

Les *Ch'tis* vus par un sociologue

Philippe CIBOIS

Le sociologue Philippe Cibois revient sur le film *Bienvenue sur les Ch'tis*, en passant au crible les commentaires des internautes au moyen d'un logiciel d'analyse. N'en déplaise à certains sociologues, il apparaît que le succès phénoménal de cette bande s'explique essentiellement par la célébration des valeurs de solidarités populaires.

Les catégories populaires sont transparentes en ce sens qu'elles sont hors du champ de visibilité de ceux qui scrutent le paysage social. Quand elles disent quelque chose, par leur vote par exemple en délaissant la gauche pour soutenir le candidat d'extrême droite comme au premier tour de 2002, ou pour dire non au référendum sur l'Europe de 2005, la surprise est totale¹. Cette transparence continue aujourd'hui et le succès de *Bienvenue chez les ch'tis* en est une nouvelle version, d'autant plus désagréable qu'elle se fait au détriment de l'autre camp, dans le cadre d'un antagonisme de classe.

Sorti dans les salles en février 2008, *Bienvenue chez les ch'tis* dépassait le cap de vingt millions de spectateur en mai, devenant le film français le plus regardé depuis 1945. Pour rendre compte de ce succès, on utilisera uniquement (outre le film que l'on suppose connu) ce qui est facilement disponible : les statistiques publiées par *Médiamétrie*² qui comparent le public de ce film à un public moyen, et les 151 opinions laissées sur le site de la *Fnac*³ à

¹ Même si, comme le signale Jérôme Jaffré, le phénomène de la perte par la gauche des milieux populaires est antérieur à 2002 : Pascal Perrineau, Colette Ysmal (dir.), *Le vote de tous les refus*, Presses de Sciences Po, 2003.

² http://www.mediametrie.fr/resultats.php?rubrique=cine&resultat_id=584

³ http://www4.fnac.com/Shelf/comments_list.aspx?PRID=2237374

propos de ce film, opinions dont on ne sait pas si elles sont préalablement examinées par un modérateur mais dont la diversité est grande et dont le nombre est beaucoup plus important que pour d'autres films.

Les opinions Fnac

Chaque opinion *Fnac* est affectée du nombre d'étoiles donné au film : de cinq, le score le plus élevé à un, le plus bas. On peut coder aussi le mois où le jugement a été émis (de la sortie du film à la sortie du DVD), si le rédacteur est du Nord ou non, s'il indique son nom ou reste anonyme. Voici deux exemples (les plus récents au moment de l'enquête) :

- 5 étoiles, novembre, anonyme, pas du Nord : "*c'est génial il est trop bien ce film, les gags sont marrant et les acteurs jouent super bien !!! J'adore Dany Boon et j'ai trouvé que ce film était super.*"⁴

- 1 étoile, novembre, anonyme, pas du Nord : "*Comprends pas. Film beau par excellence, je ne m'explique pas les 20 millions d'entrées. En attendant, coup de chapeau aux médias pour la manipulation des masses ! Pathétique, lourd, pas drôle, les suppléments du DVD sont à la hauteur : jetez un œil à "retour dans ch'nord", là vraiment on nous prend pour des crétins.*"

La distribution des étoiles est la suivante :

1	2	3	4	5	Total
31	11	14	2	93	151
20.5%	7.3%	9.3%	1.3%	61.6%	100%

La concentration vers les extrêmes et autour de la valeur centrale fait recoder en trois valeurs : score défavorable (1 étoile), score intermédiaire (2 à 4), score favorable (3 étoiles).

Le croisement de ce nombre d'étoile avec la date de rédaction du commentaire montre que les commentaires favorables sont liés à la sortie du film (PEM=54%) et les commentaires intermédiaires ou défavorables au moment de la sortie du DVD (PEM=26%).

⁴ Les orthographes ont été normalisées pour faciliter la lecture mais le style SMS (g trouvé pour j'ai trouvé) est présent dans quelques cas.

"**génial**", "*on y passe un **super** moment*", "*film qui a du **cœur***", "*on attend le **DVD** avec impatience*", "**super**", etc.

L'opposition (une étoile) est radicale dans ses jugements : "*tombé bien **bas***", "*si **bas***", "*à ce point descendu si **bas***", "*des plus **bas***", "**navet**", "**caricature**", "*du **niveau** des pires productions de...*", "**consternant**", "**nul**".

Le niveau intermédiaire (deux à quatre étoiles) cherche à nuancer, par exemple à propos du mot "personnage" : "*J'ai mis 3 [étoiles] parce que, oui, les personnages sont attachants, mais c'est tout. Pas drôle, cliché, voire lourdingue (la scène au resto, au secours !!), je ne comprends pas toute l'effervescence autour de ce film*". Les jugements "*faire rire faute de mieux*" ou "**bof**", résumant bien cette position : "*Ce film est la plus grande supercherie de cette année (car c'est devenu le numéro 1 et il est bof) ,il y a une ou deux scène marrante, franchement je préfère regarder des films comme le diner de con, les anges gardiens etc., qui sont beaucoup mieux au niveau jeu d'acteur et scène drôles, je pense qu'il a eu du succès à cause du matraquage publicitaire, il faut voir le nombre d'extraits, d'affiches, et les invitations des acteurs aux émissions avant même la sortie du film, bref, à voir et à pas revoir*". On voit apparaître ici le thème explicatif du matraquage publicitaire : "*quel battage pour pas grand-chose à voir*" ; de l'effet de mode : "*Bof. Tout le monde est allé voir le film...comme les moutons de Panurge*".

L'analyse de contenu rapide

On trouve sur la toile beaucoup de textes émanant d'individus, comme ceux des forums, des commentaires divers, des blogs, mais on y trouve aussi à profusion des textes de presse ou institutionnels. Il semble difficile de ne pas être accablé par cette masse de documents si on ne dispose pas d'une méthode de lecture rapide, ce que chacun pratique, mais aussi pour dépasser les premières impressions, d'une technique d'analyse de contenu rapide. La méthode utilisée ici dans le logiciel libre Trideux⁶ consiste à partir des textes bruts où à chaque émetteur (un individu, une institution) est associé un paragraphe et où, en tête de chaque paragraphe on code (numériquement) les caractéristiques disponibles de cet émetteur. Les graphes proposés par le logiciel mettent en rapport les mots et les caractéristiques de ceux qui les ont émis en utilisant l'analyse factorielle et en visualisant les liens entre mots et caractéristiques. Ce type d'analyse permet de vérifier ou d'infirmer une lecture intuitive en précisant les régularités observées.

⁶ Disponible sur le site <http://pagesperso-orange.fr/cibois/Trideux.html>

Comme la technique de l'analyse factorielle a souvent été utilisée par Pierre Bourdieu dans *La distinction* on peut y trouver des points communs mais la ressemblance est purement formelle car si on fait l'analyse de l'ensemble des pratiques culturelles, les oppositions sont toujours les mêmes⁷ alors qu'en utilisant la technique présentée ici les résultats sont variés et dépendent bien du corpus utilisé.

Comme les commentaires s'étalent dans le temps, ils se répondent et tentent de se neutraliser : progressivement, ceux qui ont apprécié tentent de discréditer ceux qui n'ont pas apprécié, et réciproquement. On peut suivre la progression :

- **avril** : (les premiers commentaires sont du milieu du mois de mars) on observe une réponse critiquant les seulement trois commentaires négatifs (contre 26 positifs) : "*17 millions de spectateurs en un peu plus d'un mois, laissons les chiffres parler et oublions vite ceux qui osent mettre un 0 et parler de film médiocre*" (10 avril).

La fin du mois d'avril voit la controverse se développer. Il y a 12 réactions positives mais 7 négatives comme celle-ci du 27 avril : "*Humour douteux. Bienvenue chez les Ch'tis ou comment faire une "comédie" d'une heure trente en jouant simplement sur les particularités de l'accent ch'ti et en recyclant des vieux sketches de Dany Boon... Pitoyable tout comme le battage médiatique qui est réalisé autour...(…) il doit bien avoir 17 millions de beaufs en France*".

- **mai** : cette réaction négative entraîne le 2 mai la protestation suivante "*Il serait correct de la Fnac de ne pas publier les propos d'un boubours qui traite 17 millions de français de beaufs. On à le droit d'aimer ou pas mais on respecte le goût des autres. Quand au soi-disant matraquage publicitaire de ce film, cela est très exagéré, il est loin d'avoir obtenu la même publicité qu'Astérix lors de sa sortie*".

Autre réaction proche (5 mai) : "*Les "beaufs" vous remercient pour vos commentaires. Ces donneurs de leçon, sûrement lecteur de Télérama, aiment les films Hongrois, sous-titrés Polonais et dont la scène essentielle du film est un plan fixe sur un pot de fleur rouge...*".

- **septembre** : nouvelle attaque le 30 septembre contre ceux qui admirent le film : "*Le niveau culturel du français de base (Johnny, M. Sardou, C. Dion, Taxi, Luc Besson) est très bas d'où le succès de cette présumée daube*".

⁷ Avec cette réserve soulignée par Bernard Lahire (*La culture des individus*, La découverte, 2004, p.132-141) que ce que présente l'analyse factorielle, ce sont des types-idéaux, des portraits robots, alors que des comptages précis montrent la grande variété des associations de pratiques, ce qui remet en cause l'aspect unidimensionnel de *la distinction*.

Réponse le lendemain "*retourne dans ta grotte avec tes commentaires à 2 balles. Tu dis ça car tu n'as rien compris au film*".

- **octobre** : "*Ce film est génial. Ceux qui disent que ce film est nul et sans intérêt n'ont certainement aucun humour. Je suis allée le voir 2 fois au cinéma et la salle entière était morte de rire. Je suis contente que Dany Boon ait fait ce film, et autant d'entrées, ça claqué le clapet à tous ceux qui ne savent pas apprécier un bon film tant qu'il n'y a pas de bagarres, de meurtres ou de sexe. VIVE LES CH'TIS.*" (24 oct).

Le ton continue de monter à la fin de ce mois d'octobre : "*ça faisait longtemps qu'un film français ne m'avait pas autant fait rire. Moi qui suis une sudiste j'en conclus que les parigots ont des goûts de chiotte et un humour au ras des pâquerettes. Sur ce, bonne journée HEIN!!!*" (29 oct) ;

"*Beaucoup de GRINCHEUX (comme toujours dès qu'il y a succès populaire !)*" (30 oct).

Conflit d'interprétation

Si vous aimez le film disent donc les uns, c'est que vous vous êtes laissé prendre au battage publicitaire ou que vous êtes des incultes. Les "incultes" répondent que si vous ne l'aimez pas, c'est que vous êtes des intellos lecteurs de *Télérama*. Le ton acerbe employé montre bien qu'il y a un conflit d'interprétation.

Il faut donc voir si la nature du public, tel que repéré par *Médiamétrie*, permet d'éclairer la question : or, en comparant les *ch'tis* à la moyenne des films sortis de 2005 à 2008, *Médiamétrie* montre qu'il s'agit d'un public plus féminin, constitué d'occasionnels, de provinciaux, de CSP- (CSP "moins")⁸, et où sont sous-représentés, les CSP+, les jeunes, les étudiants, les spectateurs assidus, les habitants de Paris intra-muros.

Un public plus populaire (CSP-, âgé) a donc assuré le succès du film mais il reste à comprendre 1), ce qui a permis ce succès populaire et 2), pourquoi le conflit s'est exacerbé.

1) Ce film, voulu comme une caricature avec toutes les exagérations dues au genre, présente cependant une manière de vivre collective qui a des caractéristiques bien précises, explicitement revendiquées par l'auteur Dany Boon dans ses nombreux entretiens :

⁸ *Médiamétrie* répartit les activités en CSP+ (en moyenne 2005-2008 34% / ch'tis 31%), CSP- (33% / 38%), retraités (11% / 14%), étudiants (18% / 11%) et autres inactifs (5% / 6%).

- un collectif social n'est pas centré sur lui-même mais est accueillant aux nouveaux membres : cette posture est montrée par l'accueil fait au nouveau directeur venant du sud et arrivant dans un logement de fonction sans meuble. Cette absence est immédiatement résolue par une collecte ;
- un collectif social se soucie de ses membres et a une attitude active à leur égard : dans le film chacun des deux héros s'attache à résoudre les problèmes de l'autre et y parvient ;
- le parler vrai est considéré, à l'intérieur du groupe, comme le moyen de parvenir à la résolution des problèmes : les deux couples des héros trouvent une issue à leur problème quand la vérité de chacun est proclamée.

Cette attitude, qui consiste à se sentir concerné par les autres, semble naturelle à Dany Boon, mais il voit bien qu'elle heurte davantage que les différences d'accent : *"si j'entends une conversation à côté, je participe à la discussion. Chez nous, c'est naturel. A Paris, toute la table se retourne et me considère comme dingue"* (entretien avec Christophe Carrière de *l'Express*). Une telle attitude est ressentie comme "populaire", traduisant l'ancienne interconnaissance villageoise ou celle des quartiers populaires, attitude abominable pour la classe moyenne supérieure qui ne la supporte pas.

2) Si la classe moyenne supérieure critique le succès des *ch'tis* avec tant de passion, c'est aussi que le film peut être interprété comme une satire sociale faite au nom de ces valeurs populaires contre les valeurs de la classe moyenne.

Le personnage joué par Kad Merad (qui représente, comme directeur, la classe moyenne) est présenté avec vraiment beaucoup de défauts : il est arriviste, prêt aux fraudes les plus graves mais s'y révèle stupide. Il est prêt à raconter les histoires les plus farfelues à sa femme qui est, elle, prête à croire à toutes les invraisemblances. Elle-même est présentée d'une manière si ridicule que beaucoup de spectateurs ont déclaré que l'actrice Zoé Félix, *"jouait mal"* parce qu'elle apparaissait comme particulièrement stupide, ce qui est difficilement supportable quand on apprécie une actrice : *"on a souvent l'impression que les acteurs ne croient pas à ce qu'ils disent (principalement Zoé Félix d'ailleurs)"* dit un commentaire *Fnac*. Zoé Félix ne jouait pas mal, elle jouait un personnage ridiculisé.

Face à ce couple de classe moyenne, centré sur ses petits intérêts, le personnage interprété par Dany Boon représente le symbole des valeurs de la classe populaire : il croit à la solidarité active et la met en œuvre dès l'arrivée du nouveau directeur.

Toute la dynamique du film réside dans la conversion du héros de classe moyenne qui apprend non seulement le parler local mais surtout les valeurs de la classe populaire : solidarité active, mais plus encore efficacité du "parler vrai". En effet dans tous les milieux sociaux, la vie de couple est difficile et le film va nous montrer comment chacun des héros va résoudre les problèmes de couple de l'autre. Le directeur du bureau de poste aide le facteur à conquérir celle qu'il aime et inversement le facteur cherche à résoudre le problème de la femme du directeur en montant un spectacle d'horreur ouvrière.

Cette scène met précisément mal à l'aise le spectateur de classe moyenne parce que la satire s'y exerce à ses dépens, par la femme du directeur interposée : on se moque d'elle, d'une manière lourde, insistante, exagérée comme il le faut dans une charge. De même on se moque du directeur qui veut imposer les normes de classe moyenne vis-à-vis de l'alcoolisme et ne réussit qu'à se ridiculiser alors qu'en milieu populaire "on tient bien l'alcool".

Cette interprétation en termes de satire sociale permet de comprendre le succès du film, fait par les gros bataillons de classe populaire qui à la fois y ont retrouvé leurs valeurs de solidarité et ont pu se moquer de cette classe moyenne qui les méprise alors que ce ne sont à leurs yeux que de petits arrivistes stupides et inefficaces. Les distributeurs du film n'ont pas oublié aujourd'hui ces "CSP-" puisque le film sort non seulement en DVD mais aussi en VHS, visant des milieux moins branchés.

La satire sociale est un genre littéraire fréquent en France mais en général elle se fait au détriment de la classe populaire, du *Roman de Renard* aux *Deschiens* : il a fallu deux acteurs, certes intégrés à la classe moyenne puisqu'ils sont acteurs, mais suffisamment distants du fait de leur origine algérienne pour Kad Merad et kabyle par son père pour Dany Boon, pour assumer de se moquer de cette classe moyenne qui est devenue la leur. Quant à la classe moyenne, elle a du trouver une explication au succès populaire du film par le biais du battage médiatique, sans comprendre cet aspect de revanche sociale.

Par exemple, des sociologues n'ont pas été tendres pour les *ch'tis* : l'un d'entre eux dans un entretien à la *Chaîne parlementaire* s'étonne du succès d'une image de la France complètement déconnectée des réalités sociales du monde actuel et réduite à un bureau de

poste un peu spécial. Dans *le Monde*, un autre considère que ce qui est mis en scène est "un prolétariat dévoué, mais pas très futé, dans une région économiquement arriérée".

Ce qui est rejeté par les intellectuels est précisément ce qui a fait le succès du film, son enracinement dans la culture populaire, qualifiée de "gentillesse" par le critique cinématographique du *Monde* et considérée par lui comme "un passé fantasmé" alors que toute la satire réside dans le fait que c'est cette attitude populaire qui est efficace et que le héros bourgeois s'y convertit progressivement.

Une posture "politique" ?

Contre la solidarité populaire, les classes moyennes ont une pratique individualiste qui caractérisait déjà les élites sociales encore peu nombreuses d'avant la Révolution industrielle. À l'encontre des milieux populaires où les individus se percevaient autrefois interchangeables, avec un destin tracé d'avance et où la solidarité était inscrite dans la situation, les classes supérieures sont toujours composées d'individus dont chacun doit déterminer son destin particulier, sa "carrière", sa réussite individuelle. Dans une telle configuration, l'autonomie est nécessaire pour pouvoir s'ajuster aux hommes et aux événements, indépendamment des croyances et des opinions collectives, s'il en reste. De ce fait l'individualisme est une généralisation d'une situation historique ancienne du simple fait de l'accroissement de la classe moyenne et si les milieux populaires doivent aussi faire preuve d'autonomie individuelle et disposer de capacités d'adaptation, la solidarité y est encore perçue comme indispensable.

Ce qui oppose les comportements, c'est la posture finalement très "politique" que l'on choisit : il s'agit de reprendre ou non la posture antique de "concorde" dont Cicéron traçait déjà le programme, que les humanistes de la Renaissance ont redécouvert, que les cités états du moyen âge avaient à cœur de pratiquer dans leur visée "communale" (qui se trouvait déjà dans la fresque du *Buon governo* à Sienne) dont le beffroi des *ch'tis* est une trace forte car le héros carillonneur c'est celui qui scande la vie communale, dont Robert Putnam⁹ a testé

⁹ Robert D. Putnam with Robert Leonardi and Raffaella Y. Nanetti, *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 1993.

l'efficience actuelle dans l'Italie contemporaine et dont John Pocock¹⁰ a pu dire que la Révolution américaine est son dernier grand acte. Cette conviction qu'il faut encourager l'action collective, pratiquer ce que les américains appellent l'*empowerment* est un choix voulu, une posture politique qui permet, par le biais des nécessités intrinsèques de l'action collective librement entreprise, de retrouver la logique de la confiance réciproque, du respect de soi par le travail bien fait, du respect des autres par l'attention qui leur est portée, du sens de la délibération collective, en un mot de la démocratie vivante. Dans *Faire société*¹¹ Jacques Donzelot montre bien qu'en milieu populaire dans les villes américaines, il est possible encore de mobiliser les forces d'un quartier pour lutter ensemble contre sa dégradation.

C'est le pari des *ch'tis*, et son succès manifeste qu'une telle posture est toujours vivante. La posture opposée, c'est celle d'une "société liquide", comme la décrit Zygmunt Bauman, où chacun investit dans sa relation aux autres au gré de ses intérêts passagers, ce qui rend la société fluide et sans repères et les relations "jetables".

Se prendre en main collectivement n'est cependant pas une simple tradition des milieux populaires car le mouvement associatif par exemple est le fait de toutes les classes sociales. Le danger de l'interprétation intellectuelle et péjorative des *ch'tis* est de penser comme un résidu populaire la version effectivement populaire (et voulue caricaturale pour les besoins de la comédie) d'une attitude largement répandue et indispensable pour le survie de toute collectivité. Dans tout collectif, du couple au collectif plus large, le souci du groupe doit se traduire par une attitude active, par la volonté de faire ce qu'il faut pour que le groupe fonctionne et par la volonté de le maintenir ouvert aux nouveaux arrivants.

Publié dans laviedesidees.fr, le 25 mars 2009

© laviedesidees.fr

¹⁰ Jon Pocock, *Le Moment Machiavélien*, Presses Universitaires de France, 1997 (édition originale 1975).

¹¹ Jacques Donzelot avec Catherine Mével et Anne Wyvekens, *Faire société. La politique de la ville aux États-Unis et en France*, Seuil, 2003.