet « état civil » de l'œuvre (Rouveyre-Uzanne, 172) veuille toujours se rapprocher un peu plus du nôtre. A l'image de l'état civil, le titre renvoie à des valeurs culturelles arrêtées et à une filiation forcément plurielle. S'il est un « isolat dans la chaîne écrite » de par l'italicisation et la ponctuation (Bosredon 128), il pénètre et se pénètre toujours plus de notre discours de plus en plus oral et visuel. A la différence de la page blanche qui confère au titre du livre son autorité, avec ce halo de blancheur qui confère gloire et autorité au livre, le titre de film ne cherche plus à nous « tenir la dragée haute ». Avec le titre de film, pas de blanc mais un rituel toujours un peu plus proche de notre réalité, un fondu au noir (évoqué par Odin 207-8) qui cherche à se faire passer, dangereusement faut-il le préciser, pour notre imaginaire. Car le titre de film, toujours innocenteur, se glisse insidieusement dans les fentes de nos convictions culturelles pour mieux nous manipuler.

Fonctions du titre de film

Aussi est-il important de définir les fonctions du titre de film. Evoquées formellement par le Groupe μ , Nicole de Mourgues, Soren Kolstrup et Valentina Re, les fonctions du titre de film sont d'abord textuelles et se répartissent ainsi : la fonction référentielle, la fonction conative et enfin la fonction poétique – on l'a vu plus haut.

Comme le fait remarquer l'historienne de l'art Françoise Armengaud : « Les mots [*aujourd'hui*] restent le mode d'emploi des images » (112). Dans une société dominée de

plus en plus par l'image, il n'est pas sûr que cette remarque corresponde tout à fait à l'intitulation cinématographique. Elle met cependant en valeur un double aspect important de la fonction référentielle du titre, présentée comme suit par Bosredon (93). Celui-ci distingue en effet deux fonctions du titre de tableau : la fonction de légende qui est explicative, et la fonction appellative, désignatrice.

Dans le cas du titre d'Assayas, *Fin août début septembre*, la fonction de légende est importante car elle donne, d'entrée de jeu au film, toute sa dimension métaphorique : ce titre pose le film en illustration du passage de la jeunesse à l'âge adulte. Ce terme de légende est particulièrement intéressant lorsqu'il s'agit d'une adaptation comme *La Symphonie pastorale* puisque qu'elle trouve sa source dans la musique. En effet, il s'agit, au-delà d'un Jura pastoral, de la symphonie éponyme de Beethoven que le pasteur fait découvrir à la jeune orpheline aveugle. La « livisaudibilité » de cette « légende » doit aussi se comprendre au sens primordialement oral de la tradition littéraire homonyme, qui plus est lorsque la protagoniste est aveugle et éprise d'art. Car le titre de film, comme la légende, raconte une histoire qui s'inscrit dans le patrimoine culturel de la société représentée. Dire que le titre est ou peut être une légende, c'est à la fois montrer son rôle explicatif mais aussi ses allures de faussaire car la légende, selon le dictionnaire Robert (1993), se caractérise par son aspect « plus ou moins fabuleux » (p.1268), déformé, amplifié. La lecture des titres les plus populaires dans un pays ou une région du monde donnée est à ce titre édifiante. Il serait intéressant d'explorer les légendes ayant cours en France, aux Antilles ou encore aux Etats-Unis d'après les titres de film qui y sont à l'affiche.

La fonction désignatrice, quant à elle, assimile le titre au nom propre (Hoek 206).

Reprenant Grivel (133), Hoek indique que le nom propre catégorise, classant à la fois le référé et le locuteur (208-9). Citant Lévi-Strauss (Lévi-Strauss 240), il rappelle qu'« un mot (...) perçu comme nom propre (...) se situe (...) au sein d'un système culturel donné. Le nom propre demeure toujours du côté de la classification » (285). Cette remarque présente un intérêt redoublé lorsqu'on connaît les véritables études de marché que représente l'intitulation filmique. Puis Hoek souligne que cette idée a été reprise par Derrida (1967, 163-164). « Le nom propre au sens courant, au sens de la conscience, n'est (...) que désignation d'appartenance et classification linguistico-sociale. La levée de l'interdit, le grand jeu de la dénonciation et la grande exhibition du 'propre' (...) consistent non pas à révéler des noms propres, mais à déchirer le voile cachant une classification et une appartenance, l'inscription dans un système de différences linguistico-sociales » ; « le nom dit propre (...) ne devient appellation que dans la mesure où il peut s'inscrire dans une figuration » (136). Or le film figure visuellement et linguistiquement, dans son titre, sa représentation du monde, une représentation propre, c'est-à-dire individuelle au film mais également appropriée à la culture ciblée, nettoyée (avec tout ce que cela peut supposer de terrifiant) de toute déviance à l'idéologie dominante.

« Le titre structure », dit Hoek (276). Cela s'avère particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de séries filmées. Qu'on pense par exemple aux *Angélique* du côté féminin, aux *Fantômas* ou aux *Maigret* du côté masculin pour comprendre combien le titre de film a contribué à ériger (grâce aux titres notamment) des modèles de « genre », au sens de *gender*. On retrouve là la « convention tacite » (99) qu'évoque Hoek entre titre et spectateur qui « impose au lecteur un programme de vision ». On en veut pour preuve

l'engagement cognitif du lecteur/spectateur qui cherche à recoller les morceaux de bandes-annonces, à la façon des jeux vidéo.

Mais cette fonction référentielle ne fait pas l'unanimité. Pour certains réalisateurs, il semble que le titre, selon la formule d'Umberto Eco, doive « embrouiller les idées, non les embrigader ». En un acte surréaliste par excellence, Buñuel revendiquait déjà en 1928 la non-référentialité du titre *Un Chien andalou* : « No acetar idea ni imagien alguna que pudiera dar lugar a una explicación racional, psicológica o cultural »³⁶ (n'accepter aucune idée ni image qui puisse donner lieu à une explication rationnelle, psychologique ou culturelle): voici la condition que s'étaient posée Buñuel et Dali en écrivant le scénario du film. Et pourtant, on peut lire dans ce refus de l'explication une référentialité autre, qui refuserait les manœuvres idéologiques du titre mais préférerait bouleverser, déstabiliser les habitudes de lecture. Cette référentialité aurait plus à voir avec un mode de perception repensé de l'œuvre, avec une « recette de consommation », en l'occurrence surréaliste, selon la formule de l'analyste du discours Marc Angenot qui écrit : « Tout titre inclut une *recette de consommation* ; on songera à des opérations sacrilèges : comment lirait-on *La Condition Humaine* avec pour guide un tout autre titre : *Emeute à Shangai*, par exemple ! » (243). De la même façon, Abdellatif Kechiche a choisi d'intituler son film *L'Esquive* en référence à une pièce de Marivaux que répètent des élèves d'une cité. Esquivant par là-même les clichés de violence sur la banlieue, il transpose la peinture des classes modestes à travers leurs rapports à l'amour et au pouvoir. Cette fonction référentielle détournée est enfin à rapprocher d'une réponse de Resnais qui, questionné sur le sujet de *Nuit et Brouillard*, répondait : « L'Algérie »³⁷. Le contexte politique des

³⁶ Buñuel 100 years. *It's Dangerous to Look Inside*, New York, MOMA, 2001.

³⁷ Krantz, Charles (1985) Teaching *Night and Fog*: History and Historiography, *Film & History* 15.1, p 11.

années 1950 puis 1960 prescrivait bien sûr toute référence explicite à ce drame qu'évoque pourtant la dernière scène du film avec ce dernier paragraphe au présent écrit par Jean Cayrol : « Il y a nous qui regardons sincèrement ces ruines (...) et qui ne pensons pas à regarder autour de nous et qui n'entendons pas qu'on crie sans fin ».

La deuxième fonction du titre est la fonction conative, celle de l'adresse au spectateur. Elle est essentielle dans la promotion du film car elle permet l'établissement d'un premier contact avec le public. Si le titre de film est majoritairement nominal, on trouve cependant un certain nombre de titres recourant à l'impératif, surtout dans les comédies populaires qui visent à établir, avec le tutoiement, un lien de complicité avec le spectateur : *Viens chez moi, j'habite chez une copine, Tais-toi quand tu parles !, Espion, lève-toi*, etc. On retrouve le même procédé d'ailleurs dans les titres pornographiques qui tablent généralement sur une connivence avec un public masculin en donnant voix à des fantasmes de domination sexuelle comme *Attache-moi si tu peux*. La connivence est souvent double d'ailleurs puisqu'il s'agit fréquemment de titres détournés du cinéma grand public, en l'occurrence *Arrête-moi si tu peux* de Spielberg.

Face à un public de plus en plus visuel, le titre doit miser sur un graphisme, des couleurs qui mettront en valeur la rhétorique du titre. C'est le cas de l'affiche du film *99F*, puisque ce titre s'affiche sur une étiquette jaune disproportionnée sur fond de rayon de supermarché. De façon intéressante, cette affiche, comme le roman dont est inspiré le film, joue sur ce qu'il dénonce, le piège de la loi des apparences. Qui plus est, soucieux de paraître toujours d'actualité, Frédéric Beigbeder a changé le titre de son roman en *14,99 euros* puis *6,20 euros* alors que les producteurs de l'adaptation ont opté pour le titre

original, probablement dans le souci de conserver cette référence visuelle à la couverture du roman où se voyait la même étiquette.

Symptomatique d'un désir de toujours coller un peu plus au public, le titre s'immisce de plus en plus dans le film. Hoek évoque ainsi ces titres de film qui apparaissent après les premières séquences. « Il s'agit (...) d'une technique conative, publicitaire, accidentelle, pragmatique, qui ne porte pas atteinte à l'autonomie relative du titre. » (150). Et reprenant Duchet sur ce point, Hoek souligne l'aspect autonome du titre que celui-là caractérise comme un « microtexte autosuffisant, générateur de son propre code et relevant beaucoup plus de l'intertexte des titres et de la commande sociale que du récit qu'il intitule » (Duchet 51). Et c'est justement cette commande sociale qui, en retour, force la donne conative. Hoek explique d'ailleurs que le titre s'adresse au lecteur/spectateur sans s'adresser à lui (268). Que le titre de film soit une promesse, une insulte ou une menace, il se rapporte au cotexte, non au lecteur selon Hoek. Mais la visualité du cinéma et de ses campagnes publicitaires rendent cette remarque caduque. Inspirée de la publicité, l'affiche de film se veut miroir social en nous mettant nos maux/mots sous les yeux. Quand le spectateur se voit (et lit) dire *Baise-moi*, il y déchiffre une provocation manifeste. Si ce titre ne s'adresse pas personnellement à lui, il s'adresse à une communauté de spectateurs potentiels, imaginée par les auteurs de la publicité du film. On voit là combien ceux-ci peuvent donc créer, en tout cas modeler des identités virtuelles de consommateurs. C'est la raison pour laquelle bien des catholiques ont réagi à ce titre, affiché dans la rue, sur internet, etc., moins parce qu'il les agressait que parce qu'il donnait droit de cité à l'expression ouverte d'une sexualité féminine délibérément violente.

Enfin, et non sans lien, on distingue la fonction poétique. Pour beaucoup de peintres, dont Magritte dont on connaît les titres décalés, le meilleur titre, « c'est un titre poétique » (Armengaud 30). Or, au cinéma qu'est-ce qu'un titre poétique, si ce n'est un titre qui parle le mot, l'image *et* le son? Réfutant son caractère de légende, Magritte insiste sur la séduction, l'enchantement qu'il exerce: « Un titre compatible avec l'émotion plus ou moins vive que nous éprouvons à regarder un tableau (...) un titre poétique n'est pas une sorte de renseignement qui apprend par exemple le nom de la ville dont un tableau représente le panorama, ni le nom du modèle dont on regarde le portrait, ni enfin le nom du rôle symbolique attribué à une figure présente. (...) le titre poétique n'a rien à nous apprendre, mais il doit nous surprendre et nous enchanter »³⁸. On retrouve dans cette notion d'enchantement la notion de fantasme et de plaisir dont débat le chapitre suivant.

Mais la poésie du titre, c'est aussi, et on l'a vu avec Apollinaire et Cendrars, l'inscription même des titres. Armengaud souligne la poésie des colonnes de titre sans images du livre d'Alechinsky, *Titres et pains perdus* (127). Cette accumulation en colonnes ne figure-t-elle pas une représentation poétique du monde ? Ces « colonnes » servent à édifier le temple, le lieu de culte et donc de recueillement de notre mémoire collective – ces titres ne répondent-ils pas à l'idée socratique que l'écrit ne sert qu'à nous rappeler ce que nous savons déjà ? Dans ce recueillement se rassemblent deux notions importantes : celle de prière, de culte – et se dessine en filigrane l'ombre idéologique – mais aussi l'idée de recueillir au sens de re-cueillir des possessions retirées. On y voit alors ces colonnes du re-souvenir proustien qui permettent de se comprendre en

³⁸ Lettre à André Bosmans et à Louis Scutenaire, du 7 mars 1959, citée in *Ecrits*, p487.

réassemblant des pièces disparates, des titres déposés qui se décantent dans le fond de nos mémoires.

Il faut enfin souligner la nature forcément, volontairement obscure du titre (Hoek 133) qui doit intriguer le lecteur au point de lui faire acheter son billet afin de découvrir ce que recèle *La Fleur du mal* (Chabrol 2003) ou encore ce *Ne le dis à personne* (Canet 2006). Hoek déplore que peu d'auteurs aient remarqué que cette obscurité était fonctionnelle et non ornementale. Mais on peut se demander si elle n'est pas *aussi* ornementale ? Grivel évoque les bienfaits de l'obscurité du titre qui promet la « clarté d'ensemble du livre à lire » (172). Cette remarque est d'autant plus intéressante quand elle transposée au cinéma où ce titre sur fond noir va être *révélé* à la *lumière* du film. Et si nombre de réalisateurs préfèrent la sobriété de lettres blanches sur fond noir, il y a encore dans ce choix esthétique la trace d'une ornementation en l'occurrence non-ornementale. Parallèlement, la musique, jouant souvent sur la non-résolution de la tonique participe de cette ornementation, nourrie, mais pas toujours, par sa fonction « apéritive » ou d'anticipation. N'est-ce pas précisément dans cette opacité des mots et des sons confrontés à des images claires, pour paraphraser Godard, que se joue l'expérience cinématographique?

Le titre se caractérise par ailleurs par sa fonction performative que Hoek souligne en ces termes : « Sémantiquement parlant, le titre produit un double effet : la dramatisation et en même temps la vraisemblabilisation, qui l'équilibre et corrige » (124). Cette dramatisation est double dans le cas du titre de film puisqu'il s'accompagne avec le générique d'un rituel, qu'il mime le lever de rideau théâtral et qu'enfin il s'assimile à un masque.

Les créateurs de générique le savent bien, le générique est un rituel, un cérémonial, un rite de passage (Gamet, Brett) que vient couronner le titre. Dans son article « L'entrée du spectateur dans la fiction », Odin évoque cette séquence de transition comme cruciale dans la perception du film. Cette mise en condition tient d'abord aux propriétés performatives du titre même: non négatif (Bosredon 37), son aspect arrêté lui permet de se poser en objet « spectaculaire », c'est-à-dire propre à faire l'objet d'un spectacle. Bernard Bosredon (59-74) et Claire Dupré Latour (256-8) analysent l'utilisation des articles grammaticaux dans l'intitulation, l'un en peinture, l'autre au cinéma. Ils s'attachent particulièrement aux effets de généralisation opérée par l'article défini mais également de construction de l'unicité et au caractère d'extraction de l'indéfini. Dans tous ces cas, le nom commun se trouve mis en scène, prêt à trouver un écho dans le cotexte, un écho à cette première performance. A ces procédés s'ajoutent l'atemporalité (Bosredon 77-81) et la visibilité foncière du titre pictural et cinématographique qui participent également de la performativité du titre de film. Atemporel, le titre de film se prête à la *représentation* et donc à la performance. Visuel, il mobilise l'attention du spectateur qu'il finit d' « installer dans son fauteuil » pour la représentation grâce à la musique du générique.

Enfin, élément important de sa performativité, le titre de film est un « acte de langage » puisque, à la manière des verbes performatifs d'Austin (Bosredon 40), il désigne *et* agit en annonciateur du cotexte. Cette performativité linguistique du titre de film le transforme en véritable lever de rideau – pour reprendre l'expression de Todd Haynes, le réalisateur de *Far From Heaven* que cite Matt Soar dans son article « Cinematic shorthand » (21). Plus approprié encore pour le cinéma, cet acte de langage

que constitue le titre de film, peut s'assimiler à une lanterne magique sonore puisque le titre se caractérise, comme le rappelle Hoek (225) du « pouvoir magique d'incantation et d'invocation. » Hoek poursuit en expliquant que la récitation des grandes œuvres littéraires françaises « évoque la littérature française, la culture française, le génie français, etc., avec toutes les valeurs idéologiques que ces notions comportent » et conclut en ces termes inscrits en caractères gras : « **le titre est un numen** » (226), autrement dit un esprit divin au sens où l'entendaient les Romains de l'Antiquité.

Epiphénomène de cet élément magique, le titre de film se rapproche également du masque. Une recherche de titres sur IMDb comportant le mot « masque » affiche pas moins de 46 titres. C'est dire l'affinité entre titre et masque, ce qu'illustrent les propos de l'artiste Louis Pons : « [*L*]e titre, c'est un clin d'œil, une main tendue, une politesse (...) C'est peut-être, paradoxalement, la part cachée, la part pudique, qu'ils révèlent. Ils enlèvent alors le dernier chiffon, le dernier masque... » (Armengaud 88). Car le titre, c'est d'une part le masque derrière lequel se cache l'œuvre et d'autre part, le révélateur, parfois trompeur, du sens du film. C'est aussi, on l'a vu à plusieurs reprises, le masque derrière lequel se cachent les réalités économiques de l'œuvre (Hoek 304). C'est enfin parfois, avec les titres non-conventionnels, un masque dénonciateur de l'idéologie du cotexte (282-3) comme se sont employées à le faire, entre autres, nombre de réalisatrices comme on le verra au chapitre suivant. Cette pratique répond à la suggestion de Derrida : « L'autorité du titre qui suspend le cotexte doit elle-même être suspendue » (« La double séance » 7). Ce masque qui se démasque devient alors, selon le terme de Hoek, « fait social » (297).

Si la titrologie littéraire et la critique littéraire apportent à la titrologie cinématographique de précieux outils, il n'en reste pas moins que l'apport des autres titrologies, picturale, et musicale dans une moindre mesure, constituent des compléments indispensables, en ce qu'elles font ressortir la nécessité d'une approche « sortie » de l'œuvre et de ses mots. Le titre de film emprunte au domaine littéraire son caractère social puisqu'il s'inscrit également dans une économie d'échange de connaissance et dans la formation d'un patrimoine linguistique et culturel. Il lui emprunte aussi ses ressources esthétiques, rhétoriques et théoriques. Plus qu'un « fonds de commerce » – on a évoqué plus haut la dette du cinéma à la littérature – celle-ci offre au cinéma des cadres de narration et de théorisation dont il a parfois du mal à s'échapper. Cependant la nature « livisaudible » du titre de film fait de sa réification un tout autre objet. Par ailleurs l'aspect collectif de sa genèse font du titre de film un produit fluide, ouvert aux influences extérieures, mais également extrêmement manipulable et, à ce titre, idéologiquement puissant.

Traces palpables de la vidéothèque d'une époque, les titres de film parlent de valeurs, parlent *nos* valeurs, les représentent ou feignent de le faire. Omniprésents, ces titres circulent de plus en plus et de plus en plus vite sur les murs de nos villes et sur nos écrans. C'est là qu'ils s'imposent avec une violence que stigmatise Derrida dans son article « Le titre y est ». Mais c'est aussi dans ce cadre urbain qu'ils en appellent à une diversification rhizomatique. Afin d'explorer ce parcours qui nous traverse, on aura recours à deux approches en phase avec le mot et l'image, l'ekphrasis et la psychanalyse. C'est cette exploration que se propose de mener le chapitre suivant.

CHAPITRE II

Images du titres : ekphrasis et psychanalyse

Parce que le titre se *voit*, il se place à la frontière du verbal et du visuel appelant ainsi une incursion dans les domaines, distants mais cousins, de l'ekphrasis d'une part et de la psychanalyse d'autre part.

Si la psychanalyse fait maintenant partie du vocabulaire courant, l'ekphrasis en revanche nécessite une mise au point lexicale préliminaire, d'autant plus que ce terme n'a d'entrée ni dans le Robert, ni dans le Littré, ni dans le Larousse. Ce terme, en grec [ἔκφρασις], composé du préfixe [ἔκ], « hors » en français, et du radical [φρασις], « phrase arrondie » (Alexandre 716) signifie « description » et s'applique plus particulièrement à la description verbale soignée d'un objet visuel. Les exemples les plus connus sont la description homérique du bouclier d'Achille et l'« Ode à une urne grecque » de Keats. Mais l'ekphrasis concerne aussi tous les autres domaines, artistiques ou non, où se pratique la représentation d'un objet visuel. Parce qu'il décrit verbalement une œuvre, le titre de film constitue une forme d'ekphrasis. Cette notion permettra de considérer le titre de film comme construction rhétorique mais également comme forme d'une intermédialité qui abolirait, ou tout du moins revisiterait, les frontières séparant le texte de l'image.

Entre images et mots, le titre de film, apparu en même temps que la psychanalyse, appelle aussi une interprétation psychanalytique, d'une part pour ses accointances avec les techniques du jeu de mots dans l'économie et le plaisir (on s'appuiera sur *Le Mot d'esprit et ses rapports avec l'inconscient* de Freud et sur les notions de plaisir et de

jouissance redéfinies par Lacan), d'autre part pour le pouvoir phallique qu'on lui a prêté (citons le « titre-cache-sexe » de Queneau) et son inscription parfois équivoque dans le Symbolique lacanien.

La dimension ekphrastique du titre de film

Considérer le titre de film dans son rapport à l'ekphrasis, c'est d'abord et avant tout, se pencher sur l'origine du langage et, par là-même redire l'importance de la relation de ce dernier au visuel. Le critique cinématographique Georges Gaudu évoque, dans sa réflexion sur le « formalisme médité » du début de certains films, les origines du langage (179). Il explique que de récentes recherches cognitivistes mettent en évidence une relation cruciale entre langue et image, puisque notre « *protolangage* » aurait combiné des « signes vocaux élémentaires (...) et un effort d'imagination appelé (...) *représentation scénique*, sorte de mini-film mental suggéré par les circonstances du moment de la conversation. » (174) Cet « acte de visualisation locutrice » (174) reflète parfaitement, mais à l'envers, le trajet parcouru par le titre : à travers un énoncé élémentaire, le titre vise à évoquer chez chaque spectateur un (ou plusieurs) mini-films mentaux, suggéré(s) précisément par des circonstances temporelles et culturelles –les affiches de film mais aussi l'actualité sociale et politique. Ainsi le titre *Bowling for Columbine* ne « parle » qu'à un spectateur historiquement conscient de la tuerie du lycée américain en 1999 et s'inscrit nécessairement dans le contexte d'une description d'une certaine Amérique viscéralement oisive et violente.

La nature intermédiaire du titre de film

L'indissociabilité entre verbal et visuel a d'ailleurs suscité de nombreuses comparaisons entre la critique littéraire et la représentation visuelle. C'est le cas de la description barthésienne de l'ambition (indésirable, ajoutait-il) des premiers structuralistes : « On dit qu'à force d'ascèse certains bouddhistes parviennent à voir tout un paysage dans une fève. » Cette phrase qui ouvre *S/Z* (1972) pourrait bien représenter la visée ultime du titre de film, ou bien encore du critique de cinéma qui, à force d'ascèse, parviendrait à décrypter au-delà de la surface du/des mot/s du titre tous les méandres du cotexte. Barthes s'empresse cependant de souligner le raisonnement fallacieux que sous-tend ce souhait qui ferait perdre au texte sa différence. De la même manière, un titre de film trop lisible, trop pré-visible, s'anéantirait puisqu'il n'aurait plus rien à révéler. Mais c'est peut-être dans le titre de film relu, revu, revisité qu'on peut lire tout un paysage *et* y déceler déjà, dans l'entre-deux qu'il trace avec le cotexte, la différence, celle même qui l'en sépare et l'y marie.

L'un des pères fondateurs de la titrologie, Leo Hoek, a souligné la nature profondément intermédiaire du titre au point de suggérer la visualité du titre dans le titre même de son ouvrage de référence : *La Marque du titre* « marque » – au sens où elle rend visible – la dimension visuelle du titre. Le titre, cette « trace graphique » selon Hoek (38), prend des proportions littéralement gigantesques au cinéma et s'inscrit, plus que tout autre produit culturel, dans l'environnement urbain (panneaux et affichages publicitaires des transports en commun) et dans l'environnement virtuel (pop-ups publicitaires). Les professionnels interviewés pour cette étude insistent tous d'ailleurs sur

le rapport ténu du titre de film à son affiche et donc sur la dimension visuelle du titre, voire proprement graphique comme le souligne Laurent Brett, réalisateur de génériques.

Cet élément visuel semble d'ailleurs ressurgir dans les énoncés mêmes de titres littéraires qui, avec le temps, deviendront de plus en plus imagés. Les anciens Grecs, rappelle Gombrich dans « *Image and Word in Twentieth Century Art* », devaient écrire « c'est un cheval » ou « c'est une vache » pour rendre leurs images intelligibles (164). Ancêtre du titre, ces indications permettaient de stabiliser le sens puisque, selon Gombrich, le langage fait ce que l'image ne peut pas faire : il spécifie, ce qui est contradictoire avec l'aspect concret de l'image et abstrait du langage (167). La peinture occidentale reprend cette fonction désignatrice, explique Hoek, puisqu'elle a d'abord privilégié des titres descriptifs, empruntés « aux mythes de l'antiquité ou à l'histoire sainte » (*Titres, toiles et critiques d'art* 6). Similairement, le cinéma a d'abord mis un nom sur la mythologie du monde moderne qu'il représentait. *La Sortie de l'usine Lumière, Neuville-sur-Saône : Débarquement du congrès des photographes à Lyon* ou encore *Le Repas de bébé* disent chacun à leur manière l'industrialisation et l'individualisation de la société moderne³⁹. Un demi-siècle plus tard, dans un mouvement ekphrastique redoublé – rendu possible par la sophistication d'un public aguerri aux pratiques de l'intitulation cinématographique – l'iconicité des titres de film nous font voir une époque (et nous disent parfois aussi d'aller nous faire voir, entamant la respectabilité de l'œuvre d'art). Comme dans l'ekphrasis on part du mot pour aller vers l'image puisque initialement le titre de film français part du scénariste. Si les titres *A bout de souffle*, *Les 400 coups*, *Tirez sur le pianiste*, *L'Année dernière à Marienbad*, représentent le vent de

³⁹ Comme en un contre-point de l'Imaginaire, on trouve le même phénomène chez Méliès dont les titres, en puisant dans le vocabulaire fantastique, respectent ce trait descriptif. Citons pour exemples *Le Voyage à travers l'impossible*, *Les Hallucinations du Baron de Münchhausen*, *L'Eclipse du soleil en pleine lune*.

rébellion des années 1960 en mimant la dissolution des codes narratifs et cinématographiques, les titres des années 1970 affichent la langue colorée d'une société libérée qui ose « montrer ses fesses » avec par exemple *La Maman et la putain* (1973) ou *La Grande Bouffe* (1973).

L'ekphrasis, telle que Mitchell la conçoit dans *Picture Theory*, invite à penser la représentation au-delà des frontières qui séparent les différents médias et s'impose donc dans l'étude de mots sur la « toile » cinématographique et, qui plus est, de mots représentant à la fois des images, des mots, du mouvement et de la musique. Mitchell s'attache donc à examiner l'intermédialité sur laquelle repose l'ekphrasis. Reprenant la notion d'intertextualité kristéviennne (*La Révolution du langage poétique* 1967) qui cependant reste presque exclusivement littéraire, il montre qu'il s'agit là aussi d'un passage d'un système de signes à un autre et propose de ne plus concevoir image et texte comme hermétiquement clos l'un à l'autre.

Il reconnaît trois phases de l'ekphrasis : l'indifférence, l'espoir puis la peur. L'indifférence ekphrastique, explique-t-il, vient de la conviction que les mots ne peuvent pas représenter les images. C'est ce qui fait penser, au cinéma, que l'adéquation titre-film est impossible, qu'un titre n'est jamais qu'une représentation partielle d'un film. On peut ainsi soutenir que, s'il évoque les désillusions d'une France giscardienne rêvant un peu trop à l'Oncle Sam tout en suggérant sa filiation à *Mon Oncle* de Tati, le titre *Mon Oncle d'Amérique* ne parle pas, a priori en tout cas, du parallèle entre les comportements humains et les comportements des rats observés dans le laboratoire du professeur Laborit ni du parallèle entre démarche artistique et scientifique consistant à appliquer une perspective originale sur une mosaïque de données.

En second lieu vient l'espoir ekphrastique qui nous fait voir en imagination – ou encore fantasmer – l'objet visuel ainsi représenté. Espoir ekphrastique dont se joue le titre de film qui nous fait entrevoir plus que voir son cotexte, suscitant par l'économie même de sa formulation un vide tout lacanien que comblera l'imagination du spectateur. C'est sur cet espoir ekphrastique que joue la fonction « publicitaire » du film. Ainsi *Délits flagrants*, en inversant l'expression toute faite, fait anticiper, sur le mode du jeu de mots, une inversion possible des conceptions toutes faites sur le flagrant délit. La police de caractère utilisée pour l'affiche rappelle celle des rapports de police et souligne la subversion qu'implique subtilement ce titre. Le titre, cette voix donnée au film, marque le dépassement de l'impossibilité ekphrastique puisqu'il *dit* l'œuvre cinématographique à venir. Pour reprendre Mitchell, « [l]a désunion de la division image/texte est dépassée et une forme suturée, synthétique, une icône verbale ou imagetexte apparaît à sa place » (ma traduction) (154). Il faut évidemment mentionner ici l'« impureté » ekphrastique de l'affiche de film qui « joue sur les deux tableaux » (ou les marie) puisque sa conception graphique accorde une place capitale aux mots et aux images et plus encore à la relation que celles-ci entretiennent avec ceux-là (et inversement). Citons l'affiche de *Tête d'or* (Blanchard 2007) où le titre devient graffiti de prison comme le suggère les traits grossièrement gravés et rassemblés par dix en une ligne horizontale, trace d'un décompte chronologique tragique. Cette illustration de l'atmosphère carcérale du film marque l'espoir ekphrastique d'un récit d'aliénation et de libération, en intelligence avec la donne visuelle, un mur de prison envahissant toute l'affiche où se tailladent au couteau les lettres blanches des rêves de liberté. Cette inscription burinée qui reprend le titre claudélien suit ainsi « à la lettre » la brutalité de la lutte surhumaine qui oppose l'homme

à sa foi politique et religieuse. Cette âpreté gravée dans la pierre, c'est aussi celle d'un nom, Tête d'or, qui se veut mythique, pérenne, une tentative de suspendre le temps, élément capital de l'espoir ekphrastique.

En troisième et dernier lieu surgit la peur ekphrastique, celle qui fait craindre au spectateur la révélation de l'œuvre visuelle. « C'est, poursuit Mitchell, le moment de résistance ou contre-désir qui arrive quand nous sentons que la différence entre la représentation visuelle et verbale pourrait s'effondrer et que le désir imaginaire, figuratif d'ekphrasis pourrait bien se réaliser littéralement et réellement » (154). Avant de nous révéler le « vrai » film, le titre nous fait mentalement tourner un film. A la manière de Des Esseintes fantasmant son voyage en Angleterre dans une taverne de Paris (qu'il renoncera finalement à quitter)⁴⁰, le spectateur court le risque de voir la projection filmique décevoir ses propres projections, celles qu'avaient fait naître le titre. Car, dans l'intervalle qui sépare la découverte du titre de film à son tout début se mêlent inextricablement l'anticipation et la crainte, celle de devoir peut-être, en l'occurrence, dédorner cette tête de l'affiche. Sans pousser jusqu'au raffinement d'esthète du personnage huysmansien, le titre de film place son spectateur devant un abyme intermédial que Mitchell rapproche de la peur de la castration. Le film va-t-il « faire aussi bien » que le titre ? Va-t-il en tenir les promesses hyperboliques ?

Dans sa réflexion sur le rapport de l'image au texte, Mitchell distingue trois types de relations qu'il formule ainsi : l'image/texte, l'imagetexte et enfin l'image-texte (89, note 9). Appliquée à l'aspect ekphrastique du titre de film, cette classification se complique de la dimension cinématographique mais permet une analyse intermédiaire du titre à son cotexte. L'intermédialité ici réunit d'une part le texte écrit que constitue le titre

⁴⁰ Huysmans, Joris-Karl. *A rebours*. Paris : Folio, 1977.

et d'autre part le texte audio-visuel que constitue le film. Le rapport image/texte peut se lire suivant la classification de Mitchell, comme le fossé problématique entre l'image et le texte, en l'occurrence le titre, qui en est son reflet, et le film ou texte filmique. La barre transversale scindant les deux termes signale l'écart irréductible qui sépare matériellement le titre de l'œuvre qu'il désigne. Dans le film, le titre marque un décrochement spatial, temporel et narratif – on y reviendra. Mais, plus détaché encore, le titre se découvre d'abord *ailleurs* : sur les affiches, dans les bandes-annonces, sur les tickets de cinéma ou les pochettes de DVD, sur les ondes radiophoniques ou par le bouche-à-oreille. Car, pour circuler, le film doit dépasser ce « stade du miroir » et laisser son titre prendre son envol.

L'autre versant de cette disjonction, c'est aussi l'opposition, voire la rivalité entre visuel et verbal. Si une image vaut mieux qu'un long discours, qu'attendre de centaines de milliers d'images, réduites au mutisme et à la plus petite unité signifiante du discours, le mot, souvent unique dans le titre ? Ce démenti de l'ekphrasis titrologique se renforce du fait que chaque nouvelle génération, toujours plus visuellement gloutonne, tend à retenir plus facilement le nom des acteurs (à l'image toujours plus soignée) que le titre du film. Un titre comme *L'Amour, c'est gai, l'amour, c'est triste* (Pollet 1968) dit, dans cette définition simpliste de l'amour, l'aspect réducteur du titre qui, tout en disant la naïveté du protagoniste ne révèle qu'en partie la magie poétique du film.

Mais la partition d'une forme de représentation à l'autre n'est pas aussi nette et les deux formes, par leurs caractéristiques visuelles communes, se fondent parfois l'une dans l'autre. La deuxième catégorie que Mitchell baptise « imagetexte » (154) invite à considérer ici le titre inscrit dans l'expérience filmique. On peut distinguer un titre intra-

filmique, filmé dans le film même, et un titre extra-filmique, appartenant à l'expérience filmique mais matériellement détaché de l'œuvre.

Le titre intra-filmique, c'est le titre tel qu'il apparaît, en général visuellement, dans le générique pour désigner le film tout en en marquant l'amorce. C'est souvent la musique qui vient accentuer l'apparition du titre et, déjà, en orienter la lecture. Mais le titre intrafilmique, c'est aussi le titre tel qu'il se perçoit filmiquement, verbalement, visuellement et/ou métaphoriquement dans le cotexte. Il s'agit fréquemment, pour reprendre la terminologie de Nicole de Mourgues, d'une relation de diégétisation sur la bande-son (227). Le titre du film *Le Diable probablement* (Bresson 1977), repris dans le dialogue d'une des scènes les plus marquantes, souligne la force de l'imagerie religieuse bressonienne. Ce titre offre une contre-image troublante à la figure christique du protagoniste, Charles, dont la maigreur, le visage émacié et le sacrifice annoncé (on sait dès le début du film qu'il mourra) ne peuvent que rappeler cet autre jeune homme un peu plus lucide que les autres pour lequel seule la mort proposait une issue spirituelle. Dans un bus, Charles et son ami entame une conversation métaphysique à laquelle se joignent les autres passagers. Lorsque l'une des passagères vient demander « Qui est-ce donc qui s'amuse à tourner l'humanité en dérision ? Oui, qui est-ce qui nous manœuvre en douce ? », le premier passager à s'être immiscé dans la conversation répond et conclut : « Le diable probablement. » Ironie typiquement bressonienne, cette image d'une force diabolique probable se concrétise immédiatement à l'écran dans la fausse manœuvre du chauffeur de bus qui alors percute un autre véhicule, l'obligeant à piler. Le titre fait alors corps diégétiquement avec le film mais offre également une perspective ekphrastique sur la période tardive de l'œuvre bressonienne: en effet, dans ce titre se révèlent ces

« mécaniques infernales de la société » (ma traduction) qu'évoque le critique Kent Jones (396) en les opposant au relatif optimisme des premiers films de Bresson.

Reflète social de ce titre intra-filmique, le titre extra-filmique, en ce qu'il se détache matériellement du film, prolonge et complète l'expérience filmique. Le titre en effet a une vie sociale indissociable de l'existence du film. Miroir de la société qui le forge, le titre de film ne tarde pas non plus à se fondre dans le discours social, qu'il s'agisse d'une conversation se référant à un film ou d'une expression fossilisée par un titre de film. Ainsi l'aspiration à un bonheur individualiste suggéré par *Chacun cherche son chat* (Klapisch 1996) s'est déclinée sur tous les modes : « Chacun cherche son logement », « Chacun cherche son salaire », « Chacun cherche son iPhone », etc. Le phénomène prend les proportions d'un scandale lorsque le titre détourne une expression de son sens religieux initial, comme *Ceci est mon corps* (Marconi 2001) ou *Je vous salue Marie* (Godard 1985). Ces titres et les controverses et interdictions dont ils ont fait l'objet appartiennent à la réception et donc à l'histoire de ces films et, en même temps cristallisent, au-delà de la problématique posée par le film, les problématiques plus générales d'une époque particulière.

Ce titre fondu dans l'expérience filmique ou encore « titrefilm », pour reprendre l'expression « imagetexte » de Mitchell, devient, en se fondant avec l'objet représenté, un phénomène ekphrastique d'autant plus intrigant qu'il fait de ces mots des éléments cinématographiques en soi : en d'autres termes, le titre de film ne se contente pas de représenter le film, il se « tourne », au sens de « tourner un film », et « tourne » au sens de « se fait son film ».

En troisième lieu, Mitchell distingue l'image-texte (162) ou les relations liant l'une à l'autre. Il évoque à ce propos la difficulté de cerner la notion même de « relation » entre différentes formes d'expression artistique et donne l'exemple de l'analyse titrologique de Foucault du célèbre *Ceci n'est pas une pipe* de Magritte (90). La question de la « radicale incommensurabilité » (90) entre œuvre et titre comme relation ou non-relation doit, selon lui, rester une question ouverte. Il souligne que la question ne tourne pas tant autour de la différence entre mots et images (ou, pour notre propos, entre titre et film) mais invite plutôt à s'intéresser aux raisons qui font que ceux-ci et ceux-là (ou titre et film) sont ainsi « juxtaposés, mélangés ou séparés » (91). La question s'avère particulièrement pertinente pour les résonances visuelles, verbales et métaphoriques que trouve le titre dans le film, si maintenant l'on considère titre et film comme deux entités séparées. Prenons ainsi l'exemple de titres de Chabrol : *Le Boucher* (1970), *Les Noces rouges* (1973), *Les Innocents aux mains sales* (1975), *Les Liens de sang* (1978), *Le Sang des autres* (1984), *Une Affaire de femmes* (1988), *La Fille coupée en deux* (2007). On pourrait ici confronter le champ sémantique du sang qui dégouline littéralement de ces titres à l'utilisation parcimonieuse que le réalisateur en fait à l'écran. En une sorte de méta-ekphrasis, puisqu'il s'agit de tout l'œuvre chabrolien, ses titres redoublent son propos : derrière cette violence affichée qu'autorise le code (et le culte) des apparences de la bourgeoisie de province se cache une violence plus pernicieuse encore, celle d'une bourgeoisie précisément exsangue car momifiée dans sa propre inhumanité. On pourrait même y lire un simulacre façon Baudrillard : cette violence qu'il est convenu socialement d'afficher en toutes lettres, et dont raffole précisément cette bourgeoisie de province que Chabrol passe au crible, masque (et révèle pour le spectateur averti) la vraie violence,

celle du public. Les lettres du titre ne servent qu'à leurrer ce public lettré auquel l'œuvre chabrolienne s'adresse.

Par ailleurs, ces relations titre-film présentent une dimension rhizomatique. Si les titres se répondent entre eux – *Un Homme et sa femme* (Dréville 1939), *Un Homme et une femme* (Lelouch 1966), *Un Homme et deux femmes* (Stroh 1991), *Un Homme et une femme 20 ans déjà* (Lelouch 1986) etc. – les films eux-mêmes sont semés de références à d'autres titres. C'est le cas de Truffaut dont les murs sont couverts d'affiches où se lisent les titres de Renoir ou d'Hitchcock par exemple. Ces reprises rhizomatiques révèlent la complexité de l'intertextualité filmique à de multiples niveaux en signalant la relation en abyme du titre et de la représentation qu'elle fait du film mais aussi la représentation de ce que la représentation représente. La Nouvelle Vague, de par ses innombrables citations intertextuelles (affiches de films, titres de livres, etc.) en donne une illustration probante puisqu'il s'agit d'un mouvement qui se forme *autour* du cinéma même.

Un moment en suspend : la dimension ekphrastique du titre

La dimension ekphrastique du titre de film, quel qu'il soit, repose sur trois caractéristiques : sa marginalité spatiale, temporelle et narrative, sa dimension herméneutique et enfin sa performativité de convergence.

Le titre, c'est d'abord un espace, celui de l'écart du tremplin. Son rôle principal d'entremetteur, entre le public et le film, le place « entre ». Imprimé sur les tickets de cinéma, les DVD, les fichiers ou les façades de cinéma, le titre se pose en intermédiaire incontournable de la consommation filmique. Tel le pont-levis, il marque formellement l'entrée (ou non) du spectateur dans l'espace de la fiction. Ainsi le titre *La Grande Bouffe*

(Ferreri 1973) invite ou repousse le spectateur à se « mettre à table ». Le titre est généralement privé de perspective et donc « aplati » par l'écran et l'affiche cinématographiques. Il marque par cette unidimensionnalité passagère, à la façon d'un panneau de signalisation, le tracé d'un parcours spatial physiquement établi. Il laisse d'ailleurs bientôt place au cotexte que le spectateur découvre « derrière » lui, pourvu qu'il se soit laissé tenter par ce tremplin. Si le titre s'inscrit de façon ostentatoire dans les paramètres visuels de l'écran avec des lettres agrandies et souvent stylisées, il fait également figure de plongeur : aussitôt disparu, le titre invite le spectateur à oublier le cadre de sa présentation et à se projeter « dans » le film, à oublier l'espace de l'écran et de son environnement.

Entre guillemets, en italiques ou en hyperlien, le titre de film est associé à une notion de moment entre guillemets (Allison 15), de décrochage temporel. Similairement, l'ekphrasis trouve sa place privilégiée au seuil de l'œuvre avec laquelle elle entretient une relation forcément anachronique, en tout cas en ce qui concerne sa réalisation et sa lecture (Wanlin 1). La fonction performative temporelle du titre *Que la Fête commence* (Tavernier 1975) suggère cette anticipation que suscite idéalement le titre. Qu'il se trouve au tout début du film ou apparaisse après quelques scènes, le titre se détache temporellement, invite à marquer une pause de réflexion (« Qu'est-ce qui se cache derrière ce titre ? ») mais également une pause de « consommation », comme si le visionnage du film emmenait dans une autre dimension temporelle. Gombrich, dans son essai « Image and Word in Twentieth-Century Art », mentionne l'importance du contexte de mémoire et d'anticipation dans toute perception (168-9). Il explique : « Nous interprétons toujours ce que nous voyons, même si c'est un nuage ou une tache d'encre »

(168-9). C'est donc placer l'interprétation entre passé et futur mais trop en phase avec ces deux temps à la fois pour la rendre complètement présente. Lorsque, comme dans le cas du titre de film, l'ekphrasis propose la *représentation* d'une *représentation* (voir Genette cité par Re sur cette *représentation* du générique 21), on voit combien toute notion d'immédiateté est inadéquate, pas plus que celle d'éternité. Comme l'écrit Bazin à propos de la photographie, le titre « ne crée pas, comme l'art, de l'éternité, [il] embaume le temps. » (Bazin 14) Il ne peut cependant s'agir d'atemporalité, ni pour le titre ni pour le film dont on peut dire qu'ils apparaissent, en tant que création et réception, à tel ou tel moment mais plutôt d'une suspension du temps. « Mais combien de temps le temps va-t-il suspendre son vol ? » – rétorquerait Alain (80) ? Il semble bien en tout cas qu'il y ait là une tentative, quelle que soit la teneur poétique et philosophique du film et de son titre, de fixer dans ce dernier les outils d'un décrochage temporel qui passe tout d'abord par un processus narratif au point (temporel) zéro.

En effet, le titre peut être perçu comme pré-narratif, permettant au pré-lecteur/spectateur (ce que ne peut s'empêcher de faire tout spectateur) de se projeter dans des narrations probables ; mais c'est aussi une lecture pré-sensible qui invite le lecteur à pressentir la poétique des mots. En collision avec la poétique des images, cette lecture du titre de film s'apparente à la collision des deux images qui, selon Eisenstein, en forment une troisième. Le titre, c'est l'endroit et le moment du film où le spectateur cherche à faire sortir de ce « hiatus » – pour reprendre Alechinsky (Armengaud 133) – l'amorce d'une narration. C'est le moment où, dans le meilleur des cas, le titre « fait tilt » et *prend* (ou pas) (Armengaud 14). Agnès Varda prolonge ce « tilt narratif » dans *Les Glaneurs et la glaneuse* (2000) en expliquant et en illustrant ces mots du titre, presque oubliés

aujourd'hui. Si elle feint de nous « mâcher le travail », elle nous rend pourtant glaneurs de notre propre lecture dans une reconstruction qui dépasse largement la narration pour déboucher sur une dimension métaphysique d'une impressionnante richesse.

Seconde caractéristique de la dimension ekphrastique du titre de film, sa fonction herméneutique. Comme le souligne Fisher (288), c'est le titre qui permet le discours interprétatif, il en est même la source. En cela, le titre de film adopte le principe ou souffle créateur du verbe. Dans son analyse des problématiques majeures de la notion d'ekphrasis, Nicolas Wanlin mentionne la valeur de commentaire que lui confère sa spécificité verbale. Il propose de prêter une attention toute particulière « au statut du langage verbal comme langage du commentaire par excellence » (§5) et insiste sur les notions d' « ironie », de « distance » et d' « emphase » que la langue apporte à la perception de l'œuvre. Ce sont les spécificités verbales mêmes de titres de comédies populaires comme *La Totale !* (Zidi 1990) ou *Une Époque formidable...* (Jugnot 1991) qui apportent un éclairage particulier sur le cotexte.

Le premier titre correspond à une expression populaire des années 1980 et 1990 se référant à un summum, de malchance généralement. Il invite, sur le mode ironique, à venir se régaler de ce film d'action vaudevillesque dans lequel un cadre modèle des Télécoms cache une double-vie d'agent secret sans se douter que sa propre femme le trompe. Cette expression familière dit d'emblée le fond et la forme du film mais aussi sa (fausse ?) naïveté : « la totale » correspond aussi en langue familière à l'hystérectomie. C'est aussi la déssexualisation fantasmée sur la femme adultère d'un mari qui joue un peu trop au héros. Le titre *Une Époque formidable...* emprunte indirectement au même registre puisque l'adjectif « formidable » marque, dans le langage familier, l'étonnement

scandalisé. Etonnement scandalisé de ce cadre moyen du film qui se retrouve SDF, mais également symptomatique de la « gueule de bois » des années 1990 qui succède à l'enivrement économique et financier des années 1980. Les deux titres sont ponctués, l'un d'un point d'exclamation, l'autre d'un point de suspension, phénomène assez rare dans l'intitulation filmique. Le dynamisme verbal de ces titres de film, visualisés par ces signes de ponctuation, se voit redoublé par ces symboles visuels de l'écrit, dans le premier cas l'exclamation et dans le second le sous-entendu amer. Ce redoublement que suggère cette charge graphique rappelle les techniques de la bande dessinée mais est aussi une langue familière qui prise avant tout l'image et l'outrance. Et les affiches le prouvent : les choix graphiques comme le mouvement suggéré par les lettres inégales et/ou penchées, en adéquation avec le ton familier et direct de ces titres, dessinent en filigrane des bulles de BD autour de ces titres destinés à « parler » au grand public.

Car le titre de film, à mi-chemin entre littérature et cinéma, met en scène sa propre « poétique », au sens où l'entend Henri Meschonnic. Dans son article « D'une poétique du rythme à une politique du rythme », il affirme : « L'implication réciproque des problèmes de la littérature, des problèmes du langage et des problèmes de la société fait ce que j'appelle, et ce qu'est devenue pour moi, la poétique. » Or le titre de film marque le point de conjonction et de convergence de ces trois domaines : de la littérature puisqu'il en « singe » les modalités d'intitulation et de distraction populaire (comme aux siècles précédents), du langage puisqu'il propose une formulation en phase avec le public visé (dans le cas des deux exemples précédents, le grand public), enfin des problèmes de société puisque le cinéma se pose à bien des égards comme miroir social des certitudes des doutes et des interrogations d'une société. En d'autres termes, le titre de film

emprunte aux conventions de représentation littéraire propres à un public donné pour codifier, à travers un langage-miroir, et mimer les préoccupations majeures, ou jugées telles, de la société. Le titre de film, centre représentationnel d'une dynamique socioculturelle, se pose ainsi en illustration de la théorie de la convergence d'Henry Jenkins qui évoquent les médias comme systèmes culturels participatifs.

Saussure, dans son *Cours de linguistique générale* (post. 1916), nous enseigne que les mots ont plus une valeur qu'un sens. Barthes reprend cette remise en cause et dénonce la langue, classificatrice et donc nécessairement oppressive, comme « réaction généralisée » qui « oblige à dire » (comme l'a montré Jakobson, précise-t-il) lors de sa célèbre *Leçon inaugurale au Collège de France*, le 7 janvier 1977. Meschonnic, à leur suite, réexamine le statut du langage et plus particulièrement celui du nom. Au début de son chapitre « La théorie du nom contre le langage », il note: « Le nom est une puissance négative qui dans le langage fait un antilangage, le détruit au profit des choses, mène, plus qu'à sa méconnaissance, à son rejet » (54). Le titre, nom (du film) par fonction et souvent par sa nature grammaticale, peut se lire comme un antilangage qui, en effet, détruit le langage, le brutalise – en le détournant par exemple (citons *Romance* de Breillat qui n'a rien d'une romance (1999)), et s'en arroe le pouvoir. Parce que le titre de film reprend à son compte des mots préexistants – comme les documentaires de Depardon : *Reporters* (1981), *Faits Divers* (1983), *Urgences* (1988), *La Vie moderne* (2008) – il mine le langage sur tous les fronts : verbalement évidemment, auditivement (les bandes-son réalistes de Depardon sont capitales) mais aussi visuellement. Impossibles en effet de voir ces urgences médicales ou encore ces reporters de la même façon après avoir vu les films éponymes. Meschonnic évoque également dans cette citation ce nom détruisant le

langage « au profit des choses ». Dans le cas de la titrologie filmique, cette proximité à la chose s'avère particulièrement tangible puisque le titre de film s'accompagne tôt ou tard d'images qui s'efforcent, par l'illusion réaliste propre au cinéma, de rendre la chose la plus présente possible.

Comment réconcilier ces positions avec la notion d'ekphrasis, une fois le statut de la langue ainsi ébranlé ? C'est justement, semble-t-il, ce qui rend l'acte ekphrastique du titre encore plus juste puisqu'il désigne doublement le titre comme valeur *et* fausse monnaie, pour reprendre l'expression derridienne (nous y reviendrons), puisque le titre de film met en scène son détournement de fonds, celui du fondement même du langage. Cette performativité correspond étonnamment à celle de l'ekphrasis qui représente, selon le sophiste Aelius Théon, au premier siècle de notre ère, « un discours qui nous fait faire le tour (periégématikos) de ce qu'il montre (to dèloumenon) en le portant sous les yeux avec évidence (enargôs) »⁴¹. Evidemment, impératif publicitaire oblige, le titre abrège ce tour. Mais il cadre cependant son objet, le film dont il « saisit et fige l'essence » suivant l'expression du critique Yvan Fonagy à propos du processus de nominalisation (Fonagy 149). Or, ce processus se rapproche en cela de la notion de temps suspendu que produit l'ekphrasis mais également de ses deux effets (que l'on retrouvera dans l'analyse du jeu de mots à la fois économique et libérateur, voire émancipateur) puisqu'il condense le récit et plusieurs sens possibles tout en amplifiant, concrètement avec les lettres et abstraitement avec la portée du film.

Enchaînements de mots et d'images, les images et mots du titre filmique forment une chaîne de mots appelant des images, et vice-versa, en boucle. Cette circularité n'est

⁴¹ Trad. franç. citée d'après Sophie Rabau, *Fictions de présence. La narration orale dans le texte romanesque du roman antique au XXe siècle*, Paris : Honoré Champion, Bibliothèque de littérature générale et comparée, 2000, p. 63.

pas sans rappeler celle de l'ekphrasis la plus célèbre, la description homérique du bouclier d'Achille dont l'ornementation représente l'univers en temps de paix et en temps de guerre. Or les titres de film ne dépeignent-ils pas les couleurs et les sons de notre univers ? Ces parfums, couleurs et sons qui, chez Baudelaire, se correspondent, c'est aussi la dimension ekphrastique du titre qui peut se lire comme une correspondance, un métadiscours sur le cinéma. Et comme les couleurs qui, en défilant trop vite, ne laissent percevoir que du blanc, ces mots et images mêlées dans le mouvement tournoyant de la caméra et de leur commercialisation effrénée, donnent ce blanc du titre dans lequel on pourrait bien retrouver, summum de l'ekphrasis, le « lieu d'aporie de la littérature » suivant la formule d'Adorno sur le titre littéraire (240).

Ainsi, les mots du titre de film correspondent et appellent à des associations d'images en se plaçant à la confluence d'imaginaires, celui du spectateur potentiel (Bokobza 41-2) et celui du film imaginé à partir du titre. Ces imaginaires, fondus dans ces titres de films par définition intermédiaires (entre verbal et audio-visuel), deviennent à travers ces titres plus tangibles et proposent, semble-t-il, ce que Régine Robin appelle à propos du roman « un élément-clé de la formation de l'imaginaire social » (« Pour une socio-poétique de l'imaginaire social » 7).

En effet, tout concourt à faire de ces bribes un héritier du roman. Si, comme l'explique Régine Robin, celui-ci a constitué pendant plus de deux siècles « une sorte de réservoir d'images, de phrases, de mots, de situations, de modèles narratifs », le titre de film se pose aujourd'hui comme « foyer culturel très puissant » (7). Ainsi, les titres *Le Charme discret de la bourgeoisie* tout autant que *Les Bronzés* véhiculent des images, des phrases, des mots, des situations et des modèles narratifs qui ont marqué, chacun à leur

façon, le paysage culturel des années 1970 et façonné l’imaginaire collectif. Précisons que ce sont les titres plus encore que les films qui participent à cet échange puisqu’ils constituent le point de départ du discours herméneutique filmique – sans titre, pas de critique. Nombreux d’ailleurs sont les spectateurs qui n’ont jamais vu ces films mais peuvent en parler et les replacer dans leurs contextes socioculturels. Ces titres ont en effet suffisamment frappé en stigmatisant en quelques mots le malaise social : celui d’une société à maints égards grotesque et nombriliste. Dans le cas du titre de Buñuel, il s’agit évidemment d’ironiser, dans le ton qui lui est emprunté, sur ce charme dont la bourgeoisie se croit pourvue. Dans le cas des *Bronzés*, il s’agit du mot culte de la société de l’image et de l’apparence (diktat du « être bronzé ») qui explose dans les années 1970 et peut-être, en filigrane, une régression à l’âge de bronze de la civilisation.

Dans cette formation de l’imaginaire par le titre de film, il convient de prendre en considération les deux activités que génère la perception du titre de film, activités toutes deux liées à la dimension psychanalytique. D’une part, l’intitulation filmique suscite une rêverie « active » chez le spectateur potentiel qui vise à concilier deux formes de représentation, comme on l’a vu dans l’ekphrasis. Tout le monde se souvient de la bouche pulpeuse couverte d’un chapeau melon de l’affiche du film de Buñuel qui semblait déjà entamer l’honorabilité toute feinte du titre. On l’a vu plus haut, le processus ekphrastique se pose en effet en entremetteur et offre, selon Mitchell, des analogies avec le don de plaisir et la pratique masturbatoire (168) – c’est dans ce rapport moqué que s’inscrit précisément le titre même des *Bronzés* qui fait de ce « rêve de vacances » de Français moyens une impitoyable satire. Cette rêverie active que provoque la découverte du titre d’une œuvre a suscité l’intérêt des titrologues dans les domaines musicaux (Vachon

2003)⁴², et picturaux (Armengaud 9, 86 ; Gombrich 181)⁴³ mais rares sont les titrologues de littérature à s'être avisés de l'importance de cette « rêverie-mirage » que suscitent les titres (Duplan 332 ; Eco 4) ou, tout du moins, du rapport de cette rêverie qu'ils provoquent avec les mécanismes psychanalytiques. D'autre part, l'intitulation filmique consiste à mettre des images (le film) en mots (le titre) ou à faire apparaître ces dernières dans les « trous » que laissent à combler le titre, principe même du discours verbal psychanalytique chez Lacan.

Néanmoins, ni cet aspect onirique du titre de film ni ses similitudes avec les mécanismes psychiques en général et psychanalytiques en particulier n'ont cependant fait l'objet d'un rapprochement théorique fouillé. Cette deuxième partie consacrée à la lecture psychanalytique du titre de film cherche à combler cette lacune.

Lecture psychanalytique du titre de film

Les mots du titre de film sont-ils « les mots pour « le » dire »⁴⁴? Ces mots apposés sur des images mouvantes disent-ils quelque chose sur l'inconscient de notre monde comme le font, par exemple, les mots prononcés sur le divan de l'analyste? Que révèlent les titres à l'affiche cette semaine sur l'état actuel de notre inconscient collectif – ou qui s'exhibe comme tel ? Ces mots du titre disent-ils quelque chose sur notre fonctionnement

⁴² Thèse intitulée : « Essai de titrologie musicale : Carnaval, op. 9, Kreisleriana, op. 16, et autres titres d'œuvres pour piano seul de Robert Schumann », ce musicien dans l'œuvre duquel on connaît l'importance de la « Rêverie ». Vachon s'inspire de la lecture du romantisme musical selon Daverio qui associe l'imaginaire littéraire à celui de Schumann en remontant à la racine (littéraire) du mot « romantisme ».

⁴³ L'artiste Louis Pons déclare: « Les titres, c'est un peu plus de rêverie ! » avant de poursuivre sur leur rôle de « révélateur ». (Armengaud 86). Il semble qu'il y ait, dans le choix de ce dernier mot partiellement homonyme, un lien probant avec la dimension révélatrice du rêve.

⁴⁴ Il s'agit ici d'une référence à l'adaptation du récit autobiographique de Marie Cardinal qui a prolongé la vulgarisation de la pratique psychanalytique en France dans les années 1980.

psychique et sur les valeurs qui y sont en jeu, à mi-chemin, comme on le verra, entre le jouer et le jouir ?

Avec le titre de film, on part, comme en psychanalyse, d'un postulat d'ipséité : le titre, rapporte le titrologue Duchet, est l'expression d'un contenu (51), de la même façon que l'interprétation psychanalytique du rêve est souvent l'expression d'une névrose. Rappelons à ce propos la fonction herméneutique du titre (Fisher 288) puisque, à l'instar du rêve en psychanalyse, le titre « permet le discours interprétatif », qu'il en est le point de départ (292). « Les titres, explique Fisher, (...) fonctionnent comme guides vers l'interprétation » (ma traduction) (288). De la même façon, ce sont les rêves qui, en psychanalyse, guident le patient vers une interprétation de ses propres maux/mots.

Autre point commun avec la psychanalyse, les mots du titre de film affichent en toutes lettres leur « régr-essence » : ils mènent par une sorte de régression langagière à l'essence du drame scénique. Le titre, comme l'enfant qui apprend à parler, tend à supprimer l'article et à privilégier un ou deux mots-clés comme *Chocolat* ou *15 août*. Claire Denis (Romney 4), à propos de *S'en fout la mort* – un titre qui semble nous tirer la langue – évoque d'ailleurs les répétitions destinées à rassembler acteurs et réalisatrice dans une sorte de flanc maternel (« womb »). Cette fusion créatrice avec l'« œuvre-mère » n'est pas sans rappeler « les processus préverbaux » ou « le sémiotique » de Kristeva (74), ou encore comme l'a noté Colvile « ce lieu privilégié de l'imaginaire qui recrée la symbiose prélinguistique avec la mère » (78). Pour le lecteur du titre, il s'agit de l'avènement de son statut de spectateur, de sa découverte du langage du film. La lecture des titres, *J'ai pas sommeil* (Denis 1994) ou *Un Week-end sur deux* (Garcia 1990) par exemple, attire le spectateur au sein de l'œuvre en lui faisant associer, et donc

fusionner, sa propre expérience de ces énoncés linguistiques avec de possibles cotextes filmiques à venir. Balbutiements enregistrés dans une éventuelle bande-annonce, Nicole Garcia avait envisagé de filmer des spectateurs discutant, *avant de voir Un Week-end sur deux*, des sens possibles du titre, idée qui fut finalement rejetée par son producteur⁴⁵. Cette conversation « à tâtons », mimant « ce lieu privilégié de l'imaginaire » du sein maternel, aurait d'une part escamoté la toute-puissance du nom (du père) consenti par le producteur, d'autre part serait rentré en parfaite adéquation avec la toute-première scène du film qui plonge le spectateur dans le noir d'une chambre où une mère parle tout doucement à son enfant. Si le titre ébauche la « linguisticité » du film, il signifie aussi la naissance de l'œuvre désignée, aux yeux du spectateur, par son expression en mots, le titre. C'est en effet le titre qui marque la venue au monde du film. Il en est même la condition sine qua non : sans titre, pas de « sortie » possible.

Les parentés psychanalytiques entre le titre de film et les mécanismes psychiques ne manquent donc pas mais sont encore plus frappantes lorsqu'on rapproche les modalités du titre de film de celles du mot d'esprit telles que les a analysées Freud : leur économie fait leur force. C'est dans cette optique, toujours psychanalytique, que seront analysés les titres de trois réalisatrices. Pourquoi ne choisir que des femmes ? Parce que, revanche du phénomène minoritaire, l'imaginaire féminin du film français a été plusieurs fois circonscrit (Vincendeau 1986 ; Gillain 1996; Rollet 2006). Répertoriés dans l'article d'Anne Gillain, « L'Imaginaire féminin au cinéma » (261-3), ces thèmes privilégiés incluent la sexualité, l'amour, les relations parents-enfants et la redéfinition des dimensions spatio-temporelles. Faut-il y voir une coïncidence ou un phénomène symptomatique? Ces sujets, en tout cas, se calent particulièrement bien dans les

⁴⁵ Anecdote rapportée par le réalisateur Brice Cauvin. Communication personnelle, 21 décembre 2006.

paramètres de la psychanalyse (rapports amoureux, filiaux, redéfinition des dimensions temporelles et spatiales, etc.).

Les titres de films, empruntant, on le verra, à la technique et aux visées du mot d'esprit, révèlent des valeurs-clés de ces œuvres féminines (par le titre, le film *s'appelle*, l'auteur/e *se* parle) mais aussi des préoccupations collectives (par le titre, le film appelle, l'auteur/e parle *avec*) puisqu'il doit intéresser le spectateur potentiel. On tentera de définir en quoi ces titres portent en eux la féminité, ou condition spécifiquement féminine, de leurs auteures et ce en quoi ils marquent l'évolution d'un cinéma féminin devenu « plus rebelle et optimiste, postmoderne et post-féministe » comme le suggère la critique cinématographique féministe Molly Haskell.

Claire Denis, Nicole Garcia et Agnès Jaoui, choisies précisément pour la dimension psychanalytique de leur écriture cinématographique d'une part et pour la correspondance manifeste entre leurs titres de film et leurs styles cinématographiques d'autre part, présentent un point commun pour le moins intrigant. Leurs titres semblent en effet se poser en formules psychanalytiques interprétatrices de leurs œuvres : Claire Denis avec des titres crus, taillés dans le brut de la réalité qu'elle dépeint (*J'ai pas sommeil*, *S'en fout la mort*, *Chocolat*); Nicole Garcia avec des titres évocateurs de cercles familiaux fissurés (*Un Week-end sur deux*, *15 août*, *Le Fils préféré*) ; Agnès Jaoui enfin avec des titres joueurs dont la légèreté, naviguant entre idiotismes et aphorismes, masque une déconcertante gravité (*Le Goût des autres*, *Comme Une Image* ou encore *On connaît la chanson* dont elle est la scénariste).

Cette analyse se divise en deux parties. On évoquera d'abord les accointances entre titre de film et mot d'esprit par rapport au plaisir qu'ils suscitent – en puisant

notamment dans la théorie du nom chez Proust et, dans un deuxième temps, les valeurs symboliques qu'ils subvertissent. Lire ces titres, c'est mieux nous entendre à travers ces voix de femmes, bien vouloir nous lire mais aussi tenter de répondre à ces questions : En quoi cet imaginaire cinématographique féminin qui se redéfinit en deçà des paramètres traditionnels (temps, lieux et actions autres) transparait-il dans les titres ? Dans quelle mesure l'idéologie des titres de films de femmes dénonce-t-elle l'idéologie Symbolique, au sens lacanien, des titres masculins ?

Le mot d'esprit et le titre comme structures parallèles

Le titre, valeur en lui-même, repose, comme le mot d'esprit (Freud 216-9), sur une indispensable sociabilité (sociabilité, on l'a vu au chapitre précédent, reposant sur sa littéarité) : il faut, dans les deux cas, au moins un émetteur et un récepteur. Le titre de film est doublement social puisqu'il naît déjà de négociations entre plusieurs acteurs de la création cinématographique : réalisateurs, producteurs, distributeurs mais aussi conseillers artistiques, etc. participent à différents degrés à ce choix. Comme le souligne Freud à propos du mot d'esprit, il s'agit de faire passer dans ce titre quelque « fond » ou quelque « prix » (199). « Si ces propos ont quelque fond et quelque prix, la plaisanterie devient *mot d'esprit*. ». On a bien sûr avec le titre une sorte de « double-fond » puisqu'il y a aussi, dans l'achat du ticket de cinéma par exemple, des « fonds » en jeu. Comme les mots d'esprit, les titres de film mettent en avant, littéralement, des valeurs: ce titre, poursuit Armengaud (9), constitue une « clé » interprétative plus qu'une simple « étiquette » descriptive en ce qu'il ne s'appose pas seulement sur l'œuvre mais fournit,

délibérément ou non, des éléments d'informations sur les valeurs ayant cours dans une société donnée.

Il est intéressant de constater que, dans le titre, comme dans le mot d'esprit, on trouve parfois la même méprise (Freud 199-200), puisque c'est parfois la technique elle-même plus que l'idée qui nous amuse. Ce jeu de déchiffrement teinte notre perception du film et l'ingéniosité (feinte ou pas, effective ou pas) d'un titre peut ou non en annoncer la valeur. Le succès d'un titre repose en premier lieu sur sa résonance auprès du public visé. Ici donc il s'agit moins de quotient intellectuel du titre de film que d'adéquation avec une demande comme on l'obtiendrait avec une étude de marché. Freud note à propos du mot d'esprit : « Nous ne savons ce qui nous charme et ce qui nous fait rire » (200), soulignant aussi la troublante opacité de cette séduction. Il en est de même pour le titre qu'on aime intrigant, un terme également utilisé dans les transactions de l'amour : c'est en dire la valeur et la force.

Dans son article sur les marges du film, De Marino évoque l'arrivée de plus en plus tardive du générique qui apparaît souvent après quelques scènes du film et parfois à la fin du narratif. Lorsqu'enfin il arrive, le spectateur éprouve un sentiment « rassurant du point de vue psychologique et perceptif, précisément parce qu'il certifie que nous assistons à une représentation, distincte du flux d'images qui appartient à notre existence » (79) (ma traduction). Vingt ans auparavant, Odin évoquait déjà dans un article éponyme ce paradoxe de l'« entrée du spectateur dans la fiction ». En effet, le générique revendique l'énonciation que la fiction cherche à gommer. Contrairement à André Gardies qui énumère les tentatives d'occultation d'un générique qui « parlerait trop haut » pour reprendre Mallarmé, Odin voit dans le générique un « élément essentiel

de l'effet fiction » (204-5). C'est, selon lui, avec et seulement avec le générique que nous pouvons commencer à y croire – sans y croire. Christian Metz souligne également ce réconfort lorsqu'il décrit « notre sentiment de n'être pas dupes de cette action : ainsi rassurés (derrière le rempart) nous pouvons nous permettre d'en être un peu plus dupes. » (51) C'est donc dire le poids, la valeur de la convention narrative que porte en lui le générique. Quant au titre, culmination du générique, il signale l'adoption formelle du contrat de fiction sans lequel le spectateur se trouve dans une situation d'entre-deux trouble, irritant ou excitant, en tout cas en suspens.

Claire Denis se plaît particulièrement à prolonger ce moment incertain, remettant en cause, semble-t-il, ce statut contractuel d'un générique-Sésame que décrit Odin. Elle démantèle le générique puisqu'elle indique en général les producteurs et acteurs dès les premières images sur fond noir mais fait de son titre un véritable « intrus » puisqu'il n'apparaît dans la plupart de ses films qu'*après* une ou plusieurs séquences parfois longues. Dans *L'Intrus*, le titre ne s'affiche qu'au bout de 8 mn 50: ce titre s'insère comme à grand-peine dans le film. A l'instar de cette transplantation ratée autour de laquelle s'articule le film, les lettres rouges sang du titre sur fond noir, éclairées irrégulièrement par une lampe torche, disent tout du statut incontournable de ces mots qui (s')inscrivent littéralement au cœur du film et en même temps semblent s'y enf(o)uir : l'économie revisitée du titre mime ici la façon du film, son sujet et son style. De façon plus générale, les titres « retardataires » de Claire Denis sont contestataires de cette économie toute tracée : ils s'effacent, pulvérisent leur propre valeur pour rendre la vedette à l'œuvre. Et si certains génériques contemporains constituent eux-mêmes, à l'inverse, de véritables petits films presque autonomes (film d'animation avec les lettres

du titre pour *Filles perdues, cheveux gras* ou encore graphisme années 1950 très inventif pour *Les Chevaliers du ciel*), on peut y lire la même remise en question du couple titre-film. Reprenant en cela la tradition de Saul Bass, connu notamment pour son générique de *Vertigo*, ces génériques deviennent des entités « autonome[s] mais non indépendant[es] » puisqu'ils existent en fonction d'un film. Cette remarque sur l'autonomie non-indépendante du titre empruntée à Leo Hoek (149) illustre, à l'instar de ces exemples, la renégociation constante qui se joue entre le film et son titre. Si le générique se dissout, s'affirme ou se distance, le titre en tout cas se pose en élément irréductible, incontournable d'un système d'échange de valeurs.

Courts, synthétiques, fragmentaires, mais aussi accrocheurs et imagés, le mot d'esprit et le titre de film constituent tous deux le tremplin d'une petite gymnastique intellectuelle. L'un comme l'autre ne sont d'emblée pas tout à fait compréhensibles et le deviennent seulement après un travail d'interprétation qui remet en place des éléments assemblés d'une manière initialement improbable qui se veut innovatrice tout en s'inscrivant dans des cadres narratifs ou des schémas logiques pré-existants. Ainsi un titre comme *Il était une fois dans l'Oise* assemble une amorce de récit traditionnelle dans la lignée des contes de Madame d'Aulnoy et un endroit, l'Oise, création départementale et sociétale du XX^{ème} siècle mais s'inscrit aussi en méta-commentaire cinématographique, se référant bien évidemment à *Il était une fois dans l'Ouest*, représentation d'un mythe devenue elle-même mythique: on comprend avec ce titre que le conte de fées, après un détour par l'Ouest américain mythique, prend aujourd'hui le visage de réalités plus actuelles.

Dans *Le Mot d'esprit et ses rapports avec l'inconscient* (1905), Freud reprend les grands axes de ses recherches psychanalytiques, et plus particulièrement le travail du rêve, et démontre que « le bénéfice de plaisir dû à l'humour dérive de l'épargne d'une dépense affective. » (367). Parce qu'il me fait rire, le mot d'esprit me permet de ne pas donner dans le sentiment. Ainsi il cite l'exemple de l'aveugle qui demande au paralytique : « Comment allez-vous ? » et ce dernier répond : « Comme vous le voyez ». Le rire remplace les larmes : au lieu de nous apitoyer sur ces infortunés, nous jouissons de cette économie qui consiste à cacher dans chacun de ces verbes deux significations : par exemple, « aller » correspond à « être en bonne santé » et se « mouvoir ».

Le bénéfice de plaisir dû au titre dérive de l'affectif que suscite l'économie même du titre. En effet, avant même la sortie du film, le titre qui en est la réduction me séduit (ou non). Après l'avoir vu, ce titre évoquera une expérience plus ou moins satisfaisante intellectuellement, en tout cas, il ira s'inscrire au palmarès des titres de films qu'on dira « préférés » plus qu'intellectuellement « appréciés ». Qu'on voie aussi combien les critiques professionnels et amateurs manifestent plus un sentiment qu'une opinion autour d'un titre qu'on n'hésite pas à parer dans les correspondances électroniques d'émoticônes (smiley face, etc.). Enfin, le merchandising qui permet au spectateur de « faire corps » avec le titre parle aussi de cette relation affective qui se noue, par l'intermédiaire du titre, entre public et œuvre. Les tee-shirts, casquettes, stylos et autres produits promotionnels où s'affiche par exemple *Bienvenue chez les Ch'tis* (Boon 2008) – « le plus grand succès pour un film français depuis 1945 »⁴⁶ – montrent bien ce stade corporellement fusionnel avec la comédie. Plus encore, les titres retravaillés dans de nouvelles créations

⁴⁶ Titre à la une de l'édition en ligne du *Monde* le 7 avril 2008 : http://www.lemonde.fr/cinema/article/2008/04/07/bienvenue-chez-les-ch-tis-plus-gros-succes-pour-un-film-francais-depuis-1945_1031959_3476.html#ens_id=839814

personnelles disent bien à quel point l'identité individuelle, privée ou professionnelle, se façonne *par rapport* à des goûts communs (ou non) – citons ainsi le site d'Amélie Gamet, créatrice de générique, qu'elle a baptisé « lefabuleuxsitedamelie.com » en référence au *Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* (Jeunet 2001). Citons également ces listes de films « portraits » de blogs, de sites personnels ou commerciaux qui permettent une identification virtuelle plus probante. On pourrait reformuler la question posée par la titrologue Françoise Armengaud : « Existerais-je par mon nom plutôt que par mon corps ? », en « Existerais-je par les noms et titres des autres plutôt que par mon nom ou par mon corps ? » Cette interrogation capitale rejoint la théorie proustienne des noms. En effet, comme le souligne Barthes dans son analyse « Proust et les noms », le nom proustien est à la fois essence – ce que le titre cherche à incarner, et en cela, « hyper-existence » mais en même temps absence puisque « le signe désigne ce qui n'est pas là » (132), en l'occurrence le film. Si la distribution épargne/affectif varie dans le titre de film, elle repose sur les mêmes bases que celles du mot d'esprit : un sens nécessairement ramassé qui doit stimuler l'intellect en jouant sur l'affectif (l'intérêt pour le film) en un « montage » opéré par le spectateur, source d'un bénéfice de plaisir, lui même bien proche du plaisir du nom que Proust engage à « déplier » (Barthes 124).

Dans sa définition du mot d'esprit, Freud évoque deux caractéristiques, capitales pour le titre de film : l'effet de « sidération et lumière » et la révélation du « caché ». La sidération vient, avec le titre de film, de mots qui doivent – ou tout du moins devraient – nous frapper. Elle surgit aussi parfois d'une surenchère sémantique ou graphique autour de ce titre, comme dans le cas de la police de caractères empruntée aux rapports de police pour l'affiche du film *Délits flagrants*. Notons au passage que nos réalisatrices semblent

éviter un recours (trop facile ?) à des polices de caractères trop « parlantes », comme pour mieux « faire lire » la valeur sémantique du titre – on verra, plus bas, des exemples de cette sobriété délibérée avec l'analyse des titres *Chocolat* (Denis 1988) et *L'Adversaire* (Garcia 2002). Quant à la révélation du « caché », elle est déjà contenue dans le titre inscrit sur le ticket de cinéma, lui-même « titre » d'accès au film qui permet d'accéder physiquement à la salle de projection; cette révélation, c'est également celle du projecteur révélant le film qui illumine (ou non, mais il s'agira alors d'un parti pris à contre-pied) le sens du titre. Ici, comme dans le jeu de mot, on retrouve le plaisir du jeu de la recherche et de la découverte.

Jean-François Lyotard dont on connaît l'incrédulité postmoderne vis-à-vis du méta-narratif s'est également intéressé à ce que recelait, à l'inverse, le plus commun dénominateur d'une œuvre cinématographique, son titre. S'appuyant sur la théorie de la *traumdeutung* (*L'interprétation des rêves*) freudienne, mais sans citer pour autant *Le Mot d'esprit et son rapport avec l'inconscient* – remarquons cependant qu'il mentionne cet ouvrage plus loin à propos du rébus (301) – il se prête déjà à cet exercice qui consiste à lire « au travers » d'un titre. Selon le philosophe, le rêve se cache *dans* le titre.

Expression même d'un monde rêvé à la Walter Benjamin, le titre peut se lire comme une « fantasmagorie d'objets matériels produits industriellement » que constitue la cité selon Benjamin (Charney 215). On en veut pour preuve le message « Rêvons d'or » que Lyotard décèle dans le titre du film de Rossif, *Révolution d'Octobre (Discours, figure* 247-8). En effet, les plis du drapeau sur lequel sont inscrites ces lettres ne font plus qu'apparaître « Rév on d o r ». Notons cependant qu'il omet dans son analyse de signaler une autre injonction toute aussi cruciale, cette fois-ci au spectateur : « Rêvons, dors », ce

que nous enjoit de faire l'obscurité, le « trou noir » dans lequel nous plonge traditionnellement le titre. A la conjonction de ces deux injonctions on retrouve encore une fois des liens marqués avec le mot d'esprit qui dit tout en feignant de cacher.

On objectera à ce rapprochement mot d'esprit-titre de film qu'il s'agit dans le cas de *Révolution d'or* d'un cas extrême et que tout titre ne cherche pas à faire de l'esprit. Mais même le titre qui s'en tient à reprendre le nom du ou des héros, *Nénette et Boni* (Denis 1996) par exemple, ne fait-il que désigner les personnages principaux ? Ne les place-t-il pas déjà, avec ce double baptême symbolique, dans un contexte au moins géographique et social ? C'est que le titre de film, comme le jeu de mot, est *forcément* multiple puisqu'il se réfère *aussi* aux images que contiennent les mots et le film.

Considérons le titre du film *Chocolat* de Claire Denis où une jeune fille blanche retourne dans le Cameroun de son enfance. Dans le titre *Chocolat*, je vais *voir* (ou pas – mais c'est là toute la richesse du graphisme, des affiches) des images couleur chocolat. C'est dans cette façon multi-sensorielle d' « annoncer la couleur », c'est-à-dire l'évocation de la question raciale, que réside le génie du titre de film de Claire Denis, et qui plus est, par le biais de sens non audio-visuels, le goût et l'odorat. Bon mais interdit, à l'image du désir de la mère pour son serviteur noir – objet lui-même résistant à cette odieuse marchandisation – *Chocolat* inscrit sa saveur à la croisée des dimensions mythiques du chocolat et de l'Afrique où on l'exploite. Ce titre, c'est aussi l'évocation semi-autobiographique de l'enfant qui, dans ce contexte colonial, pouvait goûter à des contacts humains inaccessibles à ses parents (Romney 3). Abstraction oblige, les lettres du titre de l'affiche ne cèdent pas à une stylisation facile qui leur donnerait par exemple la rondeur et la couleur des douceurs de l'enfance. Au contraire, comme dans la plupart

des titres de Claire Denis, on a une police de caractères presque froide, de type Arial, avec des lettres capitales blanches sur fond noir qui appellent ainsi, loin de toute complaisance, à repenser les implications historico-culturelles que recèle ce mot. Derrière le titre de Claire Denis, cette « pépite » du film, on découvre des tabous plus efficacement dénoncés car, outre le plaisir de la réminiscence gustative, le sens émane, comme dans les mots d'esprit, d'une gymnastique intellectuelle de la part du récepteur. C'est en confrontant la sensualité sans tabou d'une enfance camerounaise aux douceurs de l'enfance que le spectateur aguerrri peut *lire* à travers ces huit lettres le film de Claire Denis. La madeleine de Proust est devenue une fève bien amère : le temps de le humer, ce titre lui fait opérer une remontée fulgurante vers les origines mêlées, concoctées dans ce titre, du colonialisme et de la pression patriarcale qui, depuis des siècles, infantilise l'Afrique et en fait, à l'instar du chocolat, une gourmandise impunément et d'autant plus précieusement exploitée. Le titre « Chocolat » ne dénonce pas, « chocolat » dit toute l'histoire d'une incommensurable duperie, ce que confirme Claire Denis lorsqu'elle explique qu'elle a choisi son titre à cause de l'expression familière des années 1950, « être chocolat », qui veut dire « être attrapé, dupé, déçu » (Stone 47).

A cette « hypersémantique » du titre – j'emprunte ici le terme que Barthes applique aux noms proustiens – s'ajoute encore une autre facette, visuelle cette fois-ci: on ne voit pas une seule trace de chocolat à l'écran. Non seulement la protagoniste, la petite France, refuse-t-elle symboliquement le chocolat chaud qu'on lui propose mais cet aliment lié à l'exploitation coloniale est idéalisé par le personnage le plus caricaturalement raciste, le planteur de café Delpiche. Durant un repas, il se livre à une envolée presque lyrique sur l'ajout de « quelques copeaux de chocolat amer » dans son

café. Ce fantasme culinaire trouve une étrange résonance dans sa propre vie sexuelle puisque sa maîtresse africaine, cachée dans sa chambre, une « Chocolat », pour reprendre la langue coloniale du XIX^{ème} siècle, pimente sa vie sexuelle. Apprécié à la lumière du cotexte, ce *Chocolat* laisse dans la gorge un goût amer puisqu'il circonscrit les désirs (et défaillances) de personnages séparés par les forces sociales, économiques, politiques et culturelles qui dictent leurs désirs et régimentent leurs plaisirs. Avec ce titre, Claire Denis feint de « retourner à ses fourneaux » pour mieux altérer les connotations patriarcales de douceur, de gratification immédiate et de plaisir sexuel que suggère le mot « chocolat ». Pour ce titre, Claire Denis emprunte aux devinettes africaines qui permettent, par la transposition symbolique de réalités banales, d'aller spirituellement (aux deux sens du terme) au cœur des choses. Là encore, il s'agit d'une pirouette qui s'apparente au mot d'esprit en ce qu'il permet une revanche dans l'expression de frustration (Freud 2007). La réalisatrice offre ainsi, à travers ce seul titre, une redéfinition magistrale de l'identité raciale. C'est ce qui fait d'elle, selon l'expression de la critique Siélinou, dans une référence inversée au *Peau noire Masques blancs* de Fanon, une vraie « Noire à la peau blanche », capable de nous porter dans cette réflexion identitaire un peu plus près de la jouissance artistique.

On a abondamment commenté cet autre titre de Claire Denis, *Beau Travail*, et notamment sa « féminisation » (Lack 2004 ; Rooney 2004 ; Nancy 2004) dans la réplique du film « belle trouvaille ». Nous y reviendrons. « Beau travail », c'est d'abord et déjà un mot d'esprit qui célèbre le travail des légionnaires : c'est en empruntant à une langue brute, sans fioritures, presque virile, qu'il esthétise le labeur. Le titre apparaît après un traveling le long d'une fresque aux couleurs vives qu'accompagne un chant de

légionnaires et une séquence où une jeune fille danse dans une discothèque entourée de légionnaires. On décèle évidemment d'emblée la connotation ironique du titre : s'agit-il de cette fresque mythique ou encore des réalités de la vie d'un légionnaire (les boîtes, les filles, etc.). Mais « Beau travail », ce peut être aussi déjà un méta-commentaire sur ce fruit du travail de Claire Denis et de son équipe. Enfin, ce titre se pose aussi en mot « dans l'esprit » de ces films de légionnaires dont l'adaptation *Beau Geste* de Wellman en 1939. Dans l'esprit ? Pas tout à fait cependant puisque la gloire éclatante, traditionnellement accordée aux légionnaires, est remplacée par une face beaucoup plus sombre que nous présente Claire Denis.

Le film, adaptation très libre du roman de Melville, *Billy Budd, Sailor* (post. 1924), retrace les perturbations que cause l'arrivée d'une nouvelle recrue dans la vie des légionnaires – en effet, le sergent Galoup jalouse l'attention que lui porte le commandant. Comme Billy Budd, ce nouveau légionnaire, Santin, est selon son commandant une « belle trouvaille » (il a été trouvé dans une cage d'escalier, lui explique-t-il) – mais le désir même du commandant ressort aussi ironiquement, dans ce titre « palimpseste » comme l'a fait remarquer Roland-François Lack (note 4 p.10): « Beau travail » que cette destruction de deux hommes... Ajoutons par ailleurs que la féminisation de l'expression en « belle trouvaille » fait apparaître un suffixe péjoratif (« -aille ») qui remet en cause la beauté du travail du titre – et si le film lui-même raillait ce titre un peu trop fanfaron ? Le titre, malmené par la dimension ironique du mot d'esprit, fait plonger dans l'inconscient homosexuel, clairement revendiqué par la suite, de ce film : ce mot d'esprit inséré *dans* le film remet le titre en scène, littéralement, comme pour mieux dénoncer l'apparente simplicité de la fonction désignatrice du titre.

En jouant des mots de ce titre, Claire Denis le féminise et se l'approprie – c'est encore la remarque de Lack. Mais elle feint aussi de s'*attitrer* ainsi le récit de Melville par l'intermédiaire de tropes d'une intertextualité démythifiée : le titre que Claire Denis a choisi pour son film montre à la fois sa dette envers Melville mais dénonce aussi les prétentions d'un titre (-avoir) qui marquerait une propriété bien illusoire – et plus encore au cinéma où le titre est, dans la plupart des cas, le fruit d'un travail d'équipe.

Ce titre, *Beau travail*, qui exhibe son « cordon ombilical » avec cette référence à l'œuvre mère, n'est pas sans rappeler le concept de « scène ombilicale » telle que la décrit Millicent Marcus. Selon cette théoricienne de l'adaptation cinématographique, la « scène ombilicale » révèle de façon explicite son affiliation avec l'œuvre mère, c'est-à-dire le texte littéraire dont s'inspire le texte filmique (Marcus XX). En effet, plus qu'une simple copie du texte de Melville, Claire Denis donne avec ce titre toute la filiation de cette adaptation, mais s'en affranchit aussi, telle une enfant rebelle, en jouant sur le ton ironique d'un titre qui se pose en méta-commentaire énigmatique de l'œuvre. Cette adaptation, jusque dans et par le titre, permet à Claire Denis de remplir le programme esthétique que Millicent Marcus voit dans l'adaptation : celle-ci, dit-elle, doit en effet « ré-écrire, ré-articuler, et reposer des histoires antérieures par des moyens qui permettent à une culture d'en arriver à se connaître par rapport à son passé et de prendre la mesure de son évolution. » (ma traduction). *Beau Travail*, c'est un tribut à Melville mais c'est aussi la trace d'un discours sorti du canon littéraire pour mieux se fondre dans celui du monde actuel. Il est d'autant plus intéressant que Claire Denis laisse transparaître cette généalogie dans le titre, dans la mesure où un titre, en français, est également le terme qui rend propriétaire – qu'on pense par exemple à l'hérédité des titres de noblesse.

Comme le rapporte Kamina, dans son ouvrage *Film Copyright in the European Union*, la juridiction française accorde un copyright au titre de film « s'il est original » (ma traduction) (105) – On y reviendra au Chapitre VI. Il semble que ce titre ne soit pas anodin à cet égard : si Claire Denis « s'attire » – on aurait envie de dire « se titre » – l'œuvre de Melville, c'est peut-être aussi pour ironiser de façon « originale » sur l'intouchabilité du monument littéraire : ce « beau travail » n'appartient pas à un petit groupe d'initiés ; il se passe de mains en mains, se façonne, se réinvente, se redistribue, existe dans le partage avec les spectateurs et les critiques contemporains. En atteste, en aval, cet article intitulé « Le Beau travaille: esthétique contre récit? »⁴⁷. Ce « beau travail », c'est aussi le travail de l'accouchement perpétuel d'un nouveau travail, celui de la création (et de la critique) artistique.

Il y a dans cette filiation revisitée du titre à l'intertextualité (voir la discussion sur ce terme au Chapitre I) une relation ombilicale qui n'est pas nouvelle en titrologie. Dans son ouvrage *Invisible Colors, A Visual History of Titles*, Welchman suggère que « les titres, la textualité en général, et les jeux de mots en particulier sont tous apparentés à ce que Matta en 1938 appelait des « cordons ombilicaux » nécessaires pour « nous connecter avec des soleils différents, des objets en pleine liberté qui seraient comme des miroirs psychanalytiques plastiques. » » (257) (ma traduction). Dans ce chapitre où il analyse la remise en cause de la fonction appellative des titres surréalistes, Welchmann rapporte le commentaire d'André Breton sur le titre de Matta, *La Terre est un homme*. Cette peinture, explique Breton, devient « anonyme » après avoir été ainsi baptisée puisque le titre est complètement indépendant de cette peinture (259). Il semble que le grand prêtre du surréalisme voie dans ce « baptême » une libération du nom – l'objet se libère du nom

⁴⁷ *Cahiers du cinéma* 545, p. 47. Denis, C. (2000).

qui lui est attribué mais à l'inverse aussi le nom se libère de l'objet nommé. A l'inverse de la thèse selon laquelle le titre serait un désignateur rigide, le titre de film réinvente la langue dont il fait une forme qu'il remplit d'un nouveau continu. Quelques années plus tard, le sculpteur de l'Ecole de Nice, Sosno explique : « Un bon titre, c'est un titre qui ne veut rien dire » (Armengaud 96). Et il ajoute qu'il s'apparente pour lui à « une source d'énergie, une vibration créatrice » (98). Cet ajout s'inscrit dans la lignée du surréalisme pour lequel ne rien dire, c'est dire quelque chose. Ce cordon coupé entre titre et œuvre n'est pas sans rappeler la libération verbale de la cure psychanalytique et du mot d'esprit.

Dans ce sens, le titre, comme le mot d'esprit permet de suggérer des éléments refoulés. Il est d'autant plus ostentatoire qu'il révèle quelque chose de nécessairement caché. C'est dans cette dialectique qu'il cadre avec les notions d'ostentation et de dissimulation de la théorie freudienne du mot d'esprit, du surréalisme et de la théorie psychanalytique lacanienne. En effet, le titre de film, c'est l'expression, comme en surréalisme, d'une voix intérieure – en l'occurrence celle du film puisque le titre doit en exprimer l'essence. On peut même aller plus loin en postulant qu'il s'agit d'un « cri de l'esprit [*du film*] qui retourne vers lui-même », selon la formulation du Bureau de Recherches Surréalistes en 1925. Deuxièmement, on l'a vu plus haut, on y retrouve les notions de « caché » et de « lumière » de l'analyse freudienne du mot d'esprit. Enfin, le titre de film, par son extrême économie, désigne le trou qui l'entoure, trou non sans rapport avec les « trous » du discours psychanalytique chez Lacan. Dans ce sens, le titre est donc arbitraire. Le titre de film aide donc à mettre l'obscène ou tout du moins l'indicible sur le devant de la scène, de retrouver des désirs et plaisirs enfouis. Le titre,

comme le mot d'esprit, est un Janus qui permet d'accéder à la réalité de ce qui se dit « par-derrière ».

Titre-plaisir et titre-jouissance

Avec ce titre-jeu de mot, on assiste aussi à un dévoilement du processus de création, dans la « trouvaille » du titre. C'est peut-être en titrologie picturale qu'on a le plus exploré la dimension ludique de l'intitulation. Françoise Armengaud dans son livre *Titres* rapporte ses conversations avec des dizaines de peintres et sculpteurs sur les titres de leurs œuvres et cite notamment Arman qui évoque le jeu dans cette trouvaille du titre (66) ou encore Louis Pons qui y voit un clin d'œil (88). On peut lire dans ces remarques un rapport symétrique entre le plaisir de la composition et celui du déchiffrement du titre du spectateur-consommateur du titre et de l'œuvre. Cette dimension ludique, cette « mise en bouche » que représente le titre – Barthes ne parlait-il pas de la valeur apéritive du titre (Hoek 276)? – se retrouve d'ailleurs en aval chez les critiques. Il semble, on l'a vu à propos de *Beau travail*, qu'il existe une certaine complaisance à décliner ce titre dans la critique. Si le *Chocolat* de Claire Denis a suscité trop peu de commentaires culinaires (Cruikshank), il en va tout autrement pour l'homonyme de ce film, l'« autre » *Chocolat* (celui de Lasse Hallström mentionné plus haut) qu'on a qualifié de « fable mielleuse et indigeste » (*Chronic'art.com*) qui « soulève le cœur » (*Le Nouvel Observateur*), sans parler de cette « savoureuse » mise en garde : « Attention : navet » (*Les Inrockuptibles*)⁴⁸. Cette homonymie entre les deux titres de film confirme donc que les titres sont « complètement imperméables aux relations synonymiques » (Bosredon 108) mais

⁴⁸ Commentaires rassemblés sur le site «Critiques Presse» d'Allociné [http://www.allocine.fr/film/revuedepresse_gen_cfilm=27052.html] consulté le 23 avril 2007.

complètement ouvertes à la jubilation polysémique. Le plaisir de la création intitulatoire se prolonge dans la critique devenue, à son tour, créatrice de formules, parfois reprises dans les propres titres de ces critiques de film.

Françoise Armengaud, s'appuyant sur les témoignages d'artistes à la fois créateurs et lecteurs de titres rapporte : « La lecture du titre *annonce* le plaisir de l'image, puis elle le *redouble*. » (164). Cette observation confirme l'importance de l'affectif que suscite l'économie même du titre, pour le lecteur mais aussi pour le créateur. Le témoignage de l'artiste contemporain Guillaume Corneille va d'ailleurs dans ce sens : « Je suis très mal à l'aise quand un titre m'échappe. Le tableau est là, il attend, comme l'enfant qui doit avoir un nom. Il doit faire son parcours accompagné de ce nom. » Si l'intitulation ne s'associe pas nécessairement au plaisir lors de sa création, le titre, lui, rencontre tout le long de son parcours cette donne indispensable à la circulation de l'œuvre : la promesse d'un plaisir – même si celui-ci ne se loge parfois que dans celle-là. On l'a vu, le titre, par l'opération intellectuelle qu'il suppose dans son déchiffrement, déclenche l'élément affectif destiné à conquérir le spectateur. Ce plaisir du titre dont on a observé les rouages communs à ceux de l'ekphrasis et de la psychanalyse est celui du mot qui vient clore et parachever l'œuvre, quelle qu'elle soit. Parfois percutants, parfois inadéquats, toujours enjôleurs, les titres de films aimés s'entourent d'une aura qui n'est pas sans rappeler celle des noms de personnes et de pays aimés du narrateur dans *La Recherche du temps perdu*, assimilés à des essences, des arômes voire des vertus. Il l'explique dans « Noms de pays : Le nom », dans la dernière partie de *Du Côté de chez Swann* : « Sans doute, parce que j'y avais accumulé du rêve, ils aimantait maintenant mes désirs » (382). Si le mot « plaisir » n'apparaît pas dans ces lignes, on le devine

derrière les mots de cette évocation : l'accumulation de « rêve » parlent d'un plaisir visuel et le verbe « aimer » parle de ce plaisir qui n'existe que parce qu'il tend vers son but sans l'atteindre.

L'artiste plasticienne et céramiste Marie-Elisabeth Collet ne dit pas autre chose lorsqu'elle explique:

Certaines peintures provoquent un choc émotionnel et l'on ressent une toile comme on ressent l'amour. J'entends encore le critique et poète Jacques Lepage parler avec passion d'une certaine toile de Vermeer *La Femme au collier de perles*. A ce seul nom son regard s'éclaire : ce regard affiné du professionnel de l'Art qui se pose inlassablement sur tant et tant de travaux d'artistes, des plus grands aux plus médiocres, retrouve en un instant l'émotion originelle surgie de sa mémoire et le titre restitue dans toute sa plénitude l'image aimée. »

(Armengaud 267)

Quoique l'objet soit ici différent, on retrouve la notion de transport « amoureux » suscité par la seule désignation : titre et plaisir se fondent l'un dans l'autre grâce aux « images » gardées en « mémoire » (ces deux termes sont communs aux deux citations) en un moment ekphrastique. Et résonnent, dans les deux cas, les échos d'un secret, d'un frisson et d'une peur, comme dans l'ekphrasis, de la révélation – intempestive ou non – de l'intime. Chez Proust, cette rêverie atteint son paroxysme précisément dans le fait que, si ces noms s'allient au plaisir, la réalité qui leur correspond est presque toujours décevante.

Comme de ces noms proustiens ou de ce titre pictural, il émane des titres de films une magie évocatrice qui hantent nos mémoires, façonnent nos rêveries pré-filmiques et aimantent nos attentes. C'est sur cette mémoire que table d'ailleurs le mercantilisme

des producteurs de « suites » (*Les Bronzés, Le Gendarme, Les Ripoux*, etc.), très rarement le fait de réalisatrices. C'est aussi sur cette mémoire que se forge un plaisir d'identité, où l'individu se plaît à (se) reconnaître dans les titres de films.

Plaisir de la création de l'évocation : l'identité

Le narrateur proustien, on l'a vu plus haut, évoque l'attraction magnétique de ces noms propres qui « aimantent [*s*]es désirs ». Or, que sont ces attentes si ce n'est le produit de mythologies familiale, sociale et littéraire dont il a été nourri et qui ont forgé son identité ? En cristallisant des repères identitaires dans leurs titres, les producteurs et réalisateurs espèrent bien, sinon combler de comparables attentes, du moins les susciter. Car il s'agit au fond, dans le titre, de renvoyer aux yeux du spectateur ce dont il est fait, quel que soit son sexe, son âge, son appartenance ethnique ou culturelle. Petit aparté hors du cinéma féminin français, des titres comme *D'ailleurs Derrida* ou bien encore *Brice de Nice* en appellent, sur des registres bien différents, à une reconnaissance identitaire qui rassemblera le plus de spectateurs possibles dans un public donné (intellectuel dans le premier cas, adolescent dans le second). Effet narcissique oblige (peut-être plus fort encore que la force magnétique), on consomme ce dans quoi on se reconnaît.

Savoir dire le titre *Brice de Nice*, c'est d'abord savoir reconnaître des variantes phonétiques propres à une génération nourrie de produits audiovisuels américains souvent de second ordre (TV, films, consoles de jeux, musique, etc.) assimilés « à la française ». Les prononciations franglaises de ce titre, phonétiquement retranscrites par [brajzdønajs] et [brajzdønīs], reflète cette américanisation toute française : si le titre du film flirte avec les voyelles et la graphie de la marque Nike (le titre est souligné de la même façon, avec un trait évoquant la dynamique du sport), il retient, ce faisant, une certaine francité :

l'humour se fait à partir mais aussi aux dépens de cette référence américaine du surfer m'as-tu-vu. Ce titre cristallise une identité nationale à la fois menacée et fascinée par une identité américaine prépondérante dont elle doit (ou feint de) se jouer pour la dominer. Car « Brice de Nice » c'est aussi la « brise de Nice » : rien de très glorieux pour ce protagoniste surfer à surfer en Méditerranée... On retrouve ici, à l'intérieur même du titre, l'économie du jeu de mots dont le bénéfice de plaisir repose sur l'épargne d'une dépense affective : je ris pour ne pas voir la perte de ma propre identité ou bien encore pour oublier cette dérive identitaire auquel le titre feint de résister. Mais l'identité française ne s'est-elle pas déjà laissé dénaturer en se pliant au diktat hollywoodien : machisme, conformisme, racisme ? Il y a aussi dans ce titre un trait identitaire générationnel, le penchant pour l'appropriation d'un langage propre par le jeu de mot-code, typique de l'adolescence et de son goût pour le regroupement par affinités culturelles. Dans *D'ailleurs Derrida*, on observe le même processus : le titre même rassemble un certain type de public, habitué à la déconstruction linguistique derridienne, et un appel à repenser la syntaxe, à repenser l'identité individuelle et le monde (d'ailleurs).

Dans les deux titres, aussi brefs soient-ils, on décèle donc une concentration des voix, plus ou moins plurielles, du monde qu'ils dépeignent et auquel ils s'adressent. Le titre annonce en quelque sorte la couleur des plaisirs à venir et, de ce fait, marque, si ce n'est une appartenance, en tout cas un ralliement à une identité socioculturelle temporelle – temporelle puisque inscrite et façonnée dans un contexte historique donné. Ainsi, les titres de Claire Denis, de Nicole Garcia et d'Agnès Jaoui reflètent des identités socioculturelles historiquement définies : un tiers des titres de Claire Denis parlent la

langue de la révolte des années 1970, l'anglais (par exemple *Trouble every day, US go home, Keep it for yourself, Man no run*). Chez Nicole Garcia, les titres (*15 août, Un Week-end sur deux, Le Fils préféré, Place Vendôme*) parlent de plaisirs circonscrits dans des institutions socioculturelles plus ou moins étouffantes alors que chez Jaoui, le plaisir fait l'identité du film en commençant déjà et avant tout dans celui du plurisémanisme des titres – plurisémanisme qui en articulerait le langage à la façon de l'inconscient lacanien.

Le titre *Comme une image* (2004) en est un exemple : le film raconte les déboires d'une jeune fille mal dans sa peau et mal aimée de son père, écrivain égocentrique, sur fond de satire du milieu littéraire parisien. *Comme une image* ne s'apprécie que dans le pli de ses sens : c'est d'abord une double comparaison avec deux termes, « comme » et « images » qui renvoient donc à une représentation déjà mise en abyme. Lola souffre de ne pas être aussi belle que les images de magazines (ceux des mêmes groupes de presse qui font la fortune de son père) qui, elles, captent le regard de son père si brillant: sa deuxième femme qui semble sortie tout droit de *Elle*, en est, à son corps-défendant, la douloureuse preuve. Tous ces personnages se font une image (fausse) d'eux-mêmes et des autres et ce titre désigne déjà ces identités fracturées – que le film tente de remodeler. Ce film révèle derrière chaque personnage d'autres images, rebelles cette fois-ci, qui sont loin de se tenir « sages comme des images » prédéterminées. On lit aussi dans ce titre une référence évidente à la société de l'image mais aussi à l'image à laquelle sont réduites les femmes et toutes les minorités silencieuses ou tuées. Car Jaoui va au-delà des apparences, thème de tous ses films, pour révéler l'individu au-delà des préjugés. Même démarche d'ailleurs avec le titre *Le Goût des autres* (Jaoui 2000). Dans ce film, un industriel mal dégrossi, en mal de sensations artistiques, s'ouvre au goût des autres en fréquentant le

milieu artiste parisien. Ce titre-ci suggère le plaisir même qu'il nous invite à goûter : l'esprit y badine ou du moins prétend le faire pour mieux « dire » le film. Cet esprit qu'on retrouve dans les autres titres d'Agnès Jaoui n'est pas sans rappeler l'article « Des mots pour nous dire » (!) de B. Ruby Rich dans lequel l'humour du cinéma féminin – et peut-être plus encore ici l'esprit – est présenté comme un « levain de subversion pour dégonfler l'ordre patriarcal » (171). En se dédouanant de cette logique patriarcale qui voudrait qu'un titre donnât la substance narrative d'un film, le titre chez Jaoui dit son indépendance et la part belle faite à un imaginaire toujours invité à re-crée, à re-rêver autour du titre de l'œuvre.

On peut enfin parler chez Jaoui du goût contagieux de la langue des autres puisque, on l'a vu plus haut, *Comme Une Image* s'est ainsi décliné : *Look at me* (aux Etats-Unis et dans les pays scandinaves), *Como una imagen* (en Espagne), *Così fan tutti* (en Italie), *Je me vois à travers toi* (en Chine), *Nous sommes tous aimés par quelqu'un* (au Japon). Au-delà du plaisir de la variété culturelle, on retrouve le goût du jeu spécifiquement culturel avec le texte audio-visuel et sa désignation verbale. Ainsi, en reprenant DaPonte, le titre italien se donne des airs mozartiens non sans rapport avec la gravité elle-même masquée des œuvres de Jaoui. Si l'on en croit les « Secrets de tournage » du site Allocine.fr⁴⁹, Bacri et Jaoui avaient d'ailleurs envisagé, parmi d'autres titres, *Così fan tutte* au lieu de *Comme Une Image*. Sa masculinisation en italien (*Così fan tutti*) est probablement due au fait que *Così fan tutte*, outre le chef-d'œuvre mozartien, évoque aussi depuis 1992, pour les Italiens, un film érotique de Tinto Brass⁵⁰. C'est dire les « liaisons dangereuses » que peuvent entretenir les titres les uns avec les

⁴⁹ http://www.allocine.fr/film/anecdote_gen_cfilm=51309.html, consulté le 8 avril 2008.

⁵⁰ Je remercie le Professeur Giancarlo Lombardi d'avoir attiré mon attention sur ce point.

autres. On remarquera aussi que, plus on va vers l'Est, plus le mot « image » disparaît, indice d'un rapport différent à la référence visuelle. Notons enfin que la traduction anglo-saxonne de ce titre a été reprise, deux ans plus tard, en 2006, avec *Look @ me* : l'arobase se pose en référence au contexte virtuel du film où une jeune fille se fourvoie dans des rencontres sur internet mais parle aussi déjà de cette langue redéfinie par la symbolique « crue » de la communication internet qui, en l'occurrence, de par sa centralité dans l'énoncé, figure l'orifice sexuel féminin. Si le titre chez Jaoui joue également sur un double-entendre, il ne s'y arrête pas : il y prolonge le plaisir d'un public avide de rejouer au cinéma une longue tradition littéraire de portrait de société. En la renouvelant, cependant, elle en dit aussi les limites : le titre de film, comme le mot d'esprit (Freud 185, 187), se périmé puisqu'il puise dans le connu d'une société et d'une époque.

Il convient donc de mettre le titre dans la perspective de l'œuvre qu'il accompagne. Ainsi, le titre *Chocolat*, dans lequel on peut déchiffrer, on l'a vu, une sensualité qui se théorise ne résonne pas de la même façon selon qu'il s'agit du film de Claire Denis ou de celui de Lasse Hallström. Le titre promet (et c'est dans cette promesse que réside toute la perversité du procédé) la jouissance, c'est-à-dire, l'expérience du Réel lacanien. Cependant, entravé dans cette tentative par des impératifs Symboliques – dont le profit commercial – le titre tient rarement parole. Le titre nous *en* promet mais joue bien souvent sur ce pronom/pro-non pour se garder de nous octroyer notre dû, la jouissance. Si, chez Hallström, cette théorisation de la sensualité ne dépasse guère le stade d'un carpe diem un peu douçâtre, c'est-à-dire le plaisir, cet ersatz de la jouissance, cette même théorisation prend en revanche chez Claire Denis des accents lacaniens :

derrière ce plaisir d'enfant, n'y a-t-il pas en effet une jouissance inquiétante car autre, celle notamment de la femme ?

Du droit légal au droit économique

Ce n'est pas un hasard si c'est un titre de film de Claire Denis qui appelle à cette petite incursion dans le concept lacanien de la jouissance. Concept peut-être le plus spécifique à la psychanalyse, la jouissance, composante majeure du fonctionnement psychique, outrepassa le plaisir et s'inscrit dans une logique de la perversion. Avoisinant la destruction, la jouissance lacanienne se place aux côtés de la psychose et de la névrose. Or, le cinéma de Claire Denis est exactement à propos de tout cela et ne laisse guère de place au plaisir immédiat. En effet, chez Claire Denis, la sensualité, jusque dans le grain toujours « cru » de la pellicule, annonce d'autres préoccupations esthétiques bien distinctes des aléas du plaisir qu'elle évoque pourtant parfois. Ses titres reflètent d'ailleurs cette exclusion de l'affect pour l'affect ou du sentiment pour le sentiment et, s'ils font exceptionnellement (et faussement) allusion au plaisir (*Chocolat*, *Vendredi soir*), ils font anticiper par la sobriété de leur graphisme des intentions qui s'inscrivent déjà bien au-delà du plaisir. Loin de se complaire à plaire, des titres comme *Chocolat* ou *Vendredi soir*, *Trouble every day*, *J'ai pas sommeil* ne se comprennent véritablement que dans la complétude qu'ils forment avec le cotexte.

Comme le titre lui-même, la jouissance se rapporte aussi à un droit. Il peut s'agir du droit d'auteur par exemple – on le verra à propos de l'« affaire *On connaît la*

chanson », déjà titre d'une émission radio – ou encore d'un usufruit : le titre, comme la jouissance, permet de se servir « au passage » d'un fonds cependant inaliénable – c'est même sa raison d'être puisque sans titre, le film ne peut pas circuler, il n'en a ni la possibilité, ni le droit : pour obtenir son visa d'exploitation, un titre doit avoir un titre sur la fiche de renseignements exigée par le Centre National de Cinématographie. Même si la juridiction française reconnaît un droit d'auteur du titre, le titre, paradoxe troublant, une fois attribué à un cotexte, s'offre aux yeux de tous, que ceux-ci décident de voir ou non le film ainsi désigné. Suivant le modèle aristocratique qui conférait au propriétaire d'une terre des droits seigneuriaux financiers mais aussi sociaux – allant parfois jusqu'au droit de cuissage – le titre parlait de jouissance. Depuis l'avènement du capitalisme, la jouissance, autrefois féodale, s'est déplacée et s'inscrit maintenant dans une logique d'exposition commerciale devenue cette « jouissance de l'Autre » qu'évoque Lacan : « [L]a jouissance [est] de l'Autre » écrit-il (9). Or c'est bien ce dont il s'agit lorsque le titre remplit, par la jouissance, toute sa promesse. *Vers Mathilde*, *Vendredi soir*, *Chocolat* de Claire Denis, *Le Goût des autres* et *Comme Une Image* de Jaoui, et enfin *Place Vendôme*, *Le Fils préféré*, *Un Week-end sur deux*, délibérément mis en abyme, parlent tous d'une « jouissance de l'Autre » offerte à tous.

On argumentera que la jouissance cependant s'oppose au titre en ce qu'elle se place aux antipodes de l'utile et de l'investissement, qu'elle ne sert à rien. Mais si le titre appelle un investissement, il ne le force pas. D'autre part, son utilité de désignateur s'avère parfois n'être qu'un prétexte cachant un raccourci vers ce supplément de jouissance autre que procure certains de ces films. Ce titre deviendrait alors un parergon qui parachèverait l'œuvre sans pour autant être central. Enfin, le titre table sur la

transgression. C'est parce que le titre de film ne s'en tient pas à la lettre au sens de loi (l'image cinématographique viole les lettres du titre, leur fait perdre leur pureté), parce qu'il désobéit à la loi de la langue (celle du Père symbolique), qu'il la livre à la pluralité des sens, parce qu'il se détourne de sa fonction d'appellation, d'étiquetage qu'il rejoint la jouissance. Une jouissance qui alors aura peut-être à voir avec le plaisir proustien des noms... à moins que ceux-ci ne soient déjà dans la jouissance, surtout en ce qu'ils se révèlent supérieurs à une réalité, on l'a vu, presque toujours décevante.

Comme dans la structure perverse où le sujet se soumet à la loi en la tournant en dérision et en s'anéantissant lui-même dans cette soumission, le spectateur, en se prêtant à la dictature du titre, la tourne en dérision ou du moins en éprouve les coutures, essaie de le faire craquer. Il s'anéantit dans sa soumission (il va voir le film), fait semblant de s'y donner – le désir est dans la relation aux mots – mais se l'approprie pour mieux s'y perdre. Il s'y retrouve enfin puisqu'il y forge sa propre identité.

La jouissance outrepassant le plaisir

De même que la jouissance lacanienne outrepassa le plaisir, le titre de Claire Denis, *Chocolat*, va bien au-delà du plaisir gustatif qu'on y associe immédiatement : on l'a vu plus haut, c'est parce que ce mot cristallise à lui tout seul la tension du désir dans un contexte colonial, parce qu'il dit tout cela bien mieux que toute explication qu'il nous rapproche de la jouissance de l'expression artistique.

Vendredi soir qu'elle réalise douze ans plus tard s'inscrit dans la même lignée. Le titre, une fois encore, nous fait croire au plaisir (des espoirs de début de week-end) alors qu'il s'agit bien, dans ce titre et dans ce film, de jouissance. *Vendredi soir*, c'est la

jouissance d'une femme qui, prise dans les embouteillages, rencontre un étranger, et de leur liaison passagère par laquelle elle se libère du tabou d'adultère de son milieu. Ce moment, « vendredi soir », plein de l'espoir des rencontres du week-end, devient son temps à elle puisqu'il s'inscrit en marge d'une vie déjà réglée comme du papier à musique : elle mènera la vie bourgeoise d'une femme de médecin rythmée par les « sorties » du week-end qui ne font qu'enfermer un peu plus dans cet univers étriqué. Mais il semble que dans cet ordre patriarcal où tout est déjà enrégimenté, elle saisisse cette occasion de « vivre sa vie ». Parce que l'ordre patriarcal est bouleversé par une grève (« méta-opposition » ici au pouvoir patriarcal), elle va enfin pouvoir laisser place à son imaginaire au lieu de se rendre chez ses amis où tout est réglé d'avance – même le bébé qui hurle avant qu'on le mette au lit. Dans ce Paris décalé, étrangement libéré de son bourdonnement habituel, elle découvre l'inconnu : cet homme, mais aussi cet hôtel et cette pizzeria. Tout est « hors » de son schéma habituel, peut-être à l'image de ce titre, *Vendredi soir*, qui se place à l'orée du cœur de la nuit. Effet miroir, il s'agit aussi de la jouissance du spectateur mis en phase avec cette jouissance représentée à l'écran et préfigurée par le titre : « vendredi soir », c'est aussi la perspective de la libération du travail, de l'ordre patriarcal qui découpe la journée, la promesse d'une plénitude cinématographique. Avec ce « vendredi soir » si loin de la fin du week-end qu'on n'y songerait même pas, on rejoint la plénitude de la jouissance, avec un hors-sens également présent à l'écran puisque d'une certaine façon, *Vendredi soir* est anti-pornographique malgré son sujet : il est hors-sens dans la mesure où il vide les sens représentés de la dimension de plaisir puisque, reprenant l'adage lacanien, « le plaisir défend l'accès à la jouissance » (Lacan 57). Cela se traduit techniquement par une caméra frigide : couleurs

froides (bleues, tons sombres du soir ; mêmes les couleurs plus chaudes de la pizzeria sont assombries par son aspect désertique), silence qui se prolonge à dessein dans des dialogues délibérément vides, immobilité d'une ville paralysée par une grève des transports en commun qui isole les individus en les obligeant à faire « cavaliers seuls », et enfin des acteurs sans glamour. Mais c'est précisément cette frigidité qui désigne la jouissance sans la nommer en feignant de la cacher derrière un titre qui revisite et bouscule le temps patriarcal et ses présupposés.

A quel type de jouissance se rapporte le titre ? Le titre rejoint la jouissance phallique en ce qu'elle est autre que pleinement satisfaisante. Comme la jouissance phallique, le titre est toujours du côté du manque puisque la jouissance phallique ne permet pas de tout posséder comme le chef, le Père symbolique. Comme le titre qui se range du côté du partitif, ce type de jouissance dit en effet : « je ne te donne que cela ». Mais on peut aussi l'associer à une jouissance autre, féminine, « *pas-toute* assujettie à la logique du complexe de castration »⁵¹ comme on le verra plus bas puisque le titre fait semblant de se plier au Symbolique pour mieux s'inscrire dans l'imaginaire, se rangeant plutôt du côté de la division féminine que de la castration masculine. Comme la jouissance féminine, on trouve dans le titre la même jouissance du manque de l'Autre, particulièrement chez les mystiques (du cinéma), puisque le cotexte prend alors les allures idéalisées du tout-puissant promis. On trouve en tout cas dans le titre et dans cette jouissance un dernier point commun et non des moindres, celle d'une régression vers la mort. Aussitôt le film est-il vu, aussitôt la jouissance du titre-mystère disparaît-elle ou peut-être se transforme-t-elle en une autre jouissance encore. Cette jouissance mystique

⁵¹ Formule de Charles Baladier dans son article « plaisir » pour la page en ligne du Robert sur « La « jouissance » chez Lacan » sur < [http://robert.bvdep.com/public/vep/Pages_HTML/\\$PLAISIR3.HTM](http://robert.bvdep.com/public/vep/Pages_HTML/$PLAISIR3.HTM) ». Consulté le 8 avril 2008.

se rapproche en effet de cette régression langagière du titre qui scelle ainsi son destin, cet état inorganique ; l'œuvre est finie mais aussi elle commence ainsi à vivre... Ainsi permet-elle de proclamer « le titre est mort, vive le titre ! ». Au-delà du bénéfice de plaisir évoqué par Freud, il y aurait donc une jouissance du titre d'autant plus intrigante qu'elle joue avec des pulsions de création et de mort. En un sens, la naissance de l'art, le point où le spectateur est en pleine communion avec la façon de l'œuvre qui se fait.

Freud remarque, dans *Le Mot d'esprit et ses rapports avec l'inconscient*, que « le plaisir causé par un mot d'esprit résulte d'une part de la technique, d'autre part de la tendance » (173), c'est-à-dire du message qu'il sous-entend. De la même façon, le titre de film, nécessairement court et évocateur lui aussi, condense en lui ces éléments : au plaisir du jeu sur lequel repose cette technique de condensation s'ajoute le plaisir d'une pensée vers laquelle elle tend sans la formuler complètement – et c'est en cela aussi que réside son attrait. Ainsi, un titre comme *Le Goût des autres*, par le jeu de l'indétermination de l'article (générique ou déterminé) et de la préposition (de possession ou complément de nom), condense en lui de multiples sens : ce que les autres en général préfèrent, ce qu'un groupe d'autres personnes préfèrent, le fait d'apprécier les autres, mais aussi la saveur qui émane des autres, en général ou pour un groupe spécifique, etc. Dans un pays qui s'en arroe la primeur depuis plus de trois siècles, le « goût », que le titre capitalise – et cette « capitale » c'est aussi Paris – se fait le régisseur de tous les plaisirs. Hors de lui, point de salut, c'est-à-dire point de jouissance – c'est du moins ce qu'il s'applique à nous faire croire en faisant miroiter les plaisirs que recèle le goût. Ce terme à la fois physique et esthétique illustre le point névralgique du processus psychanalytique par lequel le titre nous happe : à mi-chemin entre la parole et la jouissance que celle-ci tente de dire, ce

« Goût des autres » dit toute la complexité de notre rapport à notre plaisir et à celui des autres. A la lumière du film, il peut aussi s'agir de la dictature du goût artistique parisien pour cet industriel étouffé par les goûts petit-bourgeois de sa femme ou encore le goût des autres en général et l'ajustement de nos goûts individuels à cette altérité ou bien encore le désir désiré de l'Autre, celui auquel le sujet voudrait goûter, nous explique Lacan. Ce titre nous emmène au-delà du plaisir qu'il mentionne par un exercice démultiplié à l'envi puisque ne se révèlent pas une mais plusieurs facettes.

Mais n'y a-t-il pas d'ailleurs en plus de la technique et de la « tendance » dont parle Freud, un troisième élément qui serait la participation du récepteur à une « performance » au sens de prouesse et de spectacle ? Or ce troisième élément, parce qu'il se range du côté de la performance, serait, lui, plutôt du côté de la jouissance. D'une part, l'interprétation du titre de film inscrit le spectateur dans le cercle fermé des « initiés », ceux qui ont vu le film. En cela, de cette compréhension du titre découle une détermination identitaire. Si *L'Intrus* me « dit » quelque chose, alors je fais partie des amateurs de ce type de film et peut-être appartenons-nous à un groupe de pensée (cinéphilique ou non) commun ? Cette appartenance est encore plus marquée si je comprends ce titre dans toutes les subtilités de ses références – on dit en anglais « *to get the title* ». Ne dit-on pas en français « priser » pour apprécier, se reconnaître dans un type d'humour, de films etc., expression indiquant le plaisir à retrouver le connu ? Il y a bien là un rapport entre possession, compréhension et identité. La valeur identitaire du titre dans le discours critique a donc tout à voir avec l'essence du langage incontournablelement identificateur et fédérateur. D'autre part, le titre, comme le jeu de mot, procure le plaisir d'avoir compris, saisi, de posséder par cette interprétation la clé du film. Dans cette

jouissance phallique qui affirme le pouvoir du spectateur, on déchiffre déjà la trace d'un pouvoir phallique du titre mais nous y reviendrons. Enfin, derrière ce plaisir à reconnaître des titres, à y retrouver du connu, se profile la jouissance comme point de rencontre entre êtres, l'œuvre et son spectateur. Cette jouissance se joue dans les deux sens puisque si le spectateur jouit de l'œuvre, l'œuvre jouit aussi de sa « possession » du spectateur – on connaît la course au box-office, course dans laquelle pèse le choix du titre. Jouissance étrange certes que ce titre que nous cherchons à posséder sans (presque) jamais le toucher physiquement, et de moins en moins à l'ère virtuelle où il fait apparaître, en un clic, le dossier à télécharger. Comme la jouissance qui est de l'Autre, le titre essaie de m'y attirer, me promet la jouissance mais finit souvent par me donner le plaisir d'une situation convenable mais étriquée, celle d'une échappatoire.

Titre de film dans l'Ordre Symbolique

Si pour Oudart, la relation du spectateur au film reflète l'entrée du sujet dans l'Ordre Symbolique en psychanalyse lacanienne (36), Odin, en revanche, analyse son entrée dans la fiction en ces termes : « Cet instant de vide perceptif représente métaphoriquement la traversée par le spectateur de l'écran-miroir ; c'est le grand trou noir (...) avant la pénétration dans ce « monde autre » (...) proche du rêve, la diégèse. Le fondu au noir signe la victoire de l'imaginaire sur le symbolique. » (208). Tout opposés que soient les deux théoriciens, ils s'accordent cependant sur le lieu psychanalytiquement transitoire que représente le début du film.

On se souvient de Queneau parlant en 1973 du titre comme d'« une sorte de slip, de cache-sexe » (129). Alors, sous le titre le phallus ? Est-ce le titre qui confère à l'œuvre

ce statut phallique, en la posant, en lui donnant l'autorité de la chose nommée, étiquetée, prête à la consommation ? Car ce titre porte aussi le sceau du nom (du père), s'affichant ainsi de plain-pied avec les valeurs patriarcales que suggèrent les notions de valeurs qu'il connote.

Le discours narratif s'attache au symbolique et on pourrait dire du titre qu'il est un produit « hyper manifeste », par opposition lacanienne à la production du discours inconscient. En effet, il répond à un ordre préétabli qui rend prédominant le nom de l'œuvre, de l'auteur, des acteurs, qui donnent une échelle des valeurs des éléments du générique. D'où la défiance, dans leurs titres mêmes, vis-à-vis du statut ultra-patriarcal du titre dans les écrits de deux grands théoriciens de la titrologie : Hoek avec son article « Description d'un archonte⁵²: préliminaires à une théorie du titre à partir du Nouveau Roman » en 1972 et Derrida avec *Donner le temps. La Fausse monnaie* en 1973. Cette assimilation au pouvoir exécutif et économique signale bien les prétentions patriarcales du titre et sa détermination soumise à des impératifs financiers : car intituler un film, c'est avant tout mettre en avant des valeurs qui se vendent.

Mais en même temps le discours non-narratif du titre même se libère de ce discours symbolique et dans son a-grammaticalité, dans sa nominalisation hors-temps, hors-espace, il se peut que le titre échappe à cet ordre symbolique qu'il semble prôner. Petit moment de répit dans le narratif, ce pouvoir phallique du titre se trouve subverti par l'imaginaire que les titres de nos réalisatrices invitent à déployer.

Nicole Garcia, dont les titres semblent plus conventionnels que ceux de Claire Denis ou d'Agnès Jaoui, subvertit dans ces « baptêmes » nominatifs l'espace et le temps

⁵² D'après le Robert, un archonte était le « titre des magistrats qui gouvernaient les républiques grecques » (116).

symbolique. Si tous ses titres évoquent l'appartenance à un cercle familial ou social, ils en montrent aussi les fissures. *Un Week-end sur deux* (une mère ayant privilégié sa carrière retourne à ses enfants) et *15 août* (comédie sur des couples en crise le jour de cette traditionnelle fête familiale) disent combien le temps est régulé de façon problématique par l'ordre Symbolique. Quant à l'espace, quoi de plus patriarcal que *Place Vendôme*, avec sa colonne éponyme? Ancienne place Saint-Louis où la statue de Louis XIV fut détruite par les révolutionnaires, elle devint ensuite place des Piques – un nom encore bien s/Symbolique. La place vit plus tard s'ériger le symbole de la grandeur militaire française, celle de Napoléon avec sa célèbre colonne, d'abord baptisée Colonne de la Grande Armée. A plusieurs reprises, notamment sous la Commune, on réclamera en vain le déboulonnage de la Colonne, perçu comme le symbole des malheurs de la France. Espace Symbolique oblige, « Place Vendôme », c'est aujourd'hui une « carte de visite ». En effet, dans la société capitaliste d'aujourd'hui, elle représente l'adresse la plus prestigieuse pour un joaillier. Dans le film, le générique respecte les conventions habituelles et révèle en tout premier lieu – à tout seigneur tout honneur – les noms des producteurs. Le titre, tout patriarcal qu'il soit, n'apparaît qu'après, comme pour mieux faire écho à son contenu sémantique : l'argent d'abord !

Mais, comme dans ses titres précédents, cette donnée Symbolique est minée. Cette place Vendôme-là est un lieu dont les protagonistes du film sont prisonniers, surtout la belle femme alcoolique du célèbre bijoutier Malivert : lorsque son mari se suicide, elle se retrouve face à un lourd passé qu'elle doit alors affronter. Dans ce film, tout est en lieu clos, produisant une sensation d'étouffement. Cette sensation est démultipliée par ses crises de claustrophobie, dues à l'alcoolisme, qui lui font à un

moment donné quitter abruptement la table d'un dîner professionnel. La mise en scène le suggère tout au long du film en étouffant ses personnages dans un décor oppressant où, même dans les rares scènes d'extérieur, les routes sont barrées et les frontières ne mènent nulle part. Les gares, quant à elles, sont des endroits de rendez-vous manqués plus que d'évasion. Même la route où se suicide Malivert est barrée par un camion.

Le temps Symbolique est également détruit puisque plus le film avance, plus on retourne vers un passé cruel qui n'en finit pas de ressurgir. Cette *Place Vendôme* enserme et finalement étouffe tous ses personnages dans ses griffes d'or. Sur cette place, vide et tourmentée, souffle un vent qui a fait disparaître les hommes : le mari Malivert se suicide, l'amant véreux Battistelli est arrêté. Tous ne sont que des « vents d'homme ». Une lecture rabelaisienne de ce titre « Place ! Vents d'homme » (en référence aux vents gastriques) donnerait le coup de grâce final à ces prétentions patriarcales du titre.

Ce titre de Nicole Garcia prétend en effet épouser l'ordre Symbolique pour mieux amener en fait à libérer l'imaginaire du spectateur. Il appelle à une jouissance féminine, nourrie du manque de l'Autre, puisque le cotexte recèle et finalement détruit l'Autre imaginaire et idéalisé. Qu'on ne s'y méprenne donc pas, derrière le glamour du titre *Place Vendôme* se cache la représentation artistique du manque même de l'Autre, ce mari suicidé et cet amant qu'elle fait elle-même arrêter.

Pour briser cet ordre Symbolique à l'intérieur même de ses titres, Nicole Garcia s'en prend également aux conventions narratives mêmes du cinéma commercial qui veut que chaque personnage présente un archétype bien défini, et ce dès le début du film. Or, avec *L'Adversaire*, ces paramètres narratifs sont bousculés : le titre ne se comprend qu'*après* visionnage du cotexte. Plus qu'une annonce de son contenu, ce titre parachève

le film qu'il désigne. Basé sur l'affaire Jean-Claude Romand qui a passé quinze ans à faire croire à son entourage qu'il était médecin à l'OMS et a fini par tuer les siens, le film révèle à qui s'oppose cet adversaire : lui-même. Le titre apparaît avec en arrière-plan un garçon, le protagoniste, comme on le comprendra plus tard, marchant pesamment dans une neige aveuglante. Or, ce sont précisément ces premiers mots et ces premières images qui recèlent et révèlent l'essence du drame – le protagoniste devenu son propre adversaire, sans passer par l'ordre Symbolique de titres plus sensationnalistes.

Ce titre qui casse l'ordre Symbolique pour que puisse se reconstruire, au moins se repenser, un ordre imaginaire est donc le fait de ces trois réalisatrices. Au-delà de thèmes communs à l'imaginaire féminin – l'amour, la famille, la redéfinition de l'espace et du temps – leurs titres parlent *contre* l'ordre préétabli. Comme sortis de l'obscurité, leurs titres se présentent dans un style qui mime l'acte psychanalytique puisqu'en général ils sortent aussi du silence et de la nuit de l'écran⁵³. *J'ai pas sommeil*, *L'Intrus*, *Beau Travail*, *Comme Une Image* et *Un Week-end sur deux* apparaissent tous sur fond noir et leurs lettres se détachent comme pour mieux figurer ces éclats du discours psychanalytique. Comme dans l'analyse, ces expressions fragmentées s'offrent d'ailleurs au spectateur pour qu'il/elle les « défasse »⁵³. Tout en utilisant la langue de tous les jours, cette langue où s'accumule « la langue de tout le monde », ces titres parlent aussi d'*autres* langues.

Ainsi, héritage probable des lectures conradiennes et faulknériennes de son adolescence, un tiers des titres de Claire Denis sont directement empruntés à l'anglais,

⁵³ Voir à ce sujet le documentaire d'Elizabeth Kapnist, *Un Ecran nommé désir*, 2006. Je remercie Barbara Maynial de m'avoir fait découvrir ce remarquable documentaire, par ailleurs si bien intitulé.

langue de protestation de sa jeunesse dans les années 1960 et 1970 (Ancian 2, 2002)⁵⁴. Dans cet entretien avec Aimé Ancian, elle cite notamment Faulkner avec lequel elle dit plonger « dans les sens, dans la terreur et dans la douleur des personnages » (Ancian 2002). On trouve bien dans ses titres (*Trouble everyday*, *S'en fout la mort*, *US go home*, *35 rhums*) une adéquation avec cette proximité humaine et cette perception « à vif » du monde – elle parle d'ailleurs d'un choc d'une incroyable intensité dans sa rencontre avec Faulkner. L'anglais, c'est aussi la langue de son travail avec Cassavetes et Jarmush. Comme pour Faulkner, cet anglais « brut », à la fois populaire et lettré, permet à ces réalisateurs d'accéder à la réalité de l'homme, pas seulement à ces personnages de carton-pâte de *soaps*. Il faut peut-être aussi lire dans ce choix linguistique la traduction de son sentiment, cultivé artistiquement, d'être une perpétuelle étrangère – depuis son enfance en Afrique jusqu'au « décalage » de son œuvre dans le paysage cinématographique français. Comme l'explique Armengaud, « donner un titre en anglais, c'est encore une manière de rompre avec des connotations sédimentées de la langue maternelle » (276). Il s'agit bien ici d'un recours codifié à l'anglais. L'anglais des titres de Claire Denis s'inscrit dans le contexte d'une protestation intellectuelle post-moderne contre, précisément, la suprématie, politique, économique et par conséquent culturelle d'un autre anglais, marchandisé pour devenir une fausse « langue de communication internationale ». Cet anglais modelé, en fait, en fonction des besoins Symboliques d'une société patriarcale, c'est aussi une suprématie linguistique dont un Claude Hagège ou un Jacques Chirac dénoncent avec virulence le ralliement aveugle des institutions scolaires, économiques et politiques. Mais il arrive aussi que l'anglais offre une expressivité plus

⁵⁴ On note le même recours à l'anglais dans les titres d'Assayas (*Demonlover*, *Clean*, *Boarding Gate*) qui se dit aussi très marqué par la musique et la langue anglo-saxonne de ces années de protestation (Rencontres *Rendez-vous*, City College, New York, Mars 2005).

adéquate dans l'acte intitulatoire. Comme le souligne l'artiste Nolla (Armengaud 276)
 « l'anglais, plus concis que le français, laisse à mon sens davantage place à
 l'imaginaire. » L'idéal de titre ne serait-il pas, suivant un rêve glissantien, un titre où l'on
 entendrait toutes les langues du monde ?

La langue des titres de ces trois réalisatrices se caractérise en tout cas par ses
 allures de langue « cassée », éclats de conversations abruptement tronquées : *On connaît
 la chanson, Comme Une Image, J'ai pas sommeil, L'Intrus, Beau travail* et *Selon
 Charlie*. Ces « blocs » d'impressions (Romney 1) constituent un écho des dialogues des
 films de Claire Denis. Dans son entretien avec Graham Fuller, elle évoque ces bribes de
 langues, comme *S'en fout la mort* ou *Vers Mathilde* ou encore *Man No Run*, venues « en
 jets », qui n'ont pas été polies par la réécriture. Ses dialogues sont parfois
 intentionnellement idiots, puisque c'est ce qu'on entend du monde, pas ce qu'on lit dans
 les écrits codifiés de la société patriarcale. Car mettre un sujet à *S'en fout la mort*, insérer
 « ne » dans *J'ai pas sommeil*, ajouter « sage » à *Comme Une Image*, ce serait se plier aux
 conventions de la toute-puissante norme grammaticale et alors forcément sortir de la
 « vraie » vie. A l'image de ce désir de représenter le Réel, au sens lacanien de ce qu'on
 ne connaît pas, ces titres s'inscrivent « à contre-courant », sortent tout droit de la langue
 « ordinaire » pour parler du commun des mortels effacé par la représentation Symbolique
 d'une classe dominante. Sans cette langue des gens « ordinaires » en effet, impossible de
 « dire » ces histoires oubliées de personnages décalés : une actrice qui a connu son heure
 de gloire dans *Un Week-end sur deux* de Garcia; une adolescente mal dans sa peau dans
Comme Une Image de Jaoui ou encore un immigrant dresseur de coqs de combat dans

S'en fout la mort de Denis. Leurs titres sont aussi des invitations à repenser la langue et le système patriarcal qui étouffe les voix autres, celles de ces femmes par exemple.

Dernier trait commun de ces titres de films de femmes, leur lien indirect avec l'intrigue. En effet, chacun de ces titres ne nomme pas directement le sujet traité mais plutôt l'interprète à travers une image. Ainsi, *Chocolat*, *Comme Une Image* ou *15 août* contestent, on le comprend après avoir découvert le cotexte, un ensemble de valeurs patriarcales illustrées ironiquement par un aliment, une expression idiomatique et enfin une date.

Comme la pièce manquante d'une mosaïque, ces titres aident davantage à recoller les morceaux d'une intention artistique abstraite que d'une trame concrète. A l'image des scénarios de Claire Denis qu'elle considère comme un « décollage », pas une « cage » (Ancian 6), ces titres offrent au commentaire filmique une piste de décollage et de « recollage » où la mosaïque de l'expérience filmique s'affine et se complète. En détournant le titre de sa fonction désignatrice, elles parviennent à offrir une vision autre du monde par une « écriture du Réel », cette « écriture fluide, multiple, non-linéaire » que l'on retrouve dans « le discours de l'analyste et le discours du poète » (Brown *Images* 77). En effet, leurs titres de film, tout en s'inscrivant dans le système Symbolique de l'intitulation – condition *sine qua non* de la marchandisation des films – laissent percevoir, dans les trous béants d'une interprétation multiple, une représentation du Réel.

Françoise Armengaud conclut en ces termes son ouvrage de référence en matière de titrologie picturale – et par là-même d'ekphrastique : « La lecture du titre *annonce* le plaisir de l'image, puis elle le *redouble* » (164). Cette observation confirme l'importance

de la composante affective générée par l'économie de l'image, non seulement pour son lecteur mais aussi pour son/ses créateur(s). Armengaud poursuit en citant le peintre Guillaume Corneille : « Je suis très mal à l'aise quand un titre m'échappe. Le tableau est là, il attend, comme l'enfant qui doit avoir un nom. Il doit faire son parcours accompagné de ce nom ». Ces notions de nécessité et de satisfaction associées à l'idée de filiation sont cruciales chez ces femmes réalisatrices puisque chacune à sa façon charge ses titres de l'oralité du langage filmique pour revisiter les pratiques intitulatoires filmiques. A travers leurs titres, elles expriment leurs perspectives innovatrices sur le monde.

Si leurs titres partagent un air de famille dans leur recours à l'esprit et plus généralement à la psychanalyse, ils diffèrent aussi les uns des autres par leurs styles et leurs rapports à la jouissance : des cercles familiaux fracturés pour remettre en cause l'ordre patriarcal ; un ton boulevardier pour dénoncer les prétentions sociales ; une langue « cassée » pour mieux représenter la réalité. Cette épaisseur que ces trois femmes donnent à leurs titres est aussi peut-être à rapprocher de la fracture au bord de laquelle elles ont grandi, celle de la décolonisation puisque les familles d'Agnès Jaoui et de Nicole Garcia sont pieds-noirs et que Claire Denis a passé la majeure partie de son enfance en Afrique. L'opacité ekphrastique de leurs titres pourraient bien à voir avec cette expérience impossible à dire autrement qu'en réinventant la langue et son rapport à l'image. Si leurs titres mettent en avant des valeurs, leur traitement de ces valeurs dans le cotexte nous en fait repenser la légitimité, le fonds. En effet, leurs titres fonctionnent moins comme systèmes de valeurs que comme valeurs changées, du moins changeantes, puisqu'ils impliquent les spectateurs dans une lecture polyphonique du monde et donc ekphrastiquement plus fidèle dans son reflet de cette dynamique. Une lecture qui se

rangerait du côté du féminin et qui, dans l'interaction du titre avec le cotexte, remettrait en question le genre (au sens de *gender*) et ré-engendrerait les pratiques intitulatoires filmiques.

CHAPITRE III

Etude de cas : les titres de comédies de 1970 à 1980 et de 1990 à 2000

Comment capter l'air du temps en quelques mots ? C'est, semble-t-il, ce qu'essaie de faire le titre de comédie. « Vray miroüer de nos œuvres » écrivait Pierre Larivey (1579), le père de la comédie en France, ou plus exactement son importateur, la comédie reflète, au-delà de nos faits et gestes, nos personae. Le titre lui-même, dans un jeu de mise en abyme, se présente comme persona du film. Il correspond même très précisément au terme grec [Περσωνα] qui désigne le masque de l'acteur de théâtre puisque, comme ce masque, il se situe entre image et mot : le titre de film, lui aussi, permet à la fois de représenter l'œuvre, en l'occurrence le film, et, comme le masque grec, de faire porter la voix suffisamment loin pour être entendu du plus grand nombre. Devenu miniature, cet agencement de mots sur fond d'image et de son ne devient portrait-masque que dans le processus de cristallisation qu'opère le titre. Or, on l'a vu tout particulièrement avec Hoek, le titre porte la marque des idéologies qui la façonnent⁵⁵, en constitue un résumé, ce qu'il démontre dans une étude portant sur les titres de romans français de 1830 à 1835 (125). Afin de déchiffrer les courants idéologiques que représentent et diffusent ces titres, on analysera en particulier les titres de comédies françaises de deux périodes données, les années 1970 et les années 1990. On s'attachera à voir en quoi le titre véhicule des valeurs mais aussi ce en quoi il les déconstruit – ou prétend le faire. On s'appuiera notamment sur une étude lexicométrique des titres (étude informatisée du lexique mais aussi de la syntaxe) et sur l'étude des pratiques de réception cinématographique et titrologique.

⁵⁵ « Il n'y a aucun titre qui ne porte la trace de son idéologie » Hoek, *La Marque du titre*, p. 281.

Physionomies du titre de comédie

Pourquoi choisir la comédie comme objet d'étude dans cette analyse titrologique du cinéma français?

Tout d'abord, parce que la comédie française est devenue, à l'écran, un véritable phénomène national nourri de « déterminations culturelles et de traditions nationales spécifiques » (Moine 224). En cela, elle n'est d'ailleurs jamais tout à fait totalement exportable, ce dont témoigne par exemple les nombreuses adaptations américaines de nos comédies (*Three Men and a Baby* pour *Trois Hommes et un couffin* ou encore *The Birdcage* pour *La Cage aux folles*). On remarquera que l'adaptation même de ces titres renvoie à des réalités déjà sensiblement divergentes : ainsi, le couffin évoque matériellement, et un rien cyniquement, le bouleversement que constitue l'arrivée d'un nourrisson dans la vie confortable de trois célibataires endurcis alors que le bébé directement évoqué dans le titre américain parle déjà d'attendrissement et d'hommes ravalés au niveau de grands bébés. Ces types de rapport du monde adulte au monde de l'enfance sont tout à fait symptomatiques de l'écart entre les cultures américaine et française. Qui plus est, ces systèmes de références culturellement marqués se retrouvent nécessairement teintés idéologiquement, et souvent à contrepied – ce dont attestent des titres comme *Tout le monde n'a pas eu la chance d'avoir des parents communistes* ou encore *Les Bronzés*.

Deuxième raison de ce choix, le succès avéré de la comédie sur les écrans français. Evoqué par Raphaëlle Moine (223), ce succès de la comédie au box-office national est évidemment d'ordre économique. Laurent Creton, spécialiste de l'économie du cinéma, en a fait remarquer le poids, et plus particulièrement celui de la comédie

populaire française⁵⁶, remarque confirmée deux ans plus tard par le raz-de-marée de *Bienvenue chez les Ch'tis* qui enregistrerait en juin 2008 plus de 17 405 832 entrées, détrônant ainsi *La Grande Vadrouille* (*Nouvel Observateur*, 24 juin 2008).

La comédie se pose donc en vedette de l'écran. Mais le terme même de comédie correspond à de multiples définitions qu'il convient de confronter avant de poursuivre plus avant cette étude. Au sens grec du terme, la comédie, comme la tragédie, est un « chant » (ὠδή / ôidê, « chant ») représentant la société – c'est ce qu'on a vu plus haut. Au sens aristotélicien, il s'agit d'une imitation des mœurs (encore une fois, tout comme la tragédie), ce que l'on retrouve chez Molière, notamment dans la scène IV de *L'Impromptu de Versailles* (1663): « L'affaire de la comédie est de représenter, en général, tous les défauts des hommes ». Cette définition très large souligne les affinités du genre avec d'autres genres, affinités reflétées lexicalement dans l'adjectivation du terme : « comédie burlesque », « comédie musicale », « comédie romantique », etc.

La comédie fonctionne principalement sur l'humour et le rire, mais l'observation qu'elle impose, distante sinon acerbe, prend parfois le pas sur le ton humoristique qu'elle suppose d'où la difficulté de cerner le genre. Si Laurent Creton a souligné, on l'a vu, le succès typiquement français d'un certain type de comédie, la comédie populaire, Raphaëlle Moine, à la suite de Loiseau (42), a relevé le succès concomitant d'un autre genre typiquement national, la comédie d'auteur. Explorant la définition de la comédie, Raphaëlle Moine ne dénombre pas moins de treize sous-genres de la comédie, depuis la « comédie de boulevard » à la « comédie dramatique » (225). Après avoir stigmatisé les limites de ce découpage aujourd'hui trop monolithique, ces sous-genres débordant les uns

⁵⁶ Propos tenus lors d'une conférence présentée dans le cadre des *CUNY Film and Media Lecture Series* « The Economics of French Cinema », 3/11/ 2006.

sur les autres, Raphaëlle Moine redessine cette opposition, en en soulignant les complexités (224). A la « comédie à la française », nourrie de références culturelles spécifiquement nationales, elle oppose la « comédie d'action », inspirée du modèle hollywoodien. Elle cite notamment Luc Besson pour le genre hybride à « faible reconnaissance identitaire » (229) que reflètent d'ailleurs ses titres : *Nikita*, *Atlantis*, *Léon*, *Angel-A*, ou plus récemment *Arthur et les Minimoys*. On y lit en effet leur appartenance à une culture résolument américanisée par des noms aisément américanisables – à noter cependant des choix graphiques moins sombres pour les affiches américaines. Ce faisant, Raphaëlle Moine gomme le contraste « Ancien Régime » habituellement établi entre comédie d'auteur et comédie populaire mais dénonce aussi le « prisme des jeux d'étiquetage » (Moine 225) qui régit ces partitions. En redessinant les frontières entre sous-genres de la comédie, elle met déjà le doigt sur une inadéquation, une catégorisation dépassée qui ignore les profondes transformations socioculturelles des dernières décennies d'une part et d'autre part, l'instabilité croissante de la notion même de genre et sous-genre cinématographique.

La comédie offre, dès son abord, c'est-à-dire dès l'apparition de son titre, bien des visages et c'est justement cette multiplicité que tente de prendre en compte cette étude. Tout en gardant à l'esprit le redécoupage nécessaire de ces différents sous-genres, on s'intéressera ici à la comédie dans son ensemble, précisément comme représentation socioculturelle complexe qui, du burlesque au tragique, s'attache à la représentation composite des mœurs d'un lieu et d'une époque donnés.

Reste enfin la question de la nationalité d'un film, d'autant plus cruciale à l'heure des coproductions internationales. Nombre de chercheurs et de législateurs se sont

penchés sur ce problème inextricable qui renvoie dos à dos les questions de spécificité culturelle et de production multinationale (Raymond ; d'Hugues ; Dantec et Levy). Car enfin, qu'est-ce qui rend un film français ? La provenance des fonds ? L'héritage culturel du réalisateur ? La langue du film ? Pour parer à des décisions arbitraires face à tant de paramètres eux-mêmes extrêmement complexes⁵⁷, la loi française propose un système de points déterminant la francité d'un film. Ce système qui se réfère au Code de l'Industrie cinématographique, permet d'établir la nationalité française ou non d'un film grâce à des points attribués en fonction de l'entreprise de production d'une part et des conditions de réalisation d'autre part. Ainsi pour bénéficier du soutien financier français (puisque'il s'agit d'abord et avant tout d'économie), un film doit totaliser un minimum de 14 points sur 18. A titre d'exemple, un premier rôle ou un réalisateur de nationalité française rapporte trois points alors que le montage ou la décoration, s'ils sont pris en charge par des Français, en rapportent respectivement un chacun. Les critères qui régissent l'attribution du soutien automatique d'un film sont encore plus précis puisqu'ils prennent en compte des paramètres aussi variés que la langue utilisée dans le film et la nationalité des techniciens du maquillage⁵⁸. Cependant, faute d'harmonisation entre les systèmes juridiques festivaliers, associatifs et autres, à l'intérieur et à l'extérieur de nos frontières, des incohérences surgissent et, ironie titrologique oblige, font des *Invasions Barbares* de Denys Arcand un film canadien à Cannes et français aux Césars (Dantec et Levy, 3).
Même ironie pour *Indigènes* : malgré un financement à 90% français, le réalisateur

⁵⁷ Dantec et Lévy rendent bien compte de cette complexité avec l'exemple du film *Alexandre* d'Oliver Stone qui, « tourné par un réalisateur américain, sur les sols britanniques, marocains et thaïlandais avec un casting américain (...) est considéré par le CNC comme un film européen et à ce titre a asséché les investissements des chaînes françaises sur leurs quotas européens » (3).

⁵⁸ Toutes ces données sont consultables sur le site du Sénat français, www.senat.fr.

Rachid Bouchareb a choisi, trois ans plus tard, la cause de son propre pays en donnant à son film la nationalité algérienne pour sa nomination aux Oscars.

Sans entrer dans les détails de la *Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle* de 2001 et les déboires de l'exception culturelle du cinéma français à Bruxelles, on constate un peu partout le même souci de préserver une nationalité aux contours cependant toujours mouvants. Comme l'indique la critique de cinéma Helen Faradji (1), la réponse est peut-être à chercher du côté du public qui, par le jeu en miroir de la publicité, de la presse et de la critique, forge l'identité culturelle, voire nationale, d'un film. Mais là encore, l'hétérogénéité du public trouble la donne : si de très nombreux spectateurs voient dans *Le Chocolat* du suédois Lasse Hallström un film au charme éminemment français, nombreux sont ceux qui y dénoncent les traits outranciers, voire « orientaliste » dans sa vision fantasmée de la France, d'une mauvaise production hollywoodienne.

S'il est difficile d'en épingle la nationalité et le genre, le titre de comédie française semble en tout cas présenter deux caractéristiques particulières. Il s'agit d'une part du recours presque systématique à un réseau de références culturelles organisées autour de « piliers » de la culture française : histoire, littérature, religion. Ainsi l'allusion est historique pour *Le Mur de l'Atlantique*, poétique pour *Le Bonheur est dans le pré*, biblique pour *Il est plus difficile pour un chameau...*. On y retrouve d'autre part, le goût du jeu de mot ou sur le mot, par des procédés rhétoriques tels la répétition ou l'oxymore (l'article du Groupe μ les répertorie). On l'a vu au chapitre précédent, le titre de film emprunte au mot d'esprit, tel que l'analyse Freud, son dynamisme intrinsèque. Et s'il ne se veut pas nécessairement mot d'esprit, le titre de film se veut en tout cas « dans

l'esprit » puisqu'il invite à un processus de déchiffrement cognitif et, à ce titre, s'adresse à l'esprit. Par ailleurs, il constitue un pont entre le film et son éventuel spectateur en plongeant ce dernier dans l'esprit ou encore dans le ton (verbal mais aussi musical et pictural⁵⁹) du film. Il s'agit donc là d'une invitation subreptice mais d'autant plus efficace pour préparer le terrain de la comédie et, en aval, fossiliser des liens culturels identitaires puissants.

Analyse des titres de comédies des années 1970 et 1990

Sont donc réunis ici les 380 titres de comédies françaises des années 1970 et les 576 titres de comédies françaises des années 1990, proposés sur la scène du cinéma commercial français. Établies à partir de la base de données de l'Internet Movie Database, ces listes répondent aux critères suivants en recherche avancée (« Power Search ») : pays d'origine : France ; genre : comédie ; langue : français ; années : respectivement 1970-1980 et 1990-2000 ; ont été exclus les téléfilms, les vidéos, les séries et feuilletons télé. Après avoir consulté le Centre de ressources documentaires du Centre National de la Cinématographie sur la fiabilité de cette recherche sur IMDb, la liste a été finalisée et ont été exclus les courts-métrages et les films sélectionnés par erreur, tels *Fellini Roma*. Puisqu'il s'agit d'une étude portant sur les titres de film français en France, on a privilégié le titre utilisé pour la France, plutôt que pour la Belgique par exemple, si celui-ci était différent. On a également préféré *La Victoire en chantant à Noirs et blancs en couleurs*, ce dernier titre étant celui de sa ressortie après sa victoire d'un Oscar du meilleur film étranger sous le titre *Black and White in Color*.

⁵⁹ Il serait intéressant d'étudier les variations strictement graphiques d'un même film à l'affiche en France et à l'étranger.

Devant la multitude de textes à traiter – en tout 956 titres – la lexicométrie s’est rapidement imposée comme outil analytique incontournable. Emanant de la linguistique mathématique et statistique, la lexicométrie permet d’établir, pour un corpus donné, « un inventaire exhaustif des formes (index) et de leurs emplois (contextes) », selon la définition de l’Institut Universitaire de Formation des Maîtres⁶⁰ de la Réunion. Informatisée, l’approche lexicométrique permet de traiter des bases de données importantes. Des précédents ont d’ailleurs pavé la route : citons ainsi l’étude titrologique menée en 1995 par Michel Bernard sur des titres de littérature française du IX^{ème} au XX^{ème} siècle dans laquelle il oppose par exemple les mots les plus fréquents dans les titres du XVI^{ème} (« roman, lyrique, de, poésie, jeu, rose, chanson, farce, princes, chansons, saint » à ceux des titres du XX^{ème} (« pour, nuit, Dieu, guerre, Tintin, un, est »).

La brièveté et la densité sémantique des constituants du titre obligent à choisir des instruments très précis. Le logiciel Hyperbase du Professeur Etienne Brunet permettant la lemmatisation – c’est-à-dire qu’il renvoie les formes « pomme », « de » et « terre » lorsqu’elles apparaissent consécutivement à un seul et unique lemme « pomme de terre » (Brunet 98) – c’est celui qu’on a adopté pour cette étude. Les fonctions topologiques et thématiques d’Hyperbase ont évidemment également pesé dans ce choix mais c’est aussi la possibilité d’isoler, de rassembler ou de retourner à des configurations initiales d’ensembles de textes qui le rend ici particulièrement approprié.

⁶⁰ On peut retrouver l’intégralité de cette définition sur <http://www.reunion.iufm.fr/Dep/lettres/FDM2.htm>.

La distance intertextuelle entre les titres de comédies des années 1970 et ceux des années 1990 est confirmée par Hyperbase⁶¹. Le logiciel indique clairement que ces deux groupes se distinguent très nettement l'un de l'autre. Afin de réaliser le traitement de ces données, les textes (ou titres) des années 1970 ont été dédoublés, et il en a été de même pour ceux de 1990. Comme l'indique le Professeur Brunet dans son commentaire sur ces résultats (communication personnelle, email du 17 septembre 2008): « L'analyse, rapporte-t-il, montre que rien ne sépare les éléments d'une paire et que les deux paires s'opposent nettement. Il s'agit ici des lemmes, mais cela est vrai aussi des graphies, des codes et des combinaisons de codes. » En d'autres termes, et c'est ce que l'on verra en détail plus bas, les deux ensembles offrent des caractéristiques bien distinctes tant d'un point de vue lexicale et sémantique que syntaxique.

Comme avec tout instrument informatique, le recul critique est de rigueur puisque, comme le souligne Brunet, se pose notamment le problème des homographes. L'ordinateur « réduit », par ailleurs, le titre à des lettres dépourvues des caractères visuels et sonores que lui confère le cinéma – le réalisateur de générique et graphiste Laurent Brett souligne d'ailleurs les choix typographiques extrêmement différents selon qu'il s'agit d'une comédie ou d'un titre de policier (entretien, 19 décembre 2006). C'est dire combien les formes mêmes de ces lettres parlent. Le choix de la police de caractère du titre, si importante lors de la promotion du film, est gommé dans ce traitement informatique, faisant disparaître alors des connotations visuelles parfois cruciales. Il importe donc de revenir scrupuleusement sur les données analysées.

⁶¹ Je tiens à remercier le Professeur Brunet de m'avoir aidée dans mes recherches et plus particulièrement d'avoir eu l'extrême amabilité de faire le traitement de mes données.

Le champ lexical

Analyser les titres de comédies de périodes données, c'est s'intéresser à un certain découpage du réel dans lequel certains mots ressortent alors que d'autres disparaissent, tout en demeurant toutefois dans le vocabulaire usuel. Ainsi les tout premiers titres du cinéma reflétaient l'intérêt pour l'industrialisation et la militarisation de la France. Des termes comme « bateau à vapeur », « l'arrivée d'un train » d'un côté, « escadre » et « militaire » de l'autre ne suscitent plus suffisamment de curiosité après 1900 pour apparaître dans les titres de film. Si l'on trouve le terme « bidasse » jusqu'en 1970, ce terme a complètement disparu en 1990, accompagnant la suppression bien réelle du service militaire obligatoire en France en 1996. La disparition de ces termes indique que la réalité à laquelle ils renvoient n'a plus vraiment cours dans la société actuelle ou que nous « découpons le réel autrement » pour reprendre l'expression de Flandrin (1942). Similairement, dans les années 1970 et 1990, ont disparu les « Mademoiselle » ou « Madame »... Ces termes très utilisés dans les titres des comédies des soixante premières années du cinéma tendent maintenant à disparaître. Représentative d'une désignation dépassée d'un système social lui-même lézardé, cette désaffection pour un terme considéré comme socialement désuet marque une évolution sociale, en l'occurrence celle du discours interpersonnel à l'endroit des femmes. Une étude globale du lexique des titres de comédies des années 1970 et 1990, étayée par les résultats de l'analyse lexicométrique, permet donc de mettre à jour les mutations de ce découpage du réel.

Le logiciel Hyperbase a permis de déterminer que les mots les plus fréquents des comédies des années 1970 et 1990 étaient, dans cet ordre : « femme », « avoir »,

« faire », « grand », « vie », « amour ». Quelle que soit l'époque, l'adéquation entre femme et titre de film promet la vente. Mais que le mot « femme » soit le terme le plus « vendeur » jusque dans les années 1990 peut susciter quelques inquiétudes. A y regarder de plus près, l'on note cependant une évolution sensible qui explique la disparition de « Madame » et l'apparition de la « Femme ».

Dans les années 1970, la femme est encore assez manifestement un objet, grammaticalement (*L'Homme qui aimait les femmes, Mais qu'est-ce que j'ai fait au bon Dieu pour avoir une femme qui boit dans les cafés avec les hommes?*) mais plus évidemment encore sémantiquement. Des titres tels *La Femme aux bottes rouges* ou encore *La Femme en bleu* montrent bien que le titre pose volontiers la femme en objet visuel et bien sûr sexuel. Même s'il convient de revenir sur la lecture de ces titres, leur dimension ironique, quand elle existe, souligne cependant une réalité d'asservissement.

Dans les années 1990, les titres révèlent une émancipation de la femme encore assez relative. Des titres comme *Les Amies de ma femme, L'Homme est une femme comme les autres* ou encore *Hommes, femmes : mode d'emploi*, explicitent la question d'un rapport problématique entre les sexes et l'émancipation en ce que celle-ci s'affiche de façon paradoxale et ou ironique. Cependant, ils ne font souvent que renforcer le cliché sexiste. Ainsi, la double possession du titre *Les Amies de ma femme*, par le complément de nom et l'adjectif possessif, mine l'idée même de possession masculine que suggère le titre tout en la confortant. Jouant sur une autre forme de duplicité, le titre *L'Homme est une femme comme les autres* renvoie à l'expression « l'homme est un animal comme les autres ». Cependant, en ravalant l'homme au niveau de la femme, elle pose les prémisses d'une infériorité « animale » féminine un rien gênante. Quant au titre *Hommes, femmes :*

mode d'emploi, il s'amuse à ravalier hommes et femmes au rang d'objets, ce qu'il fait en réalité avec cette virgule qui à elle seule résume toute l'histoire du sexisme et qui s'inscrit finalement assez bien dans la lignée d'un autre titre, tout aussi sexiste, *Men Are From Mars, Women Are From Venus...*

Evidemment se pose ici le problème de l'homonymie entre personne de sexe féminin et épouse mais une recherche sur les mots « homme » et « mari » confirment ces remarques. Cumulés sur les deux périodes étudiées, le nombre de titres (15) utilisant l'un de ces deux termes-ci reste inférieur au nombre de titres comportant le mot « femme » (22).

La réapparition du terme suspicieusement respectueux « jeune fille » qu'affichent certains titres de films contemporains porte encore une ombre au tableau de cette émancipation. La trajectoire de ce terme dans les titres de film est d'ailleurs très éloquente. D'abord marque obligée de respect (*Le Roman d'une jeune fille pauvre* (1909), cette jeune fille romanesque – c'est également un titre de 1910 – commence à se déniaiser durant l'entre-deux-guerres (*Jeunes filles de Paris* (1936), *Une Jeune fille savait* (1948) et se dévergonde tout à fait en quittant les titres de comédie dans les années 1970. On la retrouve dans des titres de films à caractère érotique (*La Jeune fille assassinée* (1974), *Tamara ou Comment j'ai enterré ma vie de jeune fille* (1975) ou encore *Une Vraie Jeune fille* (1976). Elle devient alors « fille » dans les titres de comédies (6 occurrences), avec tout ce que ce terme comporte de soumission filiale et de rébellion sociale. Disparue des titres de comédies, elle « rentre dans le rang » dans les années 2000. On en veut pour exemple le titre d'un drame, *La Jeune Fille et les loups*

(2008). En effet, ce titre aux allures prudes masque mal le contenu latent de violence et de sexualité sur lequel il table.

Un titre, aussi court soit-il, c'est avant tout une association explicite ou non de mots. Que les mots associent explicitement « dispute » à « vie sexuelle », comme dans *Comment je me suis disputé... (ma vie sexuelle)* ou qu'ils suggèrent l'association de plusieurs termes comme dans « sortir du placard » pour le titre *Le Placard*, les titres ne « prennent » – comme on le dirait d'une sauce – que par la réaction linguistique « chimique » qu'ils entraînent. Le logiciel Hyperbase constitue, une fois encore, un instrument d'analyse efficace puisqu'il permet d'observer les associations de mots et donc de notions et de dégager ainsi les thèmes les plus saillants. L'analyse faite par le logiciel indique que les associations les plus fréquentes se font autour des mots suivants : « Paris », « femme », « amour », « aimer », « bon », « grand », « jeune », « beau », « César », « enfant », « le », « la », « les ». Ces termes ne doivent pas se lire comme une image d'Épinal que reflèteraient les titres, celle d'une « femme » à « Paris » « aimant » un « jeune » « beau », « grand » et « bon », « amour » dont naîtrait un « enfant », mais bien plutôt d'une image de référence naïve et stéréotypée *autour* de laquelle se forment les titres, même s'ils la remettent en cause.

L'amour par exemple dans les années 1970 n'a pas bonne presse, avec cinq occurrences seulement, et s'associe à des antonymes ou partenaires improbables⁶² (*L'Amour en fuite*, *Un Amour d'emmerdeuse*, *L'Amour chez les poids lourds*⁶³) ou bien encore se redessine avec les *Amours collectives* ou encore *L'Amour c'est gai, l'amour*

⁶² Il convient de mentionner ici le titre précurseur en cela d'Alain Resnais, *Hiroshima, mon amour*, à une époque où l'« amour » des titres français est encore très fleur bleue (*L'Amour, toujours l'amour*, *L'Amour est en jeu*, *L'Amour descend du ciel*, etc.).

⁶³ Il s'agit là d'une comédie érotique visant à subvertir le « porno » en en révélant le tournage.

c'est triste, titres dont les adjectifs vident le terme de son potentiel passionnel. Si la notion est dépréciée, le fait de s'aimer en revanche se conjugue à tous les temps et à tous les modes : *Dis-moi que tu m'aimes*, *Je vous aime*, *L'homme qui aimait les femmes*, *Lily*, *aime-moi*. Il ne s'agit sans doute pas d'un paradoxe: descendu de son piédestal dans les années 1970, on n'aime plus l'amour, on le fait.

Il convient de souligner les transformations du genre à cette époque: comme le souligne Raphaëlle Moine (227-8), la comédie « à la française » emprunte alors à la comédie « screwball » américaine des années 1930 et 1940 son « esprit désinvolte et loufoque ». Cet esprit caractérise précisément les titres mentionnés plus haut, se distinguant du comique populaire national de la série des *Gendarmes* avec Louis de Funès par exemple. Dans le même style « désinvolte et loufoque » de cette forme novatrice de comédie, un titre comme *Mords pas, on t'aime* affiche le pied-de-nez explicite que les titres de comédies font alors aux conventions à la fois titrologiques et sociologiques. On retrouve dans cette intitulation une tradition que Moncelet (127-8) qualifie de « folâtre » et qu'il fait remonter à Rabelais, Montaigne et avant eux Villon qui s'amusait à intervertir ces titres de bonimenteurs assimilés à des enseignes. Déjà ces auteurs déconstruisaient l'artifice du titre et par-là même les valeurs de l'œuvre d'une part et les valeurs socio-économiques auxquelles le titre faisait (et fait toujours) semblant de se référer d'autre part. En cela, le titre est un pont miné.

Le mot « amour » est encore moins présent dans les titres de comédies des années 1990 (3 occurrences), mais retrouve une place plus importante dans son adjectivation : individualisme oblige, il s'agit plus d'un état d'esprit ressenti individuellement, celui d'être amoureux, plutôt que du partage émotionnel que suggère le verbe « aimer » ...

Comme pour confirmer cette désaffection de l'amour, le terme est « relégué » aux titres des courts-métrages, souvent grinçants (*L'Amour déchiré*, *Amour, travail, santé...*, *La Polyclinique de l'amour*, *Rossignol de mes amours*). Réduit donc à la portion congrue, il figure cependant dans le titre du long métrage de Jacques Doillon. Ce titre, *Trop (peu) d'amour*, qui semble chercher un équilibre, une place impossible à trouver, donne toute la mesure de ce décalage que connaît alors la notion.

On note parallèlement dans les titres de comédies un retour à « Dieu » qui apparaît aussi comme mot-nœud dans le tableau précédent (Fig. 2). Quasiment absent dans les années 1970, Dieu revient en force dans les titres de comédies des années 1990 et plus encore dans les années 2000. Dans les années 1970, « Dieu » est associé, dans ses très rares incursions titrologiques, à des propos irrévérencieux avec *Mais qu'est-ce que j'ai fait au Bon Dieu pour avoir une femme qui boit dans les cafés avec les hommes?*. Depuis les années 1990, il semble osciller entre une association avec des termes moins divins (*Les Savates du bon Dieu* [2000], *Yvette bon Dieu !* [2008]) et des sentiments « plus chrétiens » [*Des Nouvelles du bon Dieu* [1996], *Dieu est grand, je suis toute petite* [2001] ou encore *Les Bureaux de Dieu* [2008]]. Qu'il redevienne « bon » ou, plus négativement, « bon Dieu ! », Dieu opère ainsi un retour indéniable. Là encore, on décrypte aisément une mutation sensible des valeurs – le retour d'un certain conservatisme ? – en tout cas, la recherche d'une spiritualité déboussolée.

Outre les valeurs changeantes mises en exergue par le lexique des titres de comédies, deux éléments linguistiques attirent l'attention. Lorsque l'on parcourt les listes de titres de comédie des années 1970, on relève tout d'abord la prééminence du registre familial. Sur 380 titres, 71 appartiennent au registre familial. Plus d'un titre sur cinq

empruntent donc à une langue rebelle, celle naturellement d'une époque qui cherche à s'échapper du joug d'un français « correct ». De *Comment réussir... quand on est con et pleurnichard* à *Vos gueules les mouettes!* en passant par *Moi y'en a vouloir des sous* ou encore *La Grande Bouffe*, les titres de comédies des années 1970 amplifient une tendance déjà amorcée par le scénariste et réalisateur Michel Audiard dans les années 1960 (*Le Cave se rebiffe*, *Les Tontons flingueurs*, *Les Barbouzes*, etc.).

Si le ton familier ne disparaît pas des titres de comédies, on en dénombre proportionnellement la moitié moins dans les années 1990. Il semble cependant qu'on y trouve une langue qui continue à innover dans ses pratiques intitulatrices. C'est le cas de titres comme *Aïe, Bouge !* ou encore *Delphine 1- Yvan 0* qui empruntent ici au vocabulaire sportif, là aux onomatopées, invitant le spectateur potentiel sur les chemins de traverses d'une interprétation ludique. Parallèlement, le rapport sémantique à l'œuvre tend à s'atténuer. Un titre comme *Va savoir*, à la fois impératif et désabusé, n'évoque que de très loin l'intrigue du film. En revanche, il rend parfaitement le ton lui aussi impératif et désabusé de cette comédie où se croisent la quête d'un manuscrit disparu de Goldoni, l'écriture d'une thèse sur les fibules et les démêlés amoureux du couple protagoniste. On trouve cependant dans ce choix de titre une réelle cohérence puisque le ton importe finalement plus que cette intrigue échevelée. En un sens, ce titre fait écho au *Fin août début septembre* d'Assayas dans lequel l'écrivain se débat avec la tyrannie du narratif : dans ce titre, il s'agit moins du moment de l'intrigue que d'un passage irréversible (la rentrée, le retour au narratif) auquel il est si difficile d'échapper.

Plus nette encore est la place que gagne l'anglais dans les titres de comédies françaises des années 1990. Dans les années 1970, un titre de comédie française sur 34

comporte au moins un mot anglais, dans les années 1990, ce chiffre passe à un titre sur 12. Evidemment l'anglicisation n'est pas un phénomène récent et l'on a exclu de ce décompte des termes comme « biz'ness » dans le titre *Charité biz'ness*, puisque le terme de show business existe déjà dans la langue française depuis les années 1950 (Robert 2086).

On peut se demander légitimement si l'anglais a remplacé l'argot et le vocabulaire familier qui explosait dans les titres de comédies des années 1970. Si l'effacement des frontières linguistiques peut se lire comme une bonne nouvelle, cette prépondérance d'une seule langue, l'anglais, est troublante. Certes, on trouve des titres espagnols (*Salsa*), italiens (*Dolce far niente*), rom (*Gadjo Dilo*) ou russes mais ceux-ci se comptent sur les doigts de la main. Phénomène intéressant toutefois, les titres espagnols sont au nombre de 5 dans les années 1990. Quant aux titres russes, ils n'apparaissent que pour partager la vedette avec l'anglais (*Gunblast Vodka* ou encore *Sex et perestroïka*). Ce melting pot géopolitique reflète l'hégémonie culturelle et linguistique de l'anglais et, si cela est encore à prouver, les liens ténus que ces langues et cultures entretiennent avec le pouvoir politique. Contre-poids à ce phénomène, des termes plus « exotiques » s'invitent dans les titres de comédies des années 1990. Sans se départir complètement de ces repères Paris-femme-amour-césar-enfant, ces titres reflètent des aspirations autres : (*G*)*rève party*, *100% Arabica*, *Métisse* évoquent ainsi des changements dans la configuration sociale qu'ils représentent. Mais on soulignera pour conclure la surdité des titres de comédies françaises aux vocables arabes ou créoles par exemple qui devront attendre les années 2000 pour poindre (*Bab el Web*, *Djogo*, *Djib*, etc. mais qui ne sont des films qu'en partie français).

L'évolution syntaxique

La comparaison des titres des comédies des années 1970 et des années 1990 met également en lumière une évolution syntaxique. Il s'agit d'une part de la place de l'article défini et d'autre part de l'importance de l'opération prédicative dans les années 1970 par rapport aux années 1990. S'il existe à l'endroit des titres ce que Bosredon appelle une réelle indifférence grammaticale « par rapport au contexte qui les reçoit » (158), « ces formes venues d'ailleurs, préconstruites dans un autre discours et caractéristiques d'un régime énonciatif fusionnant usage et mention, celui de la modalisation autonymique », livrent cependant des informations bien utiles sur ce qui se dit et se vend à travers ces titres de film. Comme le précise une autre spécialiste du titre pictural, Françoise Armengaud, « les titres n'appartiennent pas à la langue mais au discours » (12). Puisque tout discours est idéologique, cette étude nous permettra de faire quelques repérages en la matière.

Si certains termes, tels « femme » ou encore « amour », constituent des mots-clés dans l'intitulation des comédies, on remarque en observant le tableau représentant les mots-nœuds des titres de comédie des années 1970 et 1990 (Fig 2) que les articles définis y occupent également une place de choix. Cette importance de l'article défini dans l'intitulation a d'ailleurs fait l'objet, chez Bergson et dans d'autres études titrologiques, d'études approfondies (Bosredon en peinture, Adair et Moncelet en littérature).

Dans *Le Rire*, Bergson souligne le caractère générique de nombreux titres de comédies qui créent, grâce à l'article défini, des types déjà moqués par cette labellisation (125) : *L'Avare*, *Les Précieuses ridicules*, chez Molière, *La Mégère apprivoisée* chez

Shakespeare renvoient aux personnages de ces pièces mais également, explique Bergson, à des caractères « que nous rencontrerons encore sur notre chemin ». En cela, ces titres s'opposent aux noms propres qui intitulent des tragédies tels *Richard III*, *Hamlet*, ou encore *Phèdre* et *Britannicus*. Le tragique en effet se nourrit de la complexité d'une individualité qui n'est pas réductible à un pli caricatural. Il est donc logique d'intituler une pièce tragique d'un nom propre et une comédie d'un nom commun accompagné d'un article défini. Or cette caractéristique est particulièrement saillante dans les titres des comédies des années 70. Présent à plus de 75% dans les titres de comédies, l'article défini entérine la caricature d'une société figée dans un moule trop étriqué comme le suggère les titres *Le Gendarme* (et ses nombreuses déclinaisons), *Le Cavaleur*, *Les Pétroleuses*, la série des *Bidasses*, *Les Ringards*, etc. Le trait caricatural sémantique est donc renforcé syntaxiquement.

Dans un petit article très spirituel, Gilbert Adair évoque la notion pseudo-platonique d'idéal que fait naître dans l'intitulation littéraire et cinématographique américaine, plus qu'anglaise, l'utilisation de l'article défini « the ». En citant *The Bad and the Beautiful* de Vincent Minnelli, il souligne leur assimilation, grâce à l'article défini, à des archétypes nietzschéens allant au-delà de la moralité « middle-class » (158). Si l'utilisation de l'article défini dans les titres de comédies françaises des années 1970 partage ce regroupement autour d'un « idéal », celui-ci se forge précisément autour du rejet de la bourgeoisie. En cela, l'épicentre reste la bourgeoisie comme principe organisateur autour duquel se rallie ou s'éloigne les groupements sociaux qu'opèrent ces titres (*Fantasia chez les Ploucs*, *Les Ringards*, *Le Boucher*, *la star et l'orpheline*, etc.).

Par contraste, les comédies des années 1990 ne recourent à l'article défini que dans 55% de leurs titres. Si ceux-ci opèrent de nouveaux regroupements sociaux, ils sortent cependant de cette grille sociale si présente encore dans les années 1970: à quelle structure sociale au juste appartiennent *Les Enfants du Marais*, *Les Enfants du Soleil*, *Les Gens qui s'aiment* ? Certes, on retrouve des références à des archétypes sociaux, avec les Français très moyens que sont *Les Bidochon* par exemple, mais ces articles définis des années 1990 semblent plutôt offrir des îlots de redécoupages possibles d'une société de toutes façons éclatée. C'est le cas de titres comme *Les Apprentis* ou *Les Gens normaux n'ont rien d'exceptionnel*.

Cette catégorisation opérée par le titre trouve une adéquation plus évidente avec l'article défini qu'avec l'article indéfini. Cependant, on trouve un certain nombre d'articles indéfinis dans les titres de comédies des années 1970 mais plus encore dans les années 1990. Citons ainsi pour les années 1970 *Une Belle Fille comme moi* et deux décades plus tard *Un Type bien*, *Un Héros très discret*, ou encore *Un Indien dans la ville*. Cette opération d'extraction est citée par Bosredon, reprenant sur ce point la théorie de l'énonciation de Culioli, à propos de la peinture. Or cette extraction n'a rien d'étonnant dans le contexte des années 1990 qui connaissent une montée spectaculaire de l'individualisme.

Dernier point critique de l'utilisation des articles définis dans les titres de comédies, leur aspect plus particulièrement déictique. Comme le souligne Bosredon, l'article défini du titre d'une œuvre renvoie soit à une réalité – on l'a vu avec les types de Bergson – soit à sa confrontation avec l'œuvre (66) . Si Bosredon cite en l'occurrence *La Raie* de Chardin, on pourrait citer *Le Magnifique*, *Le Schpountz* (le remake de Gérard

Oury) ou encore *La Fille sur le pont*, titres qui ne naissent tout à fait que de leur rapport avec l'œuvre qu'ils nomment. Dans ce déictique se rencontrent donc, comme le souligne Bosredon, deux origines ; d'une part, la « mise en jeu d'une connaissance antérieure », d'autre part, la « construction *in situ* de l'unicité », celle de l'œuvre qui, avec ce titre, naît au monde. Cependant, à la différence de cette simultanéité visuelle qu'offre la lecture de la peinture et de son titre, le titre de film se lit généralement à l'écart de l'œuvre, phénomène d'ailleurs accentué par le générique, aussi intégré soit-il dans le film. Ce déictique est donc toujours à distance de ce à quoi il se réfère, or c'est dans cette distance que se joue le rapport du film à son titre. Ce flottement, c'est aussi l'indice d'un déictique souvent totalisateur, caricatural, volontiers faussé et faussaire en ce qu'il véhicule les traits forcés d'archétypes réduits à quelques mots et donc nécessairement réducteurs. Nous y reviendrons.

Autre élément révélateur des titres de comédies des années 1970 et 1990, la prédominance du verbe pour la première période, celle du substantif pour la seconde. Avant de se pencher sur ce contraste marqué, il faut d'abord remonter aux premiers titres cinématographiques qui, compensation du muet ou fait d'une transition littérature-cinéma encore récente, résumaient souvent l'intrigue en une phrase complète. Avec l'accroissement de la fréquentation et donc de la familiarité avec la consommation cinématographique, les titres vont peu à peu raccourcir se passant de plus en plus aisément d'un verbe projeté par l'imagination du spectateur.

On constate donc, à l'analyse lexicométrique de nos deux corpus, une résurgence du verbe dans les titres de comédies des années 1970 ainsi que de ses acolytes, les adverbes, pronoms et conjonctions. Le tableau représentant la répartition des codes

grammaticaux pour ces deux corpus illustre cette prépondérance verbale pour les titres de 1970 (Figure 3). Si l'on dénombre 126 verbes pour 380 titres, soit un tiers des titres comportant un verbe, on remarque aussi la grande variété de formes verbales, pas moins de onze en effet dont le futur antérieur et le conditionnel. Si le présent de l'indicatif représente la forme la plus fréquente, on note cependant un grand nombre d'impératifs (*Arrête ton char... bidasse !, Courage fuyons, Cours après moi que je t'attrape, Dis-moi que tu m'aimes, Touche pas à mon copain, etc.*). Ces opérations prédicatives fortement ancrées dans le présent, qui plus est lorsqu'il s'agit d'impératifs, correspondent, on s'en doute, à l'éclosion des revendications sociales et individuelles.

Outre les résultats chiffrés, une analyse détaillée permet également de repérer de très nombreuses opérations prédicatives, mêmes dans les titres sans verbe (*Alors... heureux ?* suggérant « Alors, tu es heureux ? » ou encore *George qui?* pour « Quel est le nom de famille de George? »). Dans son étude titrologique en peinture, Bosredon affirme d'ailleurs, en évoquant les titres, qu'« un nom n'a pas besoin d'être associé à une expression prédicative dans un schéma propositionnel pour être assuré d'être une « pensée complète » (32). Le style direct des titres des années 1970, marqué une fois encore par le grand nombre d'impératifs, confirme l'aspect hautement prédicatif de ces énoncés.

Dans son traitement de ces données, le Professeur Brunet souligne une anomalie : les déterminants qui devraient se trouver du côté du substantif, se placent « dans le camp du verbe, il est vrai près de la ligne médiane »⁶⁴. Il se peut cependant que la lemmatisation des titres pose un problème au logiciel de lemmatisation, explique-t-il « car il y a souvent trop peu de mots pour faire l'analyse et la structure grammaticale est

⁶⁴ Communication personnelle, email du 17 septembre 2008.

souvent incomplète ou elliptique ». C'est pourquoi on a pris soin, dans cette étude, de reconsidérer les données après leur traitement informatique. Or, il apparaît à la lecture de ces titres de comédies des années 1970 que, les déterminants sont également très présents notamment dans les compléments de ces verbes : *Les Bronzés font du ski*, *Les Charlots font l'Espagne*, *L'Homme qui aimait les femmes* comptent tous un verbe pour deux déterminants.

Par contraste, les titres des comédies des années 90 privilégient le camp du substantif avec ses acolytes, numéraux, prépositions, adjectifs, ce qu'illustre la figure 3. On peut lire dans cette caractéristique le désir d'épingler des caractères, des situations là où les titres de comédies des années 1970 privilégiaient l'action que souligne le verbe. Mais il s'agit aussi avec cette substantivation massive de figurer une représentation d'un monde qui se cherche, représentation toujours en fuite puisqu'elle est toujours à déchiffrer, à « déplier ». En effet, un titre comme *Antilles sur Seine* ne se lit que dans les plis de la représentation qu'il donne : il évoque dans une association inattendue les banlieues riches comme Neuilly-sur-Seine et l'immigration antillaise mais aussi la « scène » que constitue la métropole pour les Antilles ; l'interprétation des titres de film donne d'ailleurs lieu à des discussions nourries sur les forums en ligne. Tout récemment une discussion entre spectateurs, sur le site *Rue89*⁶⁵, explorait les sens qui se cachent dans le titre *Les Bureaux de Dieu*. L'un des participants se demandait pourquoi l'on trouvait dans le titre de ce film sur l'avortement une référence à Dieu – « Drôle de titre pour parler de la condition féminine ! » ajoute un autre. D'autres participants évoquaient alors tour à tour un rapport avec l'expression « les faiseuses d'anges » et un lien avec le fait

⁶⁵ *Rue89* se décrit comme « site d'information et de débat indépendant et participatif ». On peut retrouver toute la discussion sur *Les Bureaux de Dieu* sur <<http://www.rue89.com/2008/11/07/les-bureaux-de-dieu-un-film-dinteret-public?page=0>>.

que les bureaux du Planning Familial sont rarement au rez-de-chaussée et par là même plus près de Dieu et des décisions divines. On le voit bien, le titre en ce qu'il se place du côté du spectateur échappe forcément à une interprétation exhaustive.

Dans ce retour en force des substantifs des années 1990, on retrouve la prédilection du langage publicitaire qui puise dans le nom sa force de condensation (Hronová 110). Mais plus encore que cette condensation, le titre de film, comme la publicité, tablent sur l'imagination à laquelle ils prétendent laisser libre cours. Car c'est dans ce sentiment de liberté interprétative que se cachent les ressorts idéologiques de la titrologie filmique.

Les titres de comédies épellent donc en toutes lettres les grands courants des années 1970 et 1990 : en 1970, elles reflètent la forte poussée féministe et la rébellion contre un ordre bourgeois alors que dans les années 1990, les titres de comédies, plus éclatés dans leurs formes et dans leurs références sémantiques, dépeignent une société déboussolée à la recherche de repères qui se veulent autres.

Cette mutation des valeurs, des registres et de la syntaxe correspond, là encore, à une métamorphose de la comédie en tant que genre qui n'est, elle-même, pas étrangère à ces mouvances idéologiques. Cette métamorphose du genre se retrouve dans la réception du titre dont la lecture se complique à mesure que le public s'aguerrit à ses techniques. En effet, avec l'accélération constante du rythme de sortie des films, les titres doivent redoubler d'inventivité et c'est la surenchère de la donne ludique qui lui permettra de convaincre le spectateur hésitant. Comme l'indique Raphaël Moine, (226) – on l'a vu plus haut – les « comédies d'auteur » des années 1990 réconcilient « genre inférieur » et

« auteur », burlesque et littérature ou, tout du moins, réhabilitent les références à une tradition littéraire ou culturelle qu'entérinent des titres comme *Le Château de ma mère*, *L'Annonce faite à Marius* ou *Versailles Rive-Gauche*. Ces comédies, et plus particulièrement celles de jeunes réalisateurs comme Podalydès, Jaoui, Labrune, se placent dans les années 1990 sous l'héritage d'une tradition littéraire souvent liée à Marivaux (Moine 228). En aval, on rencontre de titres « marivaudeurs » correspondant à des expressions idiomatiques explicitement à double-sens (*Un Air de famille*, *Rien ne va plus*, *Fallait pas !...*) dont l'opacité aurait probablement rebuté le spectateur des premières décades du cinéma.

Ces titres, dont le ressort consiste en l'exploitation souvent pince-sans-rire du tissu épais d'un patrimoine culturel commun, frappent du sceau de la désuétude l'opposition entre cinéma commercial et cinéma d'auteur, phénomène que souligne encore Raphaëlle Moine. Si le titre de comédie des années 1970 recherche la « provoc' », celui des années 1990 provoque la recherche. Cette recherche, c'est l'investigation cognitive que suscite, à la façon d'un stimulus, le titre de film, en référence à ce patrimoine culturel commun, plus ou moins encrypté dans des références codées – ainsi *Comme elle respire* fait référence à l'expression idiomatique « elle ment comme elle respire », *Cible émouvante* à « cible mouvante » et *Le Péril jeune* au « péril jaune ». En cela, la comédie retrouve sa « légitimité culturelle » (Moine 226) et dans ses titres, ses lettres de noblesse. On l'a vu au chapitre précédent, ces titres, et plus encore ceux des comédies, en appellent à l'esprit du mot d'esprit. C'est cette première jouissance de l'économie du titre qui doit attirer le spectateur potentiel. Cette revalorisation de la comédie à la française qui, comme le titre, met en avant des valeurs, partage avec celui-ci

un rapport de représentation au public complexe : faute de pouvoir tabler sur des références littéraires trop précises, le titre mise sur les traces de cet héritage culturel en privilégiant le jeu de mot. Le « décorticage » du titre, devenu alors avatar dilué du goût pour la littérature, s'inscrit en tout cas dans la lignée d'une tradition de lecture en miroir.

Mais cette lecture en miroir fait subrepticement écho, pour reprendre la formule de Françoise Armengaud, à « *une sorte de voix qui nous a à l'œil* » (13). La critique d'art emprunte là à une définition moins connue du mot « titre » donnée par le Littré : « Lieu, relais où l'on poste les chiens pour courir la bête à propos quand elle passe ». Avec le titre de film et le titre de tableau, il semble bien aussi qu'on ait affaire à un titre qui, comme l'écrit Butor, « *court avec, allant devant comme une sorte d'annonceur (...), maître de cérémonie (...) [qui] nous surveille* » (167). Sorte de « big brother » qui nous épie partout dans la ville et y affiche « nos » valeurs, ce titre devient régisseur et (se) fait notre perception. Démesuré à l'affiche, le titre de film suggère une surveillance omniprésente du titre, sorte de panopticon qui veille au grain (de la pellicule) et selon ses termes, « « gourmandera », à tous les sens du mot, toute tentative de sapide rencontre entre un regard et une image » (Armengaud 13). Cela suggérerait que le titre cadre, voire mutile ma perception du film, et que ses modes mêmes n'ont rien de léger mais répondent plutôt aux caprices de l'idéologie.

Si la comédie est le miroir de nos œuvres, son titre reflète des pratiques détournées de lecture et de réception, plus parlantes encore quand on les déchiffre. Or qui, derrière le miroir, nous dicte nos faits et gestes ?

CHAPITRE IV

Conter/Compter/Comptabiliser le titre

Le titre de film, c'est, on l'a vu, une valeur littéraire, une valeur culturelle, mais qu'en est-il de sa valeur économique ? Comment le décompter pour mieux le conter ? Concrètement, quelles données peuvent être réunies pour permettre d'achever cette réflexion titrologique sur le cinéma français des quarante dernières années ?

Dans un premier temps, on proposera, en s'inspirant de la conception derridienne du titre-monnaie, une analyse du titre de film à l'affiche comme capital visuel (sorte de billet de banque représentatif de nos valeurs culturelles) inscrit dans un système économique, juridique et culturel balisé. Dans un second temps, on examinera le titre de film comme fausse-monnaie et la vacuité vertigineuse de ce signe en s'inspirant de la théorie de l'échange de Glissant. L'enjeu de cette analyse est d'identifier ou tout du moins d'approcher le point de (non) rencontre entre le titre de film et son public.

Le titre de film comme valeur

La valeur du titre repose sur la notion de vu et de non-vu. Comme en atteste le *Dictionnaire historique de la langue française*⁶⁶, le mot « titre » correspond déjà au XIV^e siècle à une inscription à voir : ce « titre », on le voit sur les tombeaux, les monuments commémoratifs, sur la croix du Christ (il s'agit de l'écrêteau) puis sur la monnaie. Dans tous les cas, il s'agit d'un objet par le truchement duquel une histoire se donne à voir en s'abstrayant dans un énoncé minimal. Ces énoncés deviennent alors des

⁶⁶ A. Rey, *Le Grand Robert de la langue française*, Paris, Dictionnaires le Robert, 2000, p. 2281-2282.

formes de capital, capitaux collectifs d'une mémoire à partager visuellement tout d'abord en un paysage-mémoire.

Pas étonnant donc que le titre de film joue de cette dimension visuelle, voire scénique, pour se mettre en scène. Tête d'affiche, en-tête de critiques cinématographiques, démesuré à l'écran, le titre se hisse pour promouvoir et (s'auto-) valoriser. Derrida ne dit pas autre-chose lorsqu'il affirme : « ... un titre, un en-tête, est un capital » (a1991 : 127). Toute la mesure de cet énoncé se révèle dans la participation, en général, de plus en plus active des producteurs et distributeurs au choix du titre puisqu'il s'agit pour eux de « rentrer dans leurs frais » et de voir le capital prospérer le plus possible. Les titrologues, dont Hoek ou encore Moncelet, n'ont d'ailleurs pas manqué de faire remarquer que les lettres du titre, souvent *capitalisées*, participaient elles-mêmes à cette (auto)inflation du titre. Le titre auto-annobli, par la dimension visuelle, filmique si cotée aujourd'hui, devient du même coup auto-pourvoyeur de valeurs. Mais, phénomène intéressant, cette auto-valorisation ne tarde pas à s'é mousser, à se déprécier, une fois aux mains des spectateurs qui souvent l'oublie nt ou le déforment: si le titre de film ne cesse de clamer haut et fort des mots qu'il s'applique ainsi à faire valoir, on remarque que ces capitales tendent à disparaître dans les titres de film dont on peut trouver des extraits sur Youtube ou DailyMotion. Il semble même que plus le film est commercial plus il perde facilement ses capitales : *Les Fraises Sauvages* (qui en gagne une) contre *les visiteurs* (qui en perdent deux)... reflètent évidemment aussi dans leur graphie le respect d'un autre capital, celui des protocoles de rédaction dans une économie culturelle donnée.

Kolstrup, dans son exploration des ancêtres du titre de film⁶⁷, l'associe à un « moyen » (« means ») d'interprétation, d'archivage. Ce terme n'est pas anodin puisqu'il recouvre aussi une réalité financière. Le moyen, c'est ce qui permet de faire quelque chose, le viatique, le pouvoir, dans notre société, conféré à l'argent. Or il s'agit bien de cela, le titre est un moyen : il permet de guider mais il *est* aussi un droit de péage, comme autrefois à l'orée des villes, ou encore droit d'appontage, qui nous fait aborder la fiction. Celui qui *a* ce moyen, ce guide dans sa perception du film, *possède* un peu plus avec ce titre-avoir que celui qui ne le *saisit* pas. Bien sûr, un autre pourra avoir toutes sortes d'autres moyens pour guider son interprétation du film mais ce moyen, le titre, constitue, de par sa double nature référentielle et poétique, un surplus de valeur. Avoir le titre, c'est avoir une valeur qui enrichit ma perception du film, qui me le fait donc un peu plus posséder. A l'inverse, avoir le titre pour l'auteur et/ou le producteur, c'est aussi avoir le pouvoir de faire circuler un bien : grâce à son titre, le film peut commencer sa course.

Le titre littéraire a d'ailleurs fait l'objet de rapprochements avec le papier-monnaie qui remplace aussi un bien absent et se fait le représentant de valeurs financières et culturelles (Shevlin, 1999 : 58). Plus encore que le titre seul, l'affiche de film présente toutes les caractéristiques du papier-monnaie. Comme ces billets qu'on brandit pour montrer qu'on a l'argent, les affiches de film exhibent des titres prometteurs de valeur et font trôner en leur centre des lettres ou chiffres renvoyant à des valeurs reconnaissables par tous. Ces énoncés minimaux apposés sur des images colorées représentent des personnages importants (Washington, Debussy pour les billets, Clint Eastwood ou Brigitte Bardot pour l'affiche par exemple), des objets symboliques (le pont du billet

⁶⁷ S. Kolstrup, « The Film Title and its Historical Ancestors » in *P.O.V.* 2, Nov. 1996.

européen, symbole d'union ou un ballon rouge pour l'affiche), tous symboliques d'un cadre de référence, d'une autorité à la fois autoriale et autoritaire.

Mais une fois converti, traduit dans une autre langue, que reste-t-il de ce titre ? Cette opération de change, ce recodage culturel du titre de film a inspiré à Shohat et Stam⁶⁸ une analyse de la langue et du pouvoir. Il y a certes, expliquent-ils, les inconstances de la traduction de titres, telle *La Nuit américaine* devenue *Day for night*. Quoique techniquement très exacte, cette traduction oblitère une américanité chère à Truffaut. Si le titre y est réfractaire (devant l'impossibilité de la tâche), il ne se soustrait pas à la traduction, pression du marché oblige. La traduction engendre alors une valeur autre, un capital qui, s'il laisse quelques plumes dans la transaction, n'en génère pas moins de nouveaux fonds, financiers (avec les recettes de la distribution à l'étranger) et culturels. Plutôt que de faire le procès (suspect) d'une souillure trans-linguistique, Stam et Shohat invoquent la différence derridienne dans cette réécriture du titre de film, lui-même d'entrée de jeu volontairement ambigu : la traduction influence la lecture dans un sens alors encore autre.

En effet, la traduction du titre reflète la perspective de l'allocutaire (celui à qui s'adresse le discours) sur la culture originale du film (ce que les gens vont probablement y voir). Qui plus est, les traductions prennent parfois les couleurs inattendues de la culture réceptrice. Dans l'interstice qui sépare le titre américain *There is Something about Mary* de *Mary a un je ne sais quoi* au Canada et *Mary à tout prix* en France, se lisent aussi des proximités géo-linguistiques et géo-culturelles complexes, notamment dans ce « je ne sais quoi » devenu plus commun en anglais qu'en français. La traduction ne trahit

⁶⁸ E. Shohat et R. Stam : « The Cinema After Babel: Language, Difference, Power », *Screen*, 26, 1985, p. 35-58.

pas, elle dit au travers et fait entendre, même dans ses notes discordantes, la multiplicité du monde, son dialogue de sourds mais aussi les interférences captées ou générées, fécondées par une autre culture parfois contre toute attente. Il semble bien que ces exportations fassent prospérer le capital dans son exploitation culturelle et financière. Les titres, en circulant, se transforment idéologiquement et abandonnent des valeurs pour en épouser d'autres. Devenus paroles plurielles, ces titres, au-delà des films qu'ils promeuvent, représentent une relation constamment changeante au pouvoir (pas toujours pour le meilleur), et régénèrent le dynamisme de la langue dans le monde.

Comme le billet de banque, le titre de film, par le biais de l'affiche notamment, permet la circulation d'un bien. Tous deux, en cousinant avec le logo, représentent, comme l'affirme Bruno Di Marino (2000 : 80) une « stratégie complexe de communication et de marketing » (ma traduction).

Le titre sert de plus en plus à faire circuler le film, de moins en moins à le décrire. C'est en tout cas ce qu'affirme Kolstrup qui, en retraçant l'histoire, observe une évolution du titre de film : légende picturale à ses débuts (tel *L'Arrivée d'un train en gare de la Ciotat*), le titre se libère peu à peu du descriptif pour évoquer, avec l'avènement du cinéma commercial, le narratif. On compte ainsi pas moins de 36 résultats sur IMDb pour des titres contenant l'expression emblématique de la narration *Il était une fois*⁶⁹, récurrence qui montre aussi que le cinéma n'est plus un conte de fée. Ce narratif disparaît aujourd'hui dans un certain cinéma qui cherche à s'en démarquer. Ainsi *Fin août début septembre* d'Assayas correspond moins à un marqueur temporel narratif qu'à un état, le passage à la maturité – en l'occurrence vécu par l'artiste-protagoniste qui cherche

⁶⁹ Voir aussi Nicole de Mourgues sur la « diégétisation » du titre de film. N. de Mourgues, *Le Générique de film*, Paris, Klincksieck, 1994, p.226-227.

notamment, on l'a vu plus haut, à se départir d'un narratif tyrannique. Cette préoccupation esthétique ne concerne cependant que certains auteurs puisqu'à l'inverse, nombre de films sont rebaptisés pour mieux se vendre. On se souvient ainsi de *L'Atalante* rebaptisé *Le Chaland qui passe* par la Gaumont, malgré les souhaits de Jean Vigo, pour évoquer une chanson très populaire à l'époque – la publicité expliquait même que cette chanson, oubliée maintenant depuis longtemps, en était la source⁷⁰. Car pour que le film se vende, il lui faut un titre accrocheur (fonction repérée par les fondateurs de la titrologie : Hoek, Duchet, etc.). La performance du titre, évoquée dans le premier chapitre, plus que celle du film est capitale aux yeux des distributeurs qui attendent du titre son « pesant d'or ». Là encore, le titre partage son statut performatif avec le billet de banque: tous deux prétendent dire « vrai » (Grivel, 1973 : 171) et se posent en métaphore d'une jouissance promise.

Le parcours étymologique du mot « titre » montre d'ailleurs à quel point ce dernier épouse les valeurs prédominantes d'une société jusque dans son statut éminemment performatif. A l'époque où l'on employait encore le terme « title » (du latin, « titulus »), ce mot renvoyait à un écriteau indiquant des performances, par exemple des triomphes guerriers – les mêmes que porteront aux nues les films épiques hollywoodiens. Armengaud, dans son étude du titre en peinture, énumère : « Panneau apposé sur la maison à vendre, écriteau suspendu au cou de l'esclave sur le marché, enseigne de boutique, inscription monumentale ou épitaphe funéraire, le *titulus* exhibe d'abord une force verbale déclarative, notifiante, proclamatoire » (9). Si elle en souligne ce que Hoek appelle la « valeur illocutionnaire » – et associe à une fonction de « contractualisation »

⁷⁰ C'est ce qu'explique Derek Malcom dans son article « Jean Vigo: L'Atalante » in *The Guardian*, 4 février 1999. http://film.guardian.co.uk/Century_Of_Films/Story/0.4135.36066.00.html. Consulté le 15 avril 2008.

(273) et de dramatisation (275) – elle néglige ici cependant deux éléments cruciaux: d’une part la notion de valeur, de commerce voire d’asservissement, d’autre part, le passage du support au contenu même puisque le titre privilégie de plus en plus l’écrit. Ce parallèle entre titre de film et billet de banque pourrait bien leur trouver des ancêtres communs dans cette définition du titre en ancien français qui l’associait à la marque qu’un poinçonneur apposait en chef sur une pièce de monnaie. En validant, c’est-à-dire en donnant de la valeur à ce symbole de jouissance pécuniaire, le titre préparait déjà le terrain d’un désir. De la même façon, le titre de film attise le désir, désir pré-calibré dès le titre puisque le public d’*Out 1, Noli me tangere* de Rivette ne parle volontairement pas à un public aussi large que celui d’*Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre* de Chabat. En cela, le titre de film constitue, comme le titre de monnaie, un « véhicule commercial sophistiqué » (Shevlin, 1999 : 44, ma traduction).

En effet, la marchandisation du titre de film passe par des codes culturels, quels qu’ils soient, sur lesquels il se fonde. A cet égard, la visualisation du titre participe de cet encodage culturel et délivre des messages parfois opposés à partir d’un même titre. C’est le cas du titre *Film* qui renvoie sur IMDb à pas moins de sept résultats dont celui d’Alan Schneider, avec Buster Keaton, et écrit par Samuel Beckett (1965). Et comment ne pas citer le film de François Ozon intitulé *Sitcom* qui détourne les fonds de la référence filmique et télévisuelle? Parce qu’ils jouent sur le visuel, les titres de film se posent doublement en « formules verbales condensées qui incorporent des codes culturels et qui font des promesses spécifiques au lecteur sur le contenu textuel » (Shevlin, 1999 : 64). Car saisir un titre, c’est posséder, voir des codes culturels, c’est déceler dans ce titre un avoir, à faire valoir sur la compréhension du film. Cette valeur ajoutée correspond à la

description derridienne du titre : « Le titre tire sa valeur de titre de son pouvoir de produire de la valeur et de la plus-value par l'opération économique, l'opération d'économie, d'épargne et de potentialisation qu'il performe » (*Parages* 244)

Au cinéma, c'est avec ce titre-avoir /à voir qu'on fait venir le spectateur. Comme l'explique en 1802 le philosophe et économiste Adam Smith, la richesse ne repose pas sur des valeurs figées mais au contraire façonnées par la loi de l'offre et de la demande qui projette sur l'objet convoité un prix augmenté par le désir (I, 4). L'échange de biens, en l'occurrence la vente du film, repose sur cette notion d'échange et dépend, en partie du moins, de ce titre plus ou moins attrayant. Lorsqu'il paie pour son film, le spectateur accorde alors moins de valeur à l'argent dépensé qu'au titre (ou à la promesse qu'il fait) qu'on va (a)voir. Parce que le spectateur saisit le titre, il vient faire valoir cet avoir en achetant son ticket ou le DVD ainsi intitulé. Certains mots, porteurs de valeurs vendeuses (comme la référence aux femmes dans les titres de film des années 1970 et 1990), stimulent la consommation et la circulation du film. Qui plus est, le titre fait partager au spectateur son auto-inflation puisque que le spectateur lui-même, grâce à cette compréhension des codes culturels, devient un ayant droit, un spectateur attiré, invité à partager ce capital et à entrer dans le cénacle des initiés de ce titre – quelque passive que soit sa réception, le titre du film vu figurera désormais à l'actif (encore un terme économique) du spectateur.

La mise en rouage de cette machine économique ne se fait pas toujours sans heurts. Preuve de son existence, cette marchandisation suscite parfois la colère de spectateurs (du titre seulement) pour lesquels la reprise d'expressions religieuses tels *Ceci est mon corps* ou *Je vous salue Marie* est inacceptable. Ces titres, retirés de

nombreuses salles en France et dans le monde, entravèrent, pour un temps seulement, l'exploitation commerciale de ces œuvres. En empruntant au domaine gardé de la religion, ces titres s'inscrivaient dans une économie de marché, incarnation d'autant plus intolérable que les affiches correspondantes montraient des corps nus. Les titres constituent donc aussi une valeur subversive puisqu'ils font ressortir la valeur des mots, qu'ils forcent et bousculent l'ordre préétabli de la langue – qu'il soit religieux ou non.

Cette marchandisation ne connaît de sacré que le box-office. On sait par exemple que le mot « mort » vend moins bien que le mot « vie », et ce plus encore aux Etats-Unis qu'en France si l'on en croit les chiffres de l'IMDb. Ainsi, dans l'intitulation filmique américaine, « death » apparaît deux fois moins que « life » (608 titres de film contenant le premier terme contre 1261 pour le second). En France, la mort semble faire moins peur avec une disproportion nettement moins accentuée (182 contre 308). Certaines notions s'affichent moins volontiers que d'autres suivant les époques et les cultures mais cachent aussi dans leur silence les tabous d'une société. A la suite de Jean-Louis Flandrin qui s'est intéressé aux notions qu'affichent et que cachent les titres d'ouvrages français relatifs à l'amour et à la sexualité au cours des quatre derniers siècles⁷¹, on remarque que le mot « adultère » tend à disparaître des titres de films français. Cette tendance n'est pas sans rapport avec sa dépénalisation en 1975 et tendrait à montrer que ne figurent dans les titres que les termes juridiquement pertinents. Avec les titres de film, ce sont donc les notions-clés d'une juridiction qui se dessinent en filigrane.

Le mécanisme économique a donc son pendant juridique. En attestent les longues tractations qui précèdent la sortie du film. Comme le démontre Shevlin à propos du titre

⁷¹ J.-L. Flandrin, « Sentiments et civilisation : sondage au niveau des titres d'ouvrages », *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*, 20^{ème} année, septembre-octobre 1965, n° 5, 939-967.

littéraire, le titre est une entité complexe qui véhicule des « complexités verbales » plus ou moins négociées entre un éditeur/producteur, un distributeur et/ou un auteur. Au contrôle qu'exerce l'éditeur, Shevlin oppose le rôle herméneutique de l'auteur qui oriente ainsi le lecteur/spectateur. L'interaction de ces trois types d'acteurs dans l'intitulation génère des contrats implicites entre œuvre et public, explique-t-elle : il s'agit alors d' « équilibrer la responsabilité du titre comme guide textuel et sa fonction commerciale » (57, ma traduction). Ces négociations aboutissent lorsqu'un titre est arrêté. On peut rapprocher, en cela, l'apparition des lois de copyright en littérature en Angleterre au XVII^{ème} qu'évoque Shevlin aux informations requises par le Centre National du Cinéma en France ou la Motion Picture Association of America. Dans tous les cas, l'œuvre ne peut être reconnue publiquement sans qu'ait été soumis un titre.

Or, on l'a vu, derrière cette légalisation se cache une violence du contrat qui force l'accord de deux ou plusieurs parties. Car le titre opère *nécessairement* une violence, un détournement en ce qu'il donne un nouveau sens à des mots déjà connus du public. Ce recadrage forcé du langage doit attirer l'attention avec du connu qu'il doit faire passer pour de l'inconnu. En cela, il devient un imposteur mais comme le souligne Shevlin, un imposteur légal (65). En effet, le titre, explique-t-elle en reprenant Barthes, est légitimé d'une part par sa fonction annonciatrice qui lui fait nommer l'œuvre annoncée, d'autre part par sa fonction déictique qui l'inscrit dans un système de références culturelles préalablement codifiées qu'il entérine (68). A cette double valeur s'ajoute le contrat tacite avec le public qui, depuis les bouleversements narratifs de la Nouvelle Vague surtout, accepte qu'un titre soit trompeur : le présent du titre allie le passé déictique et le futur

annonciateur dans cette fausse *représentation*, fausse dans la mesure où elle impose le présent intemporel de la représentation.

Sa légalité enfin se trouve renforcée par le droit d'auteur que lui reconnaît la loi dans certains pays. Dans son analyse de la juridiction européenne du film, Kamina remarque que, si le droit britannique, à l'instar du droit américain, n'accorde pas de copyright au titre de film, le droit français, centré sur la création artistique, lui accorde en revanche une pleine reconnaissance (105). En atteste la poursuite engagée à l'encontre de la société de production Arena Films pour le titre du film *On connaît la chanson*, plainte rejetée en terme de référé mais qui dit le poids du titre, son appartenance et donc sa valeur en termes contractuels. Le tribunal explique dans le texte du référé que la réutilisation de ce titre (d'une émission radiophonique) n'est pas illicite puisqu'il s'agit d'« une locution d'usage figurée et familière procédant du langage quotidien »⁷². Ce cas juridique est d'autant plus intéressant que, dans ce film de Resnais, la question du droit d'auteur est fondamentale. Cette comédie musicale a en effet confronté Resnais à de multiples problèmes juridiques puisqu'il a lancé la production sans savoir s'il obtiendrait tous les droits pour la quarantaine d'extraits de chansons qu'il avait sélectionnées pour le film⁷³ – ce qui l'a d'ailleurs décidé à tourner, par précaution, une version du film sans chanson. *On connaît la chanson* se fonde donc sur des citations orales, celles de chansons

⁷² Le site de la Cour de cassation rassemble les informations concernant ce référé: http://www.courdecassation.fr/jurisprudence_publications_documentation_2/bulletin_information_cour_cassation_27/bulletins_information_1998_1011/no_478_1092/jurisprudence_1093/cours_tribunaux_1096/titres_sommaires_arrets_2724.html

⁷³ On cite ici François Thomas et son analyse de *On connaît la chanson* dans un cours de cinéma de l'Institut National d'Histoire de l'Art donné le 30 avril 2008 <<http://video.google.com/videoplay?docid=-8607046419331455057&ei=XVcoSaGLFYWiqgKbyPnnBg&q=+on+connait+la+chanson>> consulté le 23 novembre 2008.

qu' « on connaît » déjà⁷⁴. Or l'humour qui consiste à marier ces chansons populaires, succès artistiques mais plus encore économiques, à des situations quotidiennes ou saugrenues ne se goûte tout à fait que dans l'identification du titre. C'est le cas de la scène où un André Dussollier transi d'amour, agent immobilier et surtout passionné d'histoire, se retrouve en hussard lors d'un défilé pour chanter le tube de Bashung, « Vertige de l'Amour ». Le titre de la chanson une fois identifié nous ramène à cette chanson connue du titre de film, ou peut-être pas si connue puisqu'elle peut encore surprendre et faire rire. Comme l'explique Kamina, le titre de film français fait l'objet d'une juridiction parfois difficile à suivre et il semble que la justice elle-même s'y perde un peu ici aussi puisque le juge décide de renvoyer l'affaire devant un juge du fond, plus apte à régler le litige.

Par ailleurs, il remarque que les juridictions du titre de film et de la marque déposée se rejoignent parfois. Cette importance commerciale du titre est bien connue des avocats spécialistes de la question : dans une présentation sur la représentation juridique des producteurs de film, Maître Renault évoque ainsi l'interdiction juridique de la vente de tee-shirts portant l'inscription « Brice » en référence au film *Brice de Nice* qui, point de litige, reprenaient explicitement le logo de Nike⁷⁵. La forme donnée aux lettres du titre constituait en somme un détournement de fonds, ceux de Nike. Afin d'illustrer la mise en avant (littéralement) de cette hiérarchie qui donne la première place au producteur, Metz calque sa préface au livre de Nicole de Mourgues, *Le Générique de film* sur le générique de film (7). Quoique point culminant du générique, le titre se trouve alors noyé sous des

⁷⁴ Je remercie le Professeur Giancarlo Lombardi de m'avoir attiré mon attention sur les droits d'auteur de ces chansons.

⁷⁵ Exposé juridique disponible sur : http://www.mediadesk.lt/images/rights%20clearance_cace%20studies_ch.%20e.%20renault.ppt.

noms directement liés à l'investissement financier et à l'appareil juridique de sa commercialisation plus qu'au crédit intellectuel et artistique de l'auteur. Afin de taire ces impératifs commerciaux ou de les faire mieux « passer », nombre de metteurs en scène ne font apparaître leurs titres qu'après une ou plusieurs scènes. Cas extrême, Jacques Becker laisse son titre, *Le Trou* (1960), s'évader en le plaçant à la toute fin du film.

Comme le font remarquer, à la suite de Roger Odin (1980), Bruno di Marino (2000) et Valentina Re (2006), le générique propose un embrayage entre réalité et représentation. Au cœur de cet embrayage, le titre de film incarne en toutes lettres, comme le souligne Duchet (50), la rencontre d'énoncés artistiques et publicitaires et en fait « un message codé dans une situation de marché ». Lieu de rencontre entre les divers acteurs de sa création (industrie filmique et public⁷⁶), le titre pose les termes d'un contrat dont l'application dépend de la résonance que les termes trouvent chez le spectateur éventuel. Et c'est dans cet interstice de la réception que se jouent, se tordent, se travaillent les relations du spectateur au film, à l'œuvre et à la représentation du monde.

Le titre de film comme fausse-monnaie

A la fois nulle part et partout, le titre de film se révèle insaisissable – qui peut jamais prétendre avoir fait le tour d'un titre, quelle que soit la teneur de son cotexte ? De par sa multi-référentialité, le titre de film glisse et échappe. Ainsi, dans *Donner le temps*, Derrida souligne à propos du titre du poème de Baudelaire « La Fausse-monnaie » qu'il y a deux référents : ce qu'on appelle communément fausse-monnaie *et* le texte de

⁷⁶ Comme le fait paradoxalement remarquer le Groupe Mμ cet autorat est multiple: « Les titres de film n'ont qu'un auteur: le marché du cinéma » (96).

Baudelaire (112). Il en est de même au cinéma : *On connaît la chanson* (Resnais 1999) nomme et (fait semblant de) se moque(r) de ce contexte, déjà trop connu ? C'est précisément sur cette multiplicité référentielle que joue le titre qui l'encapsule pour mieux se déployer à l'écran sur un mode intermédial puisqu'il s'agit de musique avec les chansons entendues et reconnues mais aussi du narratif avec les classiques chassés-croisés amoureux. Mais là où on l'« on connaît moins la chanson » (ou trop diront ses détracteurs), c'est dans la maîtrise du traitement cinématographique qu'en fait Resnais.

S'il est insaisissable, le titre est également incontournable, et ce plus encore à l'ère numérique où l'ordinateur donne un titre générique, « Document1 » par exemple, à tout fichier informatique (Kolstrup 2). S'il est le lieu de l'archivage (électronique ou pas), il constitue aussi, on l'a vu, le locus de la transformation de l'œuvre en produit de consommation. D'où peut-être le désir chez certains de s'y soustraire. En réclamant vainement l'anonymat, les films intitulés *Sans titre*, et ils sont légion, redoublent l'inéluctabilité de la nomination.

Descendus de l'affiche sur les écrans de nos ordinateurs, les titres se rapprochent constamment du spectateur qui les possède aussi plus facilement sous forme de DVD ou de fichier téléchargé en ligne. Il faut évoquer ici l'attente anxieuse des internautes pirates pour lesquels l'apparition du titre convoité signale l'accomplissement d'un désir, celui du téléchargement, prometteur d'un autre, celui du film à voir.

Le titre est maintenant sur, devant, partout et nulle part puisque de plus en plus virtuel. Il ne constitue plus la (première) ligne de départ du film. Cette délinéarisation du titre que Derrida (*Donner le temps* 114) évoquait déjà, ne remet pas en cause sa mise en avant. Il souligne que « [*le titre*] (je) s'intitule et s'« autonome », mais sans le dire »

(128). Auto-nommé et autonome, le titre de film réapparaît parfois sous d'autres formes sans qu'il y ait nécessairement rapport entre les cotextes, notamment dans les titres de films pornographiques (tels *Le Seigneur des anus* ou *Bananes mécaniques*). Cette intertextualité titrologique joue précisément de cette auto-inflation/déflation. En éprouvant ces limites, titre et cotexte remettent en cause leur positionnement l'un par rapport à l'autre mais aussi la consistance même du titre.

En quoi est fait le titre ? Du carton(-pâte) de ses débuts à la numérisation, le titre relève d'un détournement de la matière qui, aussitôt le film commencé, laisse la place au cotexte, comme on l'a vu dans le premier chapitre. Ce « rien » revêt plusieurs formes dans l'intitulation picturale. Faisceau de sens et d'émotions qui « ne veut rien dire » a priori pour Sosno (Armengaud 96), le bon titre, intrinsèquement déprécié mais irréductible, devient une couleur invisible chez Duchamp, s'évapore en « poudre de rien » pour Alechinsky (1) et devient « jeu de coupe-coupe » (Armengaud 91) chez Louis Pons.

Parallèlement à cet effacement du titre pictural, on repère en économie et plus particulièrement en droit bancaire une dématérialisation similaire des anciens titres et actions de bourse depuis déjà plus de vingt ans en France. Si le titre ne disparaît pas, il peut parfois devenir un vrai signe à fausse valeur comme l'a montré par exemple le crash boursier de 1987. Dans une singulière adéquation avec les propos derridiens, le titre bancaire suit le même cours que son homologue artistique, « comme un signe, et même un faux signe ou plutôt un vrai signe à fausse valeur, un signe dont le signifié semble (mais c'est toute l'histoire) ne correspondre et n'équivaloir finalement à rien, un signe

fictif et sans signification *assurée*, un simulacre, le double d'un signe ou d'un signifiant. » (*Donner le temps* 121).

Ce vide, c'est aussi celui des titres, toujours plus nombreux, de certains films ou séries télévisés comme *Loft Story*. C'est en tout cas la conclusion de Kolstrup pour lequel les films dont les titres nous informaient à l'origine puis nous ont fait rêver ont maintenant laissé place à des « produits audiovisuels anonymes » (7). Cet anonymat parle, lui aussi, d'un titre devenu un signe vidé, d'une épitaphe (une des premières acceptions de « titulus » en latin) vite oubliée car trop commune pour passer à la postérité.

En peinture, à l'écran ou en finance, le titre se vide. A l'instar de ces paquets-cadeaux trompeurs, sa promesse est un don vide dont le seul ressort n'est finalement que d'activer la consommation, qu'elle soit artistique ou financière. Mimant le titre, Derrida capitalise ce pronom interrogatif qui fait ressortir le vide de ces lettres démesurées: « QU'est-ce qui donne l'espace-temps ou l'espacement qui porte ce titre, *La fausse monnaie* ? QU'est-ce qui s'y donne ? QU'est-ce qui s'y trouve *donné* ? Qui donne ? Quoi et à qui ? » (*Donner le temps* 129). Non seulement le titre ne me donne rien concrètement, il me fait donner. Pire encore, il me donne, me livre aux réseaux de surveillance commerciaux ou politiques qui, grâce aux réseaux informatiques, infiltrent les listes de titres consultés par un individu. Mais il me laisse aussi m'adonner à ma propre analyse, à ma propre lecture de ces valeurs évidées, de ces simulacres. Derrière ces tours de passe-passe, il y a le déchiffrement de valeurs savamment encodées, détournées auxquelles seule une lecture avertie peut rendre quelque prix.

De Furetière qui y voit « un vrai proxénète » (65) à Derrida qui l'associe à de la fausse-monnaie dans le titre même de son livre *Donner le temps 1. La fausse-monnaie*, nombreux sont ceux qui dénoncent le titre comme miroir aux alouettes.

Dans *Donner le temps*, Derrida analyse la relation du titre du poème « La Fausse Monnaie » de Baudelaire à son cotexte. Dans ce poème le narrateur s'étonne puis se révolte quand l'ami avec lequel il se promenait lui révèle que la pièce qu'il a donnée à un mendiant était fausse. Il met cette trahison en parallèle avec celle du titre et du cotexte. Plus inquiétant encore, il étend sa méfiance à l'endroit du titre à toute la littérature: « Ce texte dit peut-être quelque chose d'essentiel quant à ce qui lie la littérature à la croyance, au crédit et donc au capital, à l'économie et donc à la politique. » (126).

Ce crédit prend une dimension plus vertigineuse encore à l'écran hollywoodien qui fait de son réalisme, dans bien des cas, un gage de satisfaction pour le spectateur. L'énoncé « basé sur une histoire vraie », véritable étendard de nombreux films américains contemporains, impliquerait-il que le titre ne réussit plus à soutenir tout son crédit ? Hollywood s'évertue tellement à nous faire croire à un simulacre de réalité qu'elle est prise à son propre piège et qu'au fond, personne ne croit à ce simulacre tout en lui faisant crédit des milliards de dollars du box-office. C'est ce que met aussi en abyme le titre *Catch me if you can* puisqu'on y voit le protagoniste (qui prononce le titre semble-t-il, à moins que le titre ne s'adresse lui-même au spectateur) se fait passer pour un pilote puis un avocat, avant de démasquer, pour le FBI, les contrefaçons de titres... bancaires.

Car le titre parle et participe de cette impudente fraude. Reprenant notamment Odin sur l'entrée du spectateur dans la fiction, Charney évoque ce titre qui tout à la fois dit « croyez-moi » et « ne me croyez pas ». Dans le cinéma hollywoodien classique

(1930-1960), il accueillait alors littéralement le spectateur en mimant ce mouvement initial d'entrée avec l'arrivée d'une voiture dans une cour, d'un personnage dans une maison, etc. (1993 : 10). Le titre, véritable charnière, y ponctue aussi le générique, ce qu'accentue sa résolution musicale en tonique ou, plus souvent encore sur la sensible afin de marquer une ouverture musicale et narrative. Le film souligne ainsi sa facture, l'emballage qui en fait un produit prêt à être consommé – qui n'est pas sans rappeler les emballages alimentaires homologués et plastifiés de l'époque. Ce faisant, le titre rappelle sa nature ostentatoire et semble dire : « Je vous révèle, sans vous le dire, la fausseté de ma position, l'imposture de ma posture. » Et le titre de film de tourner ses spectateurs en Saint-Thomas puisque, exhortés par ce titre, ils demandent à *voir* ce qu'il cache ou plus exactement ce qu'il prétend cacher et promettre. En somme, un titre à voir et à (ainsi) avoir, au sens de posséder mais aussi de démasquer.

Autre particularité du titre de film, contrairement au titre mallarméen qui « parle trop haut », celui-là se tait. A contre-pied des pratiques courantes, le générique, et donc le titre, sont dits dans *Le Roman d'un tricheur* (Guitry, 1936) et *Le Mépris* (Godard, 1963) – on l'a vu au Chapitre I. Ce titre, salonnard ou provocateur, devenu *audio*-visuel marque le détournement proprement filmique (le son apposé sur des images mouvantes) d'une pratique artistique générale. Là encore, le titre de film se rend dédouble. D'une part, il se transforme en discours sur lui-même, s'arrogeant le rôle d'orateur, et d'autre part, il devient la victime moquée d'une pratique « aveuglement » empruntée, à la littérature principalement.

Dans une subtile mise-en-scène audio-visuelle, le titre de l'affiche française du

film *The Queen* illustre bien les valeurs que celui-là s'arroe et détourne. *Palais royal !, Rois et reine, Marie-Antoinette*, depuis quelques années, un vent conservateur remet la royauté à l'honneur. En privilégiant certains champs sémantiques, le titre de film se fait peintre et redéfinit, dès sa parution à l'affiche, les forces socioculturelles qu'il traite... ou maltraite: il établit, renforce ou remet en question des rapports de domination, de dépendance, etc. Ainsi le titre *The Queen* semble établir une autorité monarchique mais mime à travers la disposition des lettres à la fois la fascination qu'exerce la royauté et sa débâcle. Le titre conservé en anglais, limité à un seul substantif, reflète l'absolutisme royal. Le gigantesque « Q » majuscule du titre semble étrangler (comme le collier de la princesse) et avaler l'article « The », comme si le substantif souverain ne pouvait concéder la plus petite place à un déterminant: on ne détermine pas la reine! Mais derrière cette lecture s'en cache une autre, plus irrévérencieuse qui, tout en couronnant cette « Queen » la détrône : Ce « Q » c'est aussi le « 2 » de son titre (« Queen Elizabeth II »). Placé « derrière » la reine, il évoque aussi le postérieur royal, surtout si l'on se réfère à Montaigne et au poète Etienne Tabourot qui, indique Conley, évoque en s'en gaussant le rapprochement de cette lettre de son homonyme, «le cul duquel sort l'ordure » (15)⁷⁷. Petit *tour de force* et mise en scène linguistique, le titre livre en quelques lettres, un discours lapidaire et assassin sur la structure sociale qu'il présente, reflète et trahit. Le titre de film, comme le mythe de la caverne, renvoie donc les ombres déformées des mots qu'ils exhibent. En ce sens, le titre est un usurpateur car il s'approprie et détourne le langage tout en cherchant à nous faire nous y reconnaître. Or,

⁷⁷ Je remercie Tom Conley de m'avoir indiqué cette référence et renvoie à son article : « The Page's Hidden Dimension: Surface and Emblem in Montaigne's « Essais » », in *The Bulletin of the Midwest Modern Language Association*, vol. 7, n° 1,13-25.

cette représentation de notre propre image ne tarde pas à prendre, à l'écran, des couleurs idéologiques qui appellent à la plus grande circonspection et au discernement.

L'adéquation parfaite du titre à l'œuvre n'est pas moins rare, en peinture en tout cas. Le titre de Magritte, *Ceci n'est pas une pipe*, évoque l'écart ekphrastique, la traduction plus ou moins réussie de l'image en mots. Mais c'est précisément la *relation* de l'œuvre au titre, ce « hiatus entre la combinaison de mots et la totalité de l'image », comme l'explique Alechinsky (Armengaud 133) qui est poétique (31). Ce porte-à-faux, cette électricité de sens, disait Butor (Moncelet 191-2), sur lequel se fonde le titre de film (écrit et lu alors qu'un film se regarde et s'écoute), c'est aussi celui de cette licence poétique qui permettait à Montaigne, dans le chapitre 9, Lire III de ses *Essais*, de s'échapper de ses titres notoirement trompeurs (Moncelet 130-131).

Relation toujours irrésolue, elle correspond à la notion d'entre-deux (« straddling ») que Crapanzano a décelé dans diverses cultures. Rapprochant le *ma* esthétique traditionnel japonais du *barzakh* du mysticisme sufi, Vincent Crapanzano propose dans *Imaginative Horizons* de reconsidérer différentes formes d'entre-deux. Or, au cinéma, le titre est généralement marqué par une pause, en tout cas par un débrayage temporel qui invite à la distanciation et à la réflexion. Le spectateur en effet, avant de regarder le film, navigue dans les eaux troubles de l'anticipation.

Cet interstice spatio-temporel opaque, pour reprendre la notion développée par Crapanzano, est lié à la transformation et à la transcendance du spectateur – c'est en tout cas ce que lui promet le titre. Cet interstice est capital car c'est là que le spectateur « se fait son film », en accord avec le titre mais forcément en porte-à-faux avec le cotexte qu'il ne connaît pas encore. Le titre crée sa propre économie, une fausse monnaie qui

s'auto-valide en tablant sur la zone intermédiaire du voir/non-voir et du savoir/non-savoir.

Il existe par ailleurs un autre interstice, évoqué poétiquement par Apollinaire dans le poème « Zone » mais jusque-là inexploré théoriquement à notre connaissance : celui qui sépare les titres et les unit les uns aux autres. Ce catalogue vertigineux des titres de films à travers le monde présente « le fastidieux d'un annuaire, l'incongru d'un inventaire, et le charme d'une litanie » (Armengaud 14). Mais que nous chantent ces titres, arbitrairement assemblés les uns aux autres, cette litanie, inscrite sur nos murs et écrans, sinon le détournement de notre propre psyché ? Ces titres, rendent compte à la fois de la *contabilité* du monde et en offrent une *comptabilité* au sens glissant du terme. Car, comme le signalait Appadurai (3) à propos de la valeur non intrinsèque des biens échangés, la valeur dans l'échange de deux biens est générée par et dans leur échange même et non pas confinée à l'un ou l'autre. Ces titres représentent des valeurs culturelles (plus ou moins fidèlement) mais font surtout ressortir le produit de la relation d'échanges, entre le titre et le film et entre le titre et le public.

Si l'histoire du titre littéraire suit l'évolution de l'imprimerie (Morison cité par Shevlin : 1999, note 8), celle du titre de film suit l'évolution des techniques cinématographiques : en se numérisant, le titre capitalise sur un décomptage d'où surgit, dans ses interstices les plus profonds, la poésie de l'infini des sciences du chaos. Cette évolution toujours plus tournée vers la communication fait des spectateurs, de plus en plus, des faiseurs de titres (en kit par exemple, on peut déjà inventer son scénario) où se glisse le monde, dans son souffle et se démultiplie à l'envi en rhizome. Avec l'ordinateur

et la numérisation, les spectateurs vont à la rencontre du titre de film et tendent, en se constituant leurs vidéothèques personnelles, à s'attirer des films (« my favorites », « my movies », etc.). Etrange mécanique cependant où ils deviennent ainsi à la fois des auteurs de ces listes mais également cibles de la surveillance commerciale et publique avec l'intrusion de structures institutionnelles dans les fichiers personnels, preuve même que ces listes de titres « disent » mieux que tout autre document une personne, qu'elles en révèlent l'approche poétique et politique au monde. Apprendre à lire le titre, *dans* le titre, comme on dirait dans le texte, c'est aussi savoir déceler, au-delà des dénnotations et connotations, un système, la façon dont ce système est détourné et la tyrannie qu'il exerce sur nous.

Mais les titres de film, démystifiés, font aussi danser sur nos écrans, sur les murs de nos villes et les colonnes de nos journaux, les lettres de notre alphabet culturel, un alphabet culturel pluriel, rhizomique et qui montrent que, à travers ses titres, le cinéma peut s'enorgueillir d' « avoir des lettres », celles du titre, qu'il offre à tous. Outre son potentiel démocratique, cet alphabet culturel découvre aussi des champs d'exploitation titrologiques théoriques aussi larges que prometteurs : par pays, par genres, par époques, etc. La titrologie filmique a de beaux jours devant elle. A voir...

CONCLUSION

Il faudrait, pour être tout à fait logique, condenser cette conclusion en un seul titre, génial, accrocheur, à la fois vide et saturé. Si le titre de film emprunte à son homologue littéraire ses caractéristiques sociales, esthétiques et méta-représentationnelles, il lui emprunte aussi sa position inévitablement en porte-à-faux mais s'en affranchit en devenant par l'image et le son, une formule. Comme la formule littéraire, il contient en lui la description du monde. Comme la formule magique, le titre de film, par les quelques syllabes qu'il martèle, possède le pouvoir ekphrastique de faire apparaître des images, et celui de tout annihiler et de tout recréer, l'espace d'un instant. Comme la formule psychanalytique, le titre de film permet de mettre le doigt sur le point névralgique de nos angoisses. Comme la formule économique, il permet, en amont de la formule psychanalytique, de condenser mais aussi d'étiqueter et d'échanger des valeurs. Cette formule qui se fait passer pour un avoir mais ne se laisse jamais tout à fait voir ni avoir donne au titre de film la recette de son efficacité et de son mystère. C'est en décryptant cette formule que nous espérons avoir mis à jour les mécanismes du titre de film et ses enseignements.

Pour récapituler, on redira l'importance du titre de film dans sa description de nos valeurs. A la façon du nourrisson qui communique en privilégiant un ou deux substantifs qu'il montre ou mime, le titre de film dans la trace minimale qu'il laisse derrière lui, parle de priorités, de valeurs cruciales. On l'a vu, les titres de film ne disent pas seulement la place centrale d'enjeux socioculturels, celui de la place de la femme par exemple, ils reflètent également les transformations polymorphes de la langue et par-là même ses

incertitudes et ses révoltes. Par ailleurs, en empruntant massivement à l'anglais, en réinventant la langue, les titres offrent un reflet sociohistorique de notre société tout en s'affranchissant de modèles artistiques antérieurs.

Mais c'est la lecture psychanalytique qui révèle plus profondément encore ce que porte en lui le titre de film et ce qu'il expose. De par sa dimension ekphrastique, le titre de film, à mi-chemin entre mots et images, évoque les maux que mettent à jour les images du discours psychanalytiques. L'adéquation entre le titre de film et le mot d'esprit tel que l'analyse Freud met en lumière une économie de plaisir similaire quoiqu'inverse : si le mot d'esprit m'économise, par le détournement du tabou, une dépense affective, le titre de film, lui, attise mon plaisir en suscitant, à l'inverse, le détournement d'un tabou par une dépense intellectuelle (mon effort de déchiffrage de ce titre), affective (mon attachement, ou non, à ce titre) et matérielle (l'achat de mon ticket de cinéma). Or, c'est dans ce processus de plaisir que s'inscrit une autre dimension, fondamentale dans cette lecture. Cette dimension c'est la promesse de jouissance que contient en lui tout titre de film, même s'il laisse souvent place à un pâle ersatz, du point de vue lacanien, le plaisir.

Par ailleurs, on l'a vu, ce discours émane d'une pratique détournée par les intérêts économiques et idéologiques qui la motivent. Ce discours en porte-à-faux, dénoncé par Derrida qui y voit toute la forfaiture de la littérature, révèle ainsi, certes, la vacuité de son objet, mais pose aussi le titre en masque, appelant ainsi à son dévoilement. Or, il semble que la fonction désignative des titres de film ait été elle-même détournée. En effet, les titres de films entretiennent des liens narratifs de plus en plus distants avec leurs cotextes, imposant finalement moins une appellation que les termes d'un contrat. En donnant le ton, plus que l'objet du film, le titre de film tente de maintenir avec le public la fonction

phatique qui permet de garder la communication et de poser ses règles et conditions. Elle-même simulacre, cette communication contractuelle sert aussi à faire croire au public qu'il a les mains libres et, dans ce simulacre, lui fait croire qu'il voit en ces titres de film des valeurs qui lui sont propres. Il est vrai que le titre de film, plus que tout autre titre, est le fait d'un autorat collectif et, à l'heure d'informations de plus en plus participatives, est effectivement forgé par tous mais à l'intérieur d'un système oublieux des individualités. Rappelons toutefois ici la résistance de certains titres de film à ce système totalisateur puisqu'en se détournant de leurs fonctions désignatives, ils deviennent alors les porte-parole de voix autres, générant à leur tour leurs propres systèmes de valeurs.

Les titres de films véhiculent donc à la fois des valeurs *et* de fausses valeurs. A la façon d'un calque apposé sur un dessin, ils donnent une idée de la représentation mais ne captent pas nécessairement ce « petit pan de mur jaune » qui donne toute sa raison à l'œuvre. Ce calque devenu alors simulacre est cependant à observer de très près puisqu'il offre, précisément dans l'entre-deux qui le sépare de son cotexte, une vraie lecture du monde, vraie parce que constitué *aussi* de la fausseté de sa position.

A l'instar du système onomastique proustien décrit par Barthes⁷⁸, il semble bien qu'il y ait dans cette onomastique cinématographique le départ d'une recherche. « Tenir le système des noms » de nos fictions cinématographiques les plus populaires, c'est tenir les significations essentielles de notre monde, « l'armature de ses signes, sa syntaxe profonde ». Or ces noms, ces signes, cette syntaxe, loin d'être le fait d'un écrivain génial, appartiennent à tous et, en ceci, permettent de « s'avancer peu à peu dans les

⁷⁸ C'est en ces termes que Barthes décrit l'onomastique proustienne: « L'onomastique proustienne paraît à ce point organisée qu'elle semble bien constituer le départ définitif de la *Recherche*: tenir le système des noms, c'était pour Proust, et c'est pour nous, tenir les significations essentielles du livre, l'armature de ses signes, sa syntaxe profonde. » (*Proust et les noms* 132).

significations du nom (...), s'initier au monde, apprendre à déchiffrer ses essences » (132-3). Comme chez Proust, entre la chose, le film, et son apparence, son titre, « se développe le rêve, tout comme entre le référent et son signifiant s'interpose le signifié: le nom n'est rien, si par malheur on l'article directement sur son référent (...) c'est-à-dire si l'on manque sa nature de signe. Le signifié, voilà la place de l'imaginaire. » (133) On constate d'ailleurs dans ce déplacement de l'intérêt du titre, une dématérialisation, également avérée dans le domaine bancaire, puisque les titres sont maintenant numérisés et projetés et non plus tracés sur du carton-pâte et, dans cette dématérialisation, une latitude plus grande à l'endroit du spectateur-lecteur. Encore faut-il que cette latitude soit du côté de l'Imaginaire plutôt que des profits mercantiles de l'industrie cinématographique.

« Que deviennent les titres ? » pourrait-on se demander avec le peintre Alechinsky. « Les chiens aussi en se perdant perdent leurs noms, deviennent des Médors, de beaux et de vilains Médors ; ainsi disparaissent les tableaux sous le mot composition avant de gagner la décomposition. Que deviennent-ils tous ces noms, tous ces titres de tableaux perdus ? » Selon le principe publicitaire qui veut qu'on vende le grésillement plus que le steak lui-même⁷⁹, les titres de film se volatilisent mais en fixant la fin du réel, pour reprendre une expression de Baudrillard, ils laissent aussi une trace, celle de la renaissance d'un objet nouveau et autonome, en l'occurrence l'objet même de la titrologie filmique. C'est justement dans leur analyse que les titres de film se prolongent, qu'ils existent, font non seulement perdurer l'essence des œuvres qu'ils nomment mais

⁷⁹ Je remercie le producteur Harvey Cort d'avoir attiré mon attention sur ce point en évoquant une expression alors très utilisée dans les studios d'Hollywood: « You sell the sizzle, not the steak ».

encore mettent aussi en lumière des systèmes de valeurs qui ne sont tout à fait appréhendées que dans l'étude de leur circulation.

A la suite des sciences cognitives, les titres de films nous invitent à briser les frontières disciplinaires, conceptuelles et théoriques et à rechercher dans leur formulation un nouveau déchiffrement du monde, apportant une ébauche de réponse à ces questions. Car avoir la formule, c'est donc une façon d'avoir le titre, de le voir et de l'avoir, de mieux le percevoir, d'encaisser cet avoir qui constitue le titre et de trouver dans cette fausse valeur de vraies pistes de réponses. Certes, ces pistes sont encore en friche et ce travail ne vise qu'à nous guider dans cette exploration afin d'apprendre à lire *dans* le titre – comme on lit *dans* le texte. Laissons en attendant la parole aux titres de film.

Index des films cités

3 Hommes et un bébé (Serreau 1985)
 13 m² (Grossmann 2007)
 15 août (Garcia 1986)
 35 rhums (Denis 2008)
 99 F (Kounen 2007)
 100% Arabica (Zemmouri 1997)
 57000 km entre nous (Kreuter 2008)
 A Bout de souffle (Godard 1960)
 Afrique : Comment ça va avec la douleur ? (Depardon 1996)
 Afrique, je te plumerai (Téno 1993)
 Aïe (Fillières 2000)
 Alexandre (Stone 2004)
 Allô Mademoiselle (Champreux 1932)
 Alors... heureux ? (Barrois 1980)
 Amours collectives (Bouyxou 1978)
 Amour, travail, santé... (Lepoivre 1997)
 Angel-A (Besson 2005)
 Angélique, marquise des anges (Borderie 1964)
 Antilles sur Seine (Légitimus 2000)
 Arnulf Rainer (Kubelka 1960)
 Arrête ton char... bidasse ! (Gérard 1977)
 Arthur et les Minimoys (Besson 2006)
 Astérix & Obélix : Mission Cléopâtre (Chabat 2002)
 Astérix aux Jeux Olympiques (Forestier et Langmann 2008)
 Atlantis (Besson 1991)
 Attache-moi si tu peux (date et auteur inconnus)
 Attrape-moi si tu peux (alias *Catch me if you can*, Spielberg)
 Azur et Asmar (Ocelot 2006)
 Bab El Oued City (Allouache 1994)
 Bab el web (Allouache 2005)
 Baise-moi (Despentes et Coralie 2000)
 Bananes mécaniques (Davy 1973)
 Baratin (Stelli 1956)
 Beau Geste (Wellman 1939)
 Beau travail (Denis 1999)
 Bibi Fricotin (Blistène 1951)
 Bienvenue chez les Ch'tis (Boon 2008)
 Blanche-neige et les sept nains (Hand 2007)
 Boarding gate (Assayas 2007)
 Bouge ! (Cornuau 1997)
 Bowling for Columbine (Moore 2002)
 Brice de Nice (Huth 2005)
 Catch me if you can (Spielberg 2002)

Ceci est mon corps (Marconi 2001)
 Ceux qui m'aiment prendront le train (Chéreau 1998)
 Chacun cherche son chat (Klapisch 1996)
 Charité biz'ness (Barthes et Jamin 1998)
 Chocolat (Denis 1988)
 Chocolat (Hallström 2000)
 Cible émouvante (Salvadori 1993)
 Clean (Assayas 2004)
 Comédie ! (Doillon 1987)
 ... Comme elle respire (Salvadori 1998)
 Comment faire l'amour avec un nègre sans se fatiguer (Benoît 1989)
 Comment je me suis disputé... (ma vie sexuelle) (Desplechin 1996)
 Comment réussir... quand on est con et pleurnichard (Audiard 1974)
 Comme une image (alias Look at me, Como una imagen, Così fan tutti Jaoui 2004)
 Contes (Rohmer de 1990 à 1998)
 Contes immoraux (Borowczyk 1974)
 Contre l'oubli (Chéreau, Muyl et alii 1991)
 Così fan tutte (Brass 1992)
 Courage fuyons (Robert 1979)
 Cours après moi que je t'attrape (Pouret 1976)
 D'ailleurs Derrida (Fathy 1999)
 De battre mon cœur s'est arrêté (Audiard 2005)
 Délits flagrants (Depardon 1994)
 Delphine 1- Yvan 0 (Farrugia 1996)
 Demonlover (Assayas 2002)
 De Particulier à particulier (Cauvin 2006)
 Des Nouvelles du bon Dieu (Le Pêcheur 1996)
 Dieu est grand, je suis toute petite (Bailly 2001)
 Dis-moi que tu m'aimes (Boisrond 1974)
 Djib (Odoutan 2000)
 Djogo (Koumba Bididi 2002)
 Dolce far niente (Caranfil 1998)
 Dream Girls (Condon 2006)
 Eloge de l'amour (Godard 2001)
 Escamotage d'une dame au théâtre Robert Houdin (Méliès 1902)
 Espion, lève-toi (Boisset 1982)
 Et la tendresse ?... Bordel ! (Schulmann 1979)
 Etre et avoir (Philibert 2002)
 Et vive la liberté ! (Korber 1978)
 Faits Divers (Depardon 1983)
 Fantasia chez les ploucs (Pirès 1971)
 Fantômas (Hunebelle 1964)
 Far from heaven (Haynes 2002)
 Faut pas prendre les enfants du bon Dieu pour des canards sauvages (Audiard 1968)
 Fellini Roma (Fellini 1972)
 Filles perdues cheveux gras (Duty 2002)

Film (Schneider 1965)
 Fin août, début septembre (Assayas 1998)
 Fingers (Toback 1978)
 Forever Lénine (Villetard 2006)
 Gadjó dilo (Gatlif 1997)
 George qui? (Rosier 1973)
 Good Luck Chuck (Helfrich 2007)
 (G)rève party (Onteniente 1998)
 Gunblast Vodka (Daniel 2000)
 Hardi les gars (Champreux 1931)
 Hiroshima, mon amour (Resnais 1959)
 Histoire de Paul (Féret 1975)
 Hommes, femmes : mode d'emploi (Lelouch 1996)
 Il est plus difficile pour un chameau... (Bruni Tedeschi 2003)
 Il était une fois dans l'Oise (Morin 1999)
 Il était une fois dans l'Oued (Bensalah 2005)
 Il était une fois dans l'Ouest (Leone 1968)
 Il était une fois Jean-Sébastien Bach (Guillermou 2003)
 Il était une fois un flic (Lautner 1971)
 Il faut tuer Birgit Haas (Heynemann 1981)
 Ils se marièrent et eurent beaucoup d'enfants (Attal 2004)
 Imûhar, une légende (Dubuisson 1997)
 Indigènes (Bouchareb 2006)
[In Girum imus nocte et consumimur igni](#) (Debord 1978)
 Irma Vep (Assayas 1996)
 J'ai pas sommeil (Denis 1994)
 J'accuse ! (Gance 1919, 1938)
 J'ai pas sommeil (Denis 1994)
 Jeunes filles de Paris (Vermorel 1936)
 Je vous aime (Berri 1980)
 Je vous salue Marie (Godard 1985)
 Jurassic Park (Spielberg 1993)
 K (Arcady 1997)
 Keep It for Yourself (Denis 1991)
 King Kong (Jackson 2005)
 La Belle Personne (Honoré 2008)
 La Cage aux folles (Molinaro 1978)
 L'Acrobate (Boyer 1941)
 L'Acrobate (Pollet 1976)
 La Discrète (Vincent 1990)
 L'Adversaire (Garcia 2002)
 La Femme aux bottes rouges (Buñuel 1974)
 La Femme en bleu (Deville 1973)
 La Fille coupée en deux (Chabrol 2007)
 La Fille sur le pont (Leconte 1999)
 La Fleur du mal (Chabrol 2003)

La Grande Bouffe (Ferreri 1973)
 La Grande Vadrouille (Oury 1966)
 La Guerre des étoiles (Lucas 1977, 1980, 1983)
 La Haine (Kassovitz 1995)
 La Jeune fille assassinée (Vadim 1974)
 La Jeune Fille et les loups (Legrand 2008)
 La Maman et la putain (Eustache 1973)
 La Mort aux trousses (alias North by Northwest Hitchcock 1959)
 L'Amour à mort (Resnais 1984)
 L'Amour aux trousses (Chauveron 2005)
 L'Amour c'est gai, l'amour c'est triste (Pollet 1971)
 L'Amour chez les poids lourds (Pallardy 1978)
 L'Amour déchiré (Piquer 1999)
 L'Amour descend du ciel (Cam 1957)
 L'Amour en fuite (Truffaut 1979)
 L'Amour est en jeu (Allégret 1957)
 L'Amour, toujours l'amour (Canonge 1952)
 L'Année dernière à Marienbad (Resnais 1961)
 L'Annonce faite à Marius (Sbraire 1998)
 La Nuit américaine (alias *Day for Night* Truffaut 1973)
 La Peau douce (Truffaut 1964)
 La Petite Jérusalem (Albou 2005)
 La Polyclinique de l'amour (Penguern 1998)
 L'arbre, le maire et la médiathèque (Rohmer 1993)
 La Religieuse (Rivette 1966)
 L'Argent (Bresson 1983)
 L'Argent de poche (Truffaut 1976)
 L'Argent des autres (Chalonge 1978)
 L'Argent fait le bonheur (Guédiguian 1993)
 L'Argent raconté aux enfants et à leurs parents (Pazienza 2002)
 L'Arrivée d'un train à la Ciotat (alias *L'Arrivée d'un train en gare de la Ciotat* Auguste et Louis Lumière 1895)
 La Séparation (Vincent 1994)
 La Sortie des usines Lumière (Lumière 1895)
 La Symphonie pastorale (Delannoy 1946)
 L'Atalante (alias *Le Chaland qui passe* Vigo 1934)
 La Totale ! (Zidi 1990)
 La Victoire en chantant (alias Noirs et blancs en couleurs et Black and White in Color Annaud 1976)
 La Vie est belle (Lamy et Ngangura 1987)
 La Vie est belle (Pierre et Thibault 1956)
 La Vie moderne (Depardon 2008)
 La Vie ne me fait pas peur (Lvovsky 1999)
 Le Bonheur (Varda 1965)
 Le Bonheur est dans le pré (Chatiliez 1995)
 Le Boucher (Chabrol 1970)

Le Boucher, la star et l'orpheline (Savary 1975)
 Le Cavaleur (Broca 1979)
 Le Cave se rebiffe (Grangier 1961)
 Le Charme discret de la bourgeoisie (Buñuel 1972)
 Le Château de ma mère (Robert 1990)
 L'Eclipse du soleil en pleine lune (Méliès 1907)
 Le Dernier métro (Truffaut 1980)
 Le Diable probablement (Bresson 1977)
 Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain (Jeunet 2001)
 Le Fils préféré (Garcia 1994)
 Le Gendarme (série des) (1964 à 1982 Girault)
 Le Goût des autres (Jaoui 2000)
 Le Grand Bleu (Besson 1988)
 Le Grand Blond avec une chaussure noire (Robert 1972)
 Léon (Besson 1994)
 Léontine (série des) (Bosetti 1909 à 1912)
 Le Magnifique (Broca 1973)
 Le Mépris (Godard 1963)
 L'Emmerdeur (Molinaro 1973)
 Le Mur de l'Atlantique (Camus 1970)
 Le Placard (Veber 2001)
 Le Péril jeune (Klapisch 1994)
 Le Roman d'une jeune fille pauvre (1909 Jeandet)
 Le Roman d'un tricheur (Guitry 1936)
 Les Amies de ma femme (Van Cauwelaert 1994)
 Le Sang des autres (Chabrol 1984)
 Les Apprentis (Salvadori 1995)
 Les Barbouzes (Lautner 1964)
 Les Bidasses (série des) (1971-2007 Zidi, Vocoret, Delpard, Castro et Preyale, Caza)
 Les Bidochon (Korber 1966)
 Les Bureaux de Dieu (Simon 2008)
 Les Chevaliers du ciel (Pirès 2005)
 Le Schpountz (Oury 1999)
 Le Seigneur des anus (Zero date inconnue)
 Les Enfants du Marais (Becker 1999)
 Les Enfants du Soleil (Dartigues 1995)
 Les Fraises Sauvages (Bergman 1957)
 Les Gens normaux n'ont rien d'exceptionnel (Ferreira Barbosa 1993)
 Les Gens qui s'aiment (Tacchella 2000)
 Les Innocents aux mains sales (Chabrol 1975)
 Les Invasions barbares (Arcand 2003)
 Les Liens de sang (Chabrol 1978)
 Les Mots pour le dire (Pinheiro 1983)
 Les Noces rouges (Chabrol 1973)
 Les Pétroleuses (Christian-Jaque 1971)
 Les Ringards (Pouret 1978)

Les Tontons flingueurs (Lautner 1963)
 Les Vitelloni (alias I Vitelloni Fellini 1953)
 Le Temps retrouvé (Ruiz 1999)
 Le Trou (Becker 1960)
 L'Eventreur de Notre-Dame (Franco 1979)
 Le Palais des mille et une nuits (Méliès 1905)
 Le Petit Soldat (Godard 1963)
 Le Prince Bouboule (Houssin 1939)
 Le Repas de bébé (Lumière 1895)
 Les 400 coups (Truffaut 1959)
 Les Bronzés (Leconte 1978)
 Les Bronzés font du ski (Leconte 1979)
 Les Charlots font l'Espagne (Girault 1972)
 Le Schpountz (Pagnol 1938)
 Les Demoiselles de Rochefort (Demy 1967)
 Les Dents de la mer (alias Jaws Spielberg 1975)
 Les Dents de ma mère (Bouvet 1991)
 Les Destinées sentimentales (Assayas 2000)
 Les Glaneurs et la glaneuse (Varda 2000)
 Les Hallucinations du Baron de Münchhausen (Méliès 1911)
 Les Liaisons dangereuses (Frears 1988)
 Les Misérables (Baur 1934)
 Les Misérables (Le Chasnois 1958)
 L'Esquive (Kechiche 2003)
 Les Ripoux (Zidi 1984)
 Les Savates du bon Dieu (Brisseau 2000)
 Les Visiteurs (Poiré 1993)
 Le Voyage à travers l'impossible (Méliès 1904)
 Le Voyage dans la lune (Méliès 1902)
 Le Voyage de Gulliver à Lilliput et chez les géants (Méliès 1902)
 L'Homme est une femme comme les autres (Zilbermann 1998)
 L'Homme qui aimait les femmes (Truffaut 1977)
 Liberté, égalité, choucroute (Yanne 1985)
 Liberté, égalité, fraternité et puis après... (Rouch 1990)
 Liberté-Oléron (Podalydès 2001)
 Lily, aime-moi (Dugowson 1975)
 L'Incroyable Hulk (alias The Incredible Hulk Leterrier 2008)
 L'Intrus (Denis 2004)
 Look @ me (Wade 2006)
 Madame Bovary (Chabrol 1991)
 Maigret tend un piège (Delannoy 1958)
 Mais qu'est-ce que j'ai fait au bon Dieu pour avoir une femme qui boit dans les cafés
 avec les hommes? (Saint-Hamont 1980)
 Man No Run (1989)
 Marie-Antoinette (Sofia Coppola 2006)
 Marius et Jeannette (Guédiguian 1997)

Masques (Chabrol 1987)
 Max (série des) (Gasnier, Linder, Nonguet 1907 à 1917)
 Max fait du ski (Gasnier et Nonguet 1910)
 Max mon amour (Oshima 1986)
 Max prend un bain (Nonguet 1910)
 Meshes of the afternoon (Deren 1943)
 Méfiez-vous de votre bonne (Saidreau 1920)
 Mélodie pour un tueur (alias Fingers Toback 1978)
 Métisse (Kassovitz 1993)
 Moi y'en a vouloir des sous (Yanne 1973)
 Mon Oncle (Tati 1958)
 Mon Oncle d'Amérique (Resnais 1980)
 Mords pas, on t'aime (Allégret 1976)
 Ne le dis à personne (Canet 2006)
 Nénette et Boni (Denis 1996)
 Neuville-sur-Saône : Débarquement du congrès des photographes à Lyon (Lumière 1895)
 Nikita (Besson 1990)
 North by Northwest (Hitchcock 1959)
 Notre histoire (Blier 1984)
 N'oublie pas que tu veux mourir (Beauvois 1995)
 Nuit et brouillard (Resnais 1955)
 On connaît la chanson (Resnais 1997)
 On demande une institutrice (Société Française des Films Eclair 1911)
 Out 1, Noli me tangere (Rivette 1971)
 Palais Royal! (Lemercier 2005)
 Partie de campagne (Renoir 1936)
 Passe ton bac d'abord (Pialat 1978)
 Pas un mot à ma femme (Chotin 1931)
 Petit Willy soigne la neurasthénie de son oncle (Société Française des Films Eclair 1911)
 Place Vendôme (Garcia 1998)
 Poil de carotte (Duvivier 1925, 1932)
 Prête-moi ta main (Lartigau 2006)
 Que la Fête commence (Tavernier 1975)
 Re Mizeraburu (Itô 1950)
 Réponse de femmes : Notre corps, notre sexe (Varda 1975)
 Reporters (Depardon 1981)
 Ressources humaines (Cantet 1999)
 Révolution d'Octobre (Rossif 1967)
 Rien ne va plus (Chabrol 1997)
 Rigadin (série des) (Monca 1910 à 1919)
 Ripoux 3 (Zidi 2003)
 Ripoux contre ripoux (Zidi 1990)
 Rois et reine (Desplechin 2001)
 Romance (Breillat 1999)
 Rossignol de mes amours (Merret-Palmair 1991)
 Rouletabille (Tourneur 1914)

RRRrrrrr !!! (Chabat 2004)
 Salsa (Joyce Buñuel 2000)
 Selon Charlie (Garcia 2006)
 S'en fout la mort (Denis 1990)
 Sex et perestroïka (Jouffa 1990)
 Shadows (Cassavetes 1959)
 Shrek (Adamson et Jenson 2000)
 Sitcom (Ozon 1998)
 Star Wars (Lucas 1977, 1980, 1983, 1999, 2002, 2005, 2008)
 Suite française (2009)
 Sur mes lèvres (Audiard 2001)
 Tais-toi quand tu parles ! (Clair 1981)
 Tamara ou Comment j'ai enterré ma vie de jeune fille (Berkowitch 1975)
 Tête d'or (Blanchard 2007)
 Tèt Grenné (Grandman 2002)
 The Bad and the Beautiful (Minelli 1952)
 The Birdcage (Nichols 1996)
 The Dictator (Chaplin 1940)
 The Most Dangerous Game (Pichel et Schoedsack 1932)
 The Queen (Frears 2006)
 There is Something about Mary (alias *Mary a un je ne sais quoi* et *Mary à tout prix*
 Farrelly et Farrelly 1998)
 Thérèse Raquin (Carné 1953)
 Three Men and a Baby (Nimoy 1987)
 Tirez sur le pianiste (Truffaut 1960)
 Titanic (Cameron 1997)
 Touche pas à mon copain (Bouthier 1977)
 Tout le monde n'a pas eu la chance d'avoir des parents communistes (Zilbermann 1993)
 Trop (peu) d'amour (Doillon 1999)
 Trouble everyday (Denis 2001)
 Uccellacci e uccellini (Pasolini 1966)
 Un Air de famille (Klapisch 1996)
 Un Amour d'emmerdeuse (Vandercoille 1980)
 Un Chien andalou (Buñuel 1929)
 Une Affaire de femmes (Chabrol 1988)
 Une Belle Fille comme moi (Truffaut 1972)
 Un Ecran nommé désir (Kapnist 2006)
 Une Epoque formidable... (Jugnot 1991)
 Une Femme est une femme (Godard 1961)
 Une Jeune fille romanesque (Gasnier 1910)
 Une Jeune fille savait (Lehmann 1948)
 Une Vraie Jeune fille (Breillat 1976)
 Un Héros très discret (Audiard 1996)
 Un Homme et deux femmes (Stroh 1991)
 Un Homme et sa femme (Dréville 1939)
 Un Homme et une femme (Lelouch 1966)

Un Homme et une femme 20 ans déjà (Lelouch 1986)
Un Indien dans la ville (Palud 1994)
Un Type bien (Bénégui 1991)
Un Week-end sur deux (Garcia 1990)
Urgences (Depardon 1988)
US Go Home (Denis 1994)
Va savoir (Rivette 2001)
Va, vis et deviens (Mihaileanu 2005)
Vertigo (Hitchcock 1958)
Vendredi soir (Denis 2002)
Versailles Rive-Gauche (Podalydès 1992)
Vers Mathilde (Denis 2005)
Viens chez moi, j'habite chez une copine (Leconte 1981)
Vos gueules les mouettes! (Dhéry 1974)
Vous habitez chez vos parents ? (Fermaud 1983)
Western (Poirier 1997)
Y aura-t-il de la neige à Noël ? (Veysset 1996)
Yvette bon Dieu ! (Chatenay 2008)
Z (Costa-Gavras 1969)
Zazie dans le métro (Malle 1960)
Zéro de conduite (Vigo 1933)

Bibliographie

A. Ouvrages généraux: théorie

Alain. *Eléments de philosophie*. Paris : Gallimard, 1941.

Alexandre, Charles. *Dictionnaire français-grec; composé sur le plan des meilleurs dictionnaires français-latins et enrichi d'une table des noms irréguliers*. Paris: L. Hachette et cie, 1861.

Appadurai, Arjun. *The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge [England]: Cambridge University Press, 1988.

Bhabba, Homi. *Nation and Narration*. London ; New York: Routledge, 1990.

Barthes, Roland. « Proust et les noms. » *Le Degré zéro de l'écriture. Suivi de Nouveaux essais critiques*. [Paris]: Éditions du Seuil, 1972.

---. *Mythologies*. Paris : Seuil, 1957.

---. *Leçon inaugurale faite de la Chaire de sémiologie littéraire du Collège de France, prononcée le vendredi 7 janvier 1977*. Paris: Seuil, 1978.

Barthes, Roland, et Jérôme Serri. *Roland Barthes, le texte et l'image: Pavillon des arts, 7 mai-3 août 1986*. Paris: Edition Paris musées, 1986.

Baudrillard, Jean. *Simulacres et Simulations*. Paris : Galilée, 1981.

Baxandall, Michael. *Patterns of Intention: On the Historical Explanation of Pictures*. New Haven: Yale University Press, 1985.

Benjamin, Walter. « The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction. » *Illuminationen*, English translated by Harry Zohn. New York: Harcourt, Brace & World, 1968.

Brunet, Etienne. *Hyperbase, Manuel de référence*. Institut de linguistique française « Bases, Corpus et Langage. » Université de Nice : Mai 2006.

Caws, Mary Ann. *The Art of Interference: Stressed Readings in Verbal and Visual Texts*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1989.

Crapanzano, Vincent. *Imaginative Horizons: An Essay in Literary-Philosophical Anthropology*. Chicago and London : University of Chicago Press, 2003.

- Deleuze, Gilles. « Cours Vincennes - St Denis : crible et infini - 17/03/1987 ». 16 nov. 2008
<http://www.webdeleuze.com/php/texte.php?cle=142&groupe=Leibniz&langue=1>.
- De Grève, Marcel. Article: « Littérarité. » *Dictionnaire Internationale des Termes Littéraires*. 5 mai 2008 <<http://www.ditl.info/arttest/art22103.php>>.
- Derrida, Jacques. *Mémoires d'aveugle: l'autoportrait et autres ruines*. Paris: Ministère de la culture, de la communication, des grands travaux, et du bicentenaire, 1990.
- . *De la Grammatologie*. Paris: Editions de Minuit, 1967.
- Ducrot, Oswald. *Dire et ne pas dire. Principes de linguistique sémantique*. Paris : Hermann, 1993.
- . *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris : Seuil, 1999.
- Eco, Umberto. *L'opera aperta* Milan : Bompiani : 1976.
- . *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana UP, 1976.
- Escarpit, Robert. *L'Écrit et la communication*. Paris : PUF, 1973.
- Foucault, Michel. *Les Mots et les Choses : Archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard, NRF, 1966.
- Freud, Sigmund. *Le Mot d'esprit dans ses rapports avec l'inconscient* (1905). Paris: Idées; Gallimard, 1930.
- Furet, François. « L'ensemble « histoire ». » Bouyssy e.a. (1970) : 101-120.
- Glissant, Edouard. *Poétique de la relation*. Paris: Gallimard, 1990.
- Girodet, Jean. *Grand Dictionnaire de la langue française*. Tome II, F-N. Paris : Bordas, 1976.
- Guénot, Jean. *Ecrire, guide pratique de l'écrivain avec des exercices*. Saint-Cloud : Edition J. Guénot, 1977.
- Hebidge, Dick. *Subculture: The Meaning of Style*. New York: Methuen, 1979.
- Hrovoná, Vlasta. « La langue de la réclame. » *Etudes romandes de Brno*, Vol. V(1971) : 105-113.
- Hugo, Victor. *Les Misérables*. Paris: Bibliothèque de la Pléiade, 1986.

- Huysmans, Joris-Karl. *A Rebours*. Paris : Folio, 1977.
- Kripke, Saul. *Naming and Necessity*. Cambridge: Harvard University Press, 1981.
- Kristeva, Julia. « Ellipse sur la frayeur et la séduction spéculaire. » *Communications* 23 (1975) : 73-78.
- Lacan, Jacques. « De la psychanalyse dans ses rapports avec la réalité. » *Scilicet* 1(1968) : 51-60.
- . « ... ou pire. » *Scilicet* 5 (1975): 5-10.
- Levi-Strauss, Claude. *La Pensée sauvage*. Paris : Plon, 1962.
- Littré, Emile. *Dictionnaire de la langue française*. Dir. J.-J. Pauvert. Paris : Gallimard, Hachette, 1970.
- Lytard, Jean-Francois. *Discours, figure*. Paris: Klincksieck, 1978.
- Mitchell, W. J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representations*. Chicago: U of Chicago P, 1994.
- Némirovsky, Irène. *Suite française*. Paris : Denoël, 2004.
- Proust, Marcel. *A La Recherche du temps perdu*. Bibliothèque de la Pléiade. Paris : Gallimard, 1987.
- Rey, Alain. *Le Grand Robert de la langue française*. Paris : Dictionnaires le Robert, 2000.
- Robin, Régine. *Histoire et linguistique*. Paris : Armand Colin, 1973.
- . « Pour une socio-poétique de l'imaginaire social. » *Discours social* 5:1-2 (1993) : 7-32.
- Rostand, Edmond (de). *Cyrano de Bergerac*. Paris : J'ai Lu, 2004.
- Rouveyre, Edouard et Octave Uzanne. *Miscellanées bibliographiques*. Paris : Edouard Rouveyre, 1878.
- Serena, Jacques. *L'Acrobate*. Paris : les Editions de Minuit, 2004.
- Simmel, Georg. « The Metropolis and Mental Life. » *The Sociology of Georg Simmel*. Ed. Kurt Wolff. Trans. H.H. Gerth and C. Wright Mills> New York: Free Press, 1950.

Victoroff, David. *Psychosociologie de la publicité*. Paris: PUF, 1970.

Wanlin, Nicolas. « Ekphrasis : problématiques majeures de la notion. » *Fabula*, Atelier, 20 Décembre 2007. 2 avr. 2008
<http://www.fabula.org/atelier.php?Ekphrasis%3A_probl%26eacute%3Bmatiques_majeures_de_la_notion>.

B. Ouvrages portant sur le cinéma

Abel, Richard. « American Film and the French Literary Avant-Garde. » *Contemporary Literature*, Vol. 17, No. 1. (Winter, 1976), pp. 84-109.

Ancian, Aimé. « Claire Denis : An Interview. » *Senses of cinema*. 2002
http://www.sensesofcinema.com/contents/02/23/denis_interview.html traduit par Inge Pruks.

Version originale dans *Sofa* 17.

Bazin, André. « L'ontologie de l'image photographique. » *Qu'est-ce que le cinéma ?* Paris : Cerf, 1958.

---. « Pour un cinéma impur. Défense de l'adaptation. » *Qu'est-ce que le cinéma ?* Paris : Cerf, 1958. 81-106.

Bordwell, David, and Noel Carroll. *Post-Theory: Reconstructing Film Studies*. Wisconsin studies in film. Madison: University of Wisconsin Press, 1996.

Branigan, Edward. *Narrative comprehension and film*. New York, Routledge, 1992.

Brown, Royal S. *Overtones and Undertones: Reading Film Music*. Berkeley: University of California Press, 1994.

---. *Images of Images: Myth, Lacan, and Narrative Cinema*. Unpublished book manuscript. 2009.

Brunetta, Gian Piero. *Buio in sala. Cent'anni di passioni dello spettatore cinematografico*. Venice : Marsilio, 1997.

Brunette, Peter, and David Wills. *Screen/Play: Derrida and Film Theory*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1989.

Vincent Bouchard, Simon Galiero, André Habib et Frédéric Pelletier « Entretien avec Peter Kubelka. » *Hors-champ*. 22 avril 2002. 1^{er} juin 2008
< <http://www.horschamp.qc.ca/cinema/avril2002/kubelka.html> >.

- Colville, Georgiana M. M. « Mais qu'est-ce qu'elles voient? Regards de Françaises à la caméra. » *The French Review*, Vol. 67, No. 1. (Oct 1993) : 73-81.
- Conley, Tom. *Film Hieroglyphs: Ruptures in Classical Cinema*. Mineapolis: 1991.
- Cruikshank, Ruth. « Colonial, postcolonial and global economies: Questions of consumption in Claire Denis's *Chocolat*. » *Studies in European Cinema*, vol.1, 3, (April 2006).
- Dantec, Alex, Levy, F. « Le marché cinématographique français en 2004: Parts de marché vs diversité. » Groupe d'Economie Mondiale de Sciences Po, 2005. 24 avr. 2009 http://www.gem.sciences-po.fr/content/publications/pdf/audiovisual/Bilan_cinema_2004.pdf.
- Faradji, Helen. « Définir la nationalité d'un film. Nationalité 101. » <HTTP://WWW2.CANOE.COM/DIVERTISSEMENT/CINEMA/NOUVELLES/2006/03/17/1727014-ICL.HTML>> 17-03-2006, consulté le 6 septembre 2008.
- Fuller, Graham. « Must-see director –Claire Denis. » *Interviewed by Magazine*. October 2001. <http://findarticles.com/p/articles/mi_m1285/is_10_31/ai_78738609>.
- Gillain, Anne. « L'imaginaire féminin au cinéma. » *French Review* 70-2 (Dec, 1996) : 259.
- Habib, André. « Regards sur l'enfermement : Projection, prison, évasion. ». *Hors-champ*. juin 2005. 26 sept 2005
<http://www.horschamp.qc.ca/article.php3?id_article=180>.
- Haskell, Molly. « Girls in film. » *The Guardian Unlimited, Arts*. 28 March 2003. 30 mars 2007 <<http://arts.guardian.co.uk/fridayreview/story/0,,922901,00.html>>.
- Hughes, Philippe (d'). « Qu'est-ce qu'un film français ? ». *Panoramiques* 69. « L'avenir s'écrit aussi en français. » (4^e trimestre 2004) :131-137
- Jones, Kent. « A Stranger's Posture: Notes on Bresson's Late Films. » *Robert Bresson*, James Quandt, ed. Toronto: Cinémathèque Ontario, 1998.
- Kapnist, Elizabeth. *Un Ecran nommé désir*. DVD. Doc en Stock, Arte France, 2006.
- Labiausse, Laurent. *Présentation générale: La Mort aux trousses d'Alfred Hitchcock*, Décembre 2007. 20 juin 2008 <http://www.ac-reims.fr/datice/musique/pages/pedagogie/lycee_option.htm#rubrique>.
- Lack, Roland-François. « Good work, little soldier: text and pretext. » *Journal of European Studies* 34 (2004): 34-43.

- Loiseau, Jean-Claude. « Comment le rire est devenu la valeur sûre du cinéma français. La comédie s'emballe. » *Télérama*. 07 avril 2001.
- Marcus, Millicent. « Umbilical Scenes: Where Filmmakers Foreground Their Relationships To Literary Sources. » *Romance Languages Annual X*. West Lafayette: Purdue Research Foundation, 1999. xix-xxiv.
- Metz, Christian. *Essais sur la signification au cinéma*, t. II. Paris : Klincksieck, 1972.
- Nouvel Observateur*. « Bienvenue chez les Ch'tis dépasse La Grande Vadrouille. » 12 sep. 2008. 24 juin 2008
<http://tempsreel.nouvelobs.com/actualites/culture/20080407.OBS8543/bienvenue_chez_les_chtis_depasse_la_grande_vadrouille.html>.
- Oudart, Jean-Pierre. « La Suture. » *Cahiers du cinéma* 211 (Avril 1969) : 36-39.
- « Production Haute Définition », site CTM Solutions. *SonoVision Digital Film*. 10 nov. 2003. 16 nov. 2008
<http://www.ctmsolutions.com/download/digitalcinematography/Article_DigitalFilm_Cinemanume.HD_part2.pdf> : 18-22.
- Raymond, Yann. « Europe de la culture et cultures d'Europes. » *Objectif cinéma*. 6 sep. 2008 <<http://www.objectif-cinema.com/horschamps/003.php>>.
- Rich, B. Ruby. « Des Mots pour nous dire. » *CinémAction 9: Le Cinéma au féminisme*, dir. Monique Martineau (1979): 166-74.
- Brigitte ROLLET, « Femmes cinéastes en France : l'après-mai 68. » *Clio. Histoire, femmes et sociétés. Femmes travesties : un « mauvais » genre*. (Octobre 1999). 3 avril 2007 <<http://clio.revues.org/document266.html>>.
- Romney, Jonathan. « Claire Denis interviewed by Jonathan Romney. » *Guardian Unlimited Film*. 28 juin 2000. 18 mars 2007.
<<http://film.guardian.co.uk/interview/interviewpages/0,,338784,00.html>>
- Ropars-Wuilleumier, Marie-Claire. *Ecraniques: Le film du texte*. Presses Universitaires de Lille, 1990.
- Siélinou, Nadège. « Cameroun colonial. *Chocolat*, de Claire Denis. » *Africine.org*. 20 sep. 2006. 24 avr. 2009 <<http://www.africine.org/?menu=art&no=6075>>.
- Testa, Carlo. *Masters of Two Arts: Re-creation of European Literatures in Italian Cinema*. University of Toronto Press, 2002.
- Tredell, Nicolas. *Cinemas of the Mind: A Critical History of Film Theory*. Critical histories series. Cambridge: Icon, 2002.

Vincendeau, Ginette. « Women as auteur-e-s : notes from Créteil. » *Screen*, vol. XXVII, 3-4 (1986): 156-162.

B. Ouvrages totalement ou partiellement relatifs à l'étude du titre littéraire

Adair, Gilbert. « The 'The' and the 'And' .» *The Postmodernist Always Rings Twice*. London: Fourth Estate (1992): 157-9.

Adams, Hazard. « Titles, Titling and Entitlement to. » *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 46, No. 1. (Autumn 1987) : 7-21.

Adorno, T. W. « Titres. » *Notes sur la littérature*. 1958. Trad. Sibylle Muller. Paris: Flammarion, 1984.

Agnès, Yves et Jean-Marie Croissandeau. *Lire le journal*. Paris : F.P. Lobies-Le Monde, 1979.

Agricola, E. « Texte, actants textuels, noyau informatif. » *Linguistique et Sémiologie* 5 (1978) : 201-243.

Angenot, Marc. « Le Roman et l'articulation du titre. » *Le Flambeau* 53 (1970): 236-47.

Austin, J. L. *How to Do Things With Words*. Cambridge : Harvard University Press: 1975.

Balibar, Etienne et Pierre Macherey. « Sur la littérature comme forme idéologique. Quelques hypothèses marxistes. » *Littérature* 13.4 (1974) : 29-48.

Ballestra-Puech, Sylvie. « L'art des titres ou le mélange des genres dans *Le Tambour* de Günter Grass. » *Revue Electronique de l'Université de Nice. Loxias* 7 Programme d'agrégation 2004-2005. 11 nov. 2005 <<http://revel.unice.fr/loxias/document.html?id=90>>.

John Barth, « The Title of This Book »and « The Subtitle of This Book. » "*The Friday Book*": *Essays and Other Nonfiction*. New York: G. P. Putnam's Sons, 1984.

Barthes, Roland. *S/Z*. Paris: Seuil, 1970.

---. « Par où commencer? ». *Poétique* 1 (1970) : 3-9.

---. *L'Aventure sémiologique*. Paris : Seuil, 1985.

Bernard, Michel. « À juste titre : A Lexicometric Approach to the Study of Titles », *Literary and Linguistic Computing*, vol. 10, n°2 (1995) : 135-141.

- Bokobza, Serge. « Contribution à la titrologie romanesque: Variations sur le titre « Le Rouge et le Noir. » » Genève: Droz, 1986.
- . « Déictique, énonciatrice et poétique: les fonctions du titre. » *French Literature Series* 11 (1984) : 33-46.
- Caballero Rodríguez, M^a del Rosario. « The Strategic Use of Polysemy and Intertextuality in Titles. » *AEDEAN: Proceedings of the 23rd International Conference (León, 16-18 de diciembre, 1999)*. CD-ROM. León: AEDEAN, 2003.
- Calbris, Geneviève. « Structure des titres et enseignes. » *Le Français dans le monde* 166 (1982) : 26-54.
- Carrard, Philippe. « Part of the way with verbal play: the ludic mode in scholarly title.» *Style*, Winter 1996.
- Casadei, Emanuela. « Contributi per una teoria del titolo: le nouvelle di Federico Tozzi. » *Lingua e Stile* 15 (1980): 3-25.
- Couturier, Maurice. « La page de titre et le problème de l'anonymat. » *La Figure de l'auteur*. Paris: Seuil, 1995.
- Derrida, Jacques. *Donner le temps. La fausse monnaie*. Paris : Galilée, 1991.
- . « La double séance. » *Tel Quel* 41 (1970) : 3-43.
- . « Le facteur de la vérité. » *La carte postale*. Paris: Flammarion, 1980.
- . « Préjugés: devant la loi. » *La Faculté de juger*. Collection Critique. Eds. Jacques Derrida et al. Paris: Minuit, 1985.
- . « Titre (à préciser). » *Parages*. Paris: Galilée, 1986.
- Dubois, Jacques. « La métataxe dans les titres de presse. » *Rhétorique générale*. Paris: Larousse, 1970. 86-90.
- Duchet, Claude. « La Fille Abandonnée et La Bête humaine: éléments de titrologie romanesque » *Littérature* 12 (1973): 49-73.
- Eco, Umberto. *Apostille au nom de la rose*. Paris: LGF, 1987.
- Escarpit, Roger et Jean-Marie Grassin. *DITL (Dictionnaire International des Termes Littéraires)*. 24 avr.2009 < <http://www.flsh.unilim.fr/ditl/>>.
- Ferry, Anne. *The Title to the Poem*. Stanford (CA): Stanford UP, 1997.

- Fisher, John. « Entitling. » *Critical Inquiry* 11 (1984): 286-98.
- Flandrin, Jean-Louis. « Sentiments et civilisation : sondage au niveau des titres d'ouvrages. » *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations* 5 . 20^{ème} année, (septembre-octobre 1965): 939-967.
- Fonagy, Ivan. « La poésie des titres » *Semiosis: Semiotics and the History of Culture. In Honorem Georgii Lotman*. Ed. Morris Halle, Krystyna Pomorska, Ladislav Matejka, and Boris Uspenskij. Anne Arbor: Michigan Slavic Publications, 1984. 139-56.
- Genette, Gérard. « Les titres. » *Seuils*. Paris: Seuil, 1987. 54-97.
- . *Palimpsestes: La Littérature au second degré*. Paris: Seuil, 1982.
- Gray, Nicolette. *XIXth Century Ornamental Types and Title-Pages*. London: Faber and Faber, 1938.
- Grivel, Charles. *Production de l'intérêt romanesque. Un état du texte (1870-1880), un essai de constitution de sa théorie*. La Haye: Mouton, 1973.
- . *Volume complémentaire*. Hoofddorp : Hoekstra, 1973.
- Hellwig, Peter. « Titulus oder über den Zusammenhang von Titeln and Texten: Titel sind ein Schlüssel zur Textkonstitution » *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 12 (1984): 1-19.
- Hoek, Leo H. *La Marque du titre*. The Hague: Mouton, 1982.
- . « Le métadiscours des titres: le cas Maupassant. Une analyse sémiotique. » *(En)jeux de la communication romanesque*. Ed. Susan van Dijk and Christa Stevens. Amsterdam: Rodopi, 1994. 213-24.
- . « Description d'un archonte: préliminaires à une théorie du titre à partir du Nouveau Roman. » *Nouveau Roman : Hier, Aujourd'hui*. Ricardou et van Rossum-Guyon dir. 1972, t. 1. 289-326.
- . « Pour une sémiotique du titre. » *Documents de Travail et prépublications no. 20/21 du Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica*. Università di Urbino, 1973.
- Hollander, Anne. *Feeding the Eye: Essays*. New York: Farrar, Straus, and Giroux, 1999.

- Hollander, John. « Haddocks' Eyes': A Note on the Theory of Titles. » *Vision and Resonance. Two Senses of Poetic Form*. New York: Oxford University Press (1975): 212-226.
- Karrer, Wolfgang. « Titles and Mottoes as Intertextual Devices. » *Intertextuality*. Ed. Heinrich F. Plett. Berlin: de Gruyter (1991): 122-34.
- Kellman, Steven. « Dropping names: the poetics of titles. » *Criticism* XVII, 2 (Spring1975): 152-167.
- Lahlou, Naguib. « The Poetics of Titles: Further Discriminations. » *The Poetics And Linguistics Association*, 1989.
- Levin, Harry. « The Title as a literary genre. » *The Modern Language Review* LXXII, xxiii-xxxvi, 1977.
- Lions, Marie-Laure. *La Communication esthétique par le titre*, mémoire de DEA sous la direction de Jacques Lepage. Université de Nice, 1983.
- Lodge, David. *The art of fiction: illustrated from classic and modern texts*. New York : Viking, 1993.
- Macherey, Pierre. *Pour une théorie de la production littéraire*. Paris: Maspero, 1966.
- Maclean, Marie. « Pretexts and Paratexts: The Art of the Peripheral. » *New Literary History* 22.2 (1991): 273-80.
- Mallarmé, Stéphane. « Le mystère dans les lettres. » *Œuvres complètes* ed. Bertrand Marchal, 2 vols ii. Paris:Gallimard, 1998–2003. 229–234.
- Meschonnic, Henri. « La théorie du nom contre le langage. » *Le Signe et le Poème*. Paris: Gallimard, 1962. 54-82.
- . « D'une poétique du rythme à une politique du rythme. » *La Politique du texte: enjeux sociocritiques*, éd. Neefs Ropars, PU Lille (1992) : 203-228.
- Mitterand, Henri. « Les titres des romans de Guy des Cars » *Sociocritique*. Ed. Claude Duchet. Paris: Nathan (1979) : 89-97.
- Molino, Jean, F. Lassave, J. M. Martin, R. Tappero, et B. Valette. « Sur les titres des romans de Jean Bruce. » *Langages* 35 (1974) : 87-115.
- Moncelet Christian. *Essai sur le titre en littérature et dans les arts*. Le Cendre (1, rue René Guy Cadou, 63670): Éditions BOF, 1972.

- Nuessel, Frank. « Art and metaphor. » *Metaphor and Art: Interactionism and Reference in the Verbal and Nonverbal Arts*. Ed. Carl R. Hausman, Cambridge, England, and New York, New York: Cambridge University Press, 1989.
- Rey-Debove, Josette. « Essai de typologie sémiotique des titres d'œuvres. » *A Semiotic Landscape: Proceedings of the First Congress of the International Association for Semiotic Studies, Milan, June 1974*. S. Chatman and U. Eco and J.-M. Klinkenberg eds. *Approaches to semiotics*, 29. The Hague ; New York: Mouton, 1979.
- Ricardou, Jean. « Naissance d'une fiction. » *Nouveau Roman: Hier, aujourd'hui*. Paris : UGE, 1972.
- . *Pour une théorie du nouveau roman*. Paris: Seuil, 1971.
- . *Nouveaux problèmes du roman*. Paris: Seuil, 1978.
- Richard, Jean-Pierre. « Petite remontée dans un nom – titre. » *Microlectures*. Seuil, 1979. 195-203.
- Riffaterre, Michael. *Essais de stylistique structurale*. Paris : Flammarion, 1971.
- Rothe, Arnold. *Der Literarische Titel: Funktionen, Formen, Geschichte*. Frankfurt am Main: Klostermann, 1986.
- Säid, Edward. *Beginnings : Intention and Method*. Baltimore : John Hopkins UP, 1975.
- Samson, Mathieu. « A juste titre. » *Revue littéraire Main Blanche*. Novembre-Décembre 2004. 9 jan. 2005 <www.mainblanche.com/data/MainBlancheVol11No1.pdf>.
- Sawyer, Richard. « Fictional Titles : a classification. » *University of Toronto Quaterly*. Vol 60, n 3, Spring 1991. 21 oct. 2005 <http://www.utpjournals.com/jour.ihtml?lp=product/utq/603/603_sawyer.html>.
- Shapiro, Michael. «Boundaries ». *The Sense of Form in Literature and Language*. Houndmills: Macmillan, 1998. 167-80.
- Shevlin, Eleanor F. « "To Reconcile Book and Title, and Make 'em Kin to One Another": The Evolution of the Title's Contractual Functions ». *Book History - Volume 2* Penn State University Press, 1999. 42-77
- Watanabe, Anthony. « Petit Tchaïkovski et ses paratextes: Le cas du titre. » *Theater Research in Canada*. 17.2 (1996) : 188-99.

C. Ouvrages totalement ou partiellement relatifs à l'étude du titre artistique

- Alechinsky, Pierre. *Titres et pains perdus. Notes sur les disparitions, les pertes de sens, les difficultés de transmission, les oublis, les manques et les persistances inutiles.* Paris : Denoël, 1965.
- Armengaud, Françoise. *Titres. Entretiens avec Alechinsky, Arman, Appel, César, Marie-Elisabeth Collet, Corneille, Dolla, Hadju, Hartung, Helman, Herold, Jenkins, Le Gac, Masson, Philippe, Pol Bury, Pons, Sosno, Soulages, Topor, Anita Tulio, Verdet.* Paris : Klincksieck, 1988.
- Bann, Stephen. « The mythical conception is the name; titles and names in modern and post-modern painting. » *Word & image* 1-2 (1985): 176-90.
- Blavier, André et René Magritte. *René Magritte : Ecrits complets.* Paris : Flammarion, 1979.
- Bosredon, Bernard. « Visualisation et référence, une approche linguistique de l'intitulation picturale. » *Language and Beyond / Le langage et ses au-delà.* Paul Joret et Aline Remael, eds. Amsterdam – Atlanta : Rodopi, 1998.
- . *Titres de tableaux. Une pragmatique de l'identification.* Paris : PUF, 1997.
- Butor, Michel. *Les mots dans la peinture.* Genève : Skira, 1969.
- Bya, Joseph. « La publicité ou le discours détourné de la marchandise. » *Littérature* 12 (Décembre 1973) : 36-48.
- Derrida, Jacques. *La vérité en peinture.* Paris: Flammarion, 1978.
- Eisenstein, Sergei. « Beyond the shot [the cinematographic principle and the ideogram]. » *Film Theory and Criticism.* Braudy, Leo and Marshall Cohen, eds., 5th edition. New York: Oxford U. Press, 1992.
- Foucault. *Ceci n'est pas une pipe.* Paris: Fata Morgana, 1973.
- Franklin, M.B., Becklen, R.C., & Doyle, C.L.. « The influence of titles on how paintings are seen ». *Leonardo* 26-2 (1993): 103-108.
- Gardner, Paul. « Do titles really matter? » *Art news* 91 (1992): 92-97.
- Gombrich, E. H. « Image and Word in Twentieth-Century Art. » *Word & image* 1.3 (1985) : 213-41.

Hoek, Leo H. *Titres, toiles et critique d'art. Déterminants institutionnels du discours sur l'art au dix-neuvième siècle en France*. Faux titre, no 210. Amsterdam: Rodopi, 2001.

Levinson, Jerrold. « Titles. » *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 44- 1 (1985): 29-39.

Matta Echaurren , Roberto. « Mathématique sensible—Architecture du temps. » *Minotaure* 11 (1938) : 43.

Rouveyre, André et Octave Uzanne. *Caprices d'un bibliophile*. Paris: Rouveyre, 1878.

Vachon, Pierre. *Essai de titrologie musicale: Carnaval, op. 9, Kreisleriana, op. 16, et autres titres d'oeuvres pour piano seul de Robert Schumann*. Montréal : Université de Montréal, 2003.

Welchman, John C. *Invisible Colors. A Visual History of Titles*. Yale University Press, 1997.

D. Ouvrages totalement ou partiellement relatifs à l'étude du titre médiatique et filmique

Albera, François. « Ecriture et images, notes sur les intertitres dans le cinéma muet. » *Dialectiques* 9, 1975.

Allison, Deborah. *Promises in the dark : Opening Title Sequences in American Feature Films of the Sound Period*. University of East Anglia, Ph.D, 2001.

Blanchard, Gérard. « Le scriptovisuel ou cinéματο-graphie. » *L'espace et la lettre Écritures, typographies*. (1977) : 393-438.

Jean-Louis Baudry, *L'effet-cinéma*. Paris : Albatros, 1978. 36.

Bergala, Alain. « Commencer sans commencer. » *L'Exception*. 16 sep. 2006
<<http://www.lexception.org/article139.html>>.

Card, S., Mackinlay, J. et Ben Schneiderman. *Readings in Information Visualization. Using Vision to Think*. San Francisco : Morgan Kaufmann Publishers, 1999.

Cassagneau, Pascale. « La création à l'ère de sa production numérique par Pascale Cassagneau, délégation aux arts plastiques ». Paris, 26 fév. 2002. 24 avril 2004.<<http://www.fing.org/index.php?num=2637,1>>.

Charney, Leopold Joseph. *Just Beginnings: Film Studies, Close Analysis and the Viewer's Experience*. Ann arbor, MI: University Microfilm International, 1993.

- Eugeni, Ruggero. « Le peripezie della lettera. » *Bianco e Nero* 1-2 (2000): 37-47.
- Gaudu, Georges. « Le Regard-caméra. » *Limina/Le Soglie del film. Film's thresholds*. X International Film Studies Conference, University of Udine. Ed. Re, Valentina & V. Innocenti, Udine: Forum, 2004.173-179.
- Groupe μ. « Titres de films. » *Communications* 16 (1970): 94-102.
- Guénot, Jean. *Ecrire, guide pratique de l'écrivain avec des exercices*. Saint-Cloud : chez l'auteur, 1977.
- Halliwell, Leslie. « What's in a name? » *Films & Filming* 12-12 (Sep.1966): 19-24.
- Hansen, Miriam. *Babel and Babylon. Spectatorship in American Silent Film*. Harvard University Press, 1994.
- Jacquemin, Christian. « Appréhender dynamiquement les textes à plusieurs niveaux de détail. » *Colloque Société de l'Information. CNRS. ENS Lyon*, 2005. 1-6.
- Kamina, Pascal. *Film copyright in the European Union*. Cambridge University Press, 2002. 105-106.
- Klinger, Barbara. « Digressions at the cinema: reception and mass culture. » *Cinema Journal*, 28:4 (Summer 1989): 3-19.
- Kolstrup, Soren. « The Film Title and its Historical Ancestors. » *P.O.V.* 2, Nov. 1996. 24 avr. 2009 < http://pov.imv.au.dk/Issue_02/section_1/artc1B.html>.
- Krantz, Charles. « Teaching *Night and Fog*: History and Historiography. » *Film & History* 15.1 (1985): 11.
- Kuntzel, Thierry. « Le travail du film, 1. ». *Communications* 19 (1972) : 25-39.
- . « Le travail du film, 2. » *Communications* 23 (1975) : 136-189.
- . « The Treatment of Ideology in the Textual Analysis of Film. » *Screen* 14.3 (Autumn 1973): 44-54.
- Lanz-Stuparich, Maria. « Les adolescents et le cinéma. Recherches préliminaires. » *Applied Psychology. The first-thirteenth congress. Proceedings of the International Association of Applied Psychology. The Ninth Congress* ed. Horst Gundlach. Vol 9. London : Routledge, 1998.
- Di Marino, Bruno. « Ai margini della finzione. Per un'analisi dei titoli di testa e di coda » *Bianco e nero* 1-2 (2000) : 74-85.
- Metz, Christian. *Le Signifiant imaginaire*. Paris: Coll. 10/18, U.G.E., 1977.

- Mourgues (de), Nicole. *Le Générique de film*. Paris: Klincksieck, 1994.
- Nancy, Jean-Luc. « A-religion. » *Journal of European Studies* 34, 1-2 (2004): 14-18.
- Odin, Roger. « L'entrée du spectateur dans la fiction. » *Théorie du film*. Jean-Louis Leutrat, éd. Paris : Albatros, 1980. 198-213.
- Peñalver Vicea, Maribel. « Le titre est-il un désignateur rigide? » *El texto como encrucijada : estudios franceses y francófonos*. Ignacio Iñarrea Las Heras and María Jesús Salinero Cascante, éd. Vol. 2, 2003. 251-258
- Re, Valentina. *Ai margini del film. Incipit e titoli di testa*. Pasion di Prato (UD): Campanotto, 2006.
- Rooney, Caroline. « From the Universal to the Cosmic: The Surroundings of *Beau Travail*. » *Journal of European Studies* 34, 1-2 (Mar-Jun 2004): 106-127.
- Saignes, Michel. « La lettre et le cinématographe : graphisme et générique. » *Image et son. Revue de cinéma* (Janvier 1977) : 81-86.
- Soar, Matthew. « The bite at the beginning: Encoding evil through film title design ». *The Representation of Evil in Film and Television*. Norden, Martin, éd. Amsterdam: Rodopi, 2007.
- . « Cinematic shorthand: Commitment and brevity inform the film titles of Marlene McCarty ». *Eye Magazine* 50, Winter 2003.
- Shohat, Ella et Robert Stam « The cinema after Babel: language, difference, power. » *Screen* 26 (1985): 35-58.
- Stone, Judy. « 'Chocolat' Bittersweet Memoir of Colonial Africa. » *San Francisco Chronicle* 21 Apr. 1989: 47.
- Temps, Frédéric. « Entretien avec Saul Bass ». *Générique & cinéma*. 16 sep. 1993. 25 avr. 2009 <<http://www.generique-cinema.net/histoire/saulbass.html>>.
- Tylski, Alexandre. « Entretien avec Roman Polanski. » *Générique & cinéma*. Sep. 2006. 25 avr. 2009 <<http://www.generique-cinema.net/histoire/polanski.html>>.
- Vernet, Marc. « La transaction filmique. » *Le Cinéma américain*. Vol II. R. Bellour (ed.). Paris: Flammarion, 1980. 123-142.
- Weinberg, Herman. « The Language Barrier. » *Hollywood Quarterly*, vol. 2, No. 4. (Jul. 1947) : 333-337.