**Réputations 1 : Introduction**

Modalités d'éval : un dossier avec note critique ou une enquête par entretien.

Travail sur le marché du vin, qui s'appuie beaucoup sur les réputations → extension vers les réputations en général.

Hiérarchies sociales, conflits, lutte, concurrence, relations, confiance, émotion, questions de genre...

Chez Pascal, la réputation provient de l'imagination. *Pensées*, Fragment 41 : « Qui dispense la réputation ? Qui donne le respect et la vénération aux personnes, aux ouvrages, aux lois, aux grands, sinon cette faculté imaginante ? Cette partie dominante, cette maîtresse d'erreur et de fausseté est d'autant plus fourbe qu'elle ne l'est pas toujours. » En produisant des images sur le monde, on produit parfois des images justes qui correspondent à une réalité, et parfois des images mal ajustées, déformées, fausses. D'autant plus trompeuse qu'elle est partagée, insaisissable, non figeable. On a du mal à en faire un objet empirique précis et consistant.

Réputation ne concerne pas que les personnes humaines, mais se loge partout dans le monde social, attribuée à une grande quantité d'entités sociales.

…. récup cours...

cf. Robert Kapsis, texte sur la réputation d'Albert Hitchcock. Pose la question de la construction de la réputation d'Hitchcock → évolution pendant sa carrière : d'une réputation de carrière de divertissement au cinéma d'auteur/d'esthète. Le plus souvent, dans les domaines artistiques, tension entre le divertissement/commercial vs. la qualité artistique. Article montre à la fois la stratégie d'Hitchcock pour construire sa réputation artistique, mais aussi l'importance des acteurs extérieurs, notamment cinéastes comme François Truffaut et la nouvelle vague française (cf. Les Cahiers du Cinéma, revue de la nouvelle vague)

Question que l'on se pose souvent : réputation//réalité. Réputation = idée partagée, mais la déception/surprise toujours possible → pas une instance de vérité, mais repère potentiellement déceptif.

La réputation elle-même n'a pas toujours eu bonne réputation. Pas seulement les preuves et les effets de la réputation à étudier, mais également à ses causes et conséquences.

Etude des mécanismes de formation de la réputation.

Formes formalisées dans des classements, des notes, des étoiles, dispositifs de chiffrement → métrique de la réputation → indicateurs de réputation, métascores de réputation (cf. Clout, entreprises gestionnaires de réputation...). Mais réputation ne peut pas se réduire à ces formes : formes moins cristallisées → plus informelles, circulation par le bouche à oreille, relations interpersonnelles, recommandations, jeux de rumeurs et commérages, qui alimentent certaines réputations...

Effets de la réputation sur la réalité sociale : sur les individus, réputation personnelle ou d'un groupe d'appartenance. Que font les gens des réputations, cherchent-ils à s'en affranchir, à s'en éloigner, à lutter contre, à les préserver/les sauvegarder ? Réalité sociale = lieu de défense des réputations → les êtres humains bataillent pour leur réputation. Réputation a pu être considérée comme plus importante que la vie biologique (cf. Japon ; Shakespeare, *Othello*: « J'ai perdu ma réputation, la part immortelle de moi-même »).

Gloire, honneur, prestige, statut, image, notoriété... Beaucoup de notions gravitent autour de la réputation → enjeu de définition.

En vrac :

Passage par les philosophes : Pascal, Schopenhauer, mais déjà à l'Antiquité, Diogène, philosophe cynique. Epicure : désirs vains, distinction entre l'essentiel et le non-essentiel. Pensée qui considère souvent la réputation comme un bien accessoire/dangereux. En même temps, réputation a une utilité, comme la richesse matérielle → tension entre conseil moral et nécessité sociale.

Réputation = carcan, étiquette, qui fige. Trajectoires qui parviennent plus ou moins à s'affranchir des limites de leur réputation.

Montaigne : la réputation est une « douceur imaginaire » → réconfort, mais basé sur une fiction. Pour autant, illusoire ?

cf. critères de valeur, hiérarchisations, etc.

Regarder film : James Gray, *The Lost City of Z*

*Plan de cours :*

I - Identifier le fait réputationnel dans *The Lost City of Z*

II – Les enseignements du sens commun

III – Critique philosophique de la réputation

IV – La sociologie des réputations : artistiques, politiques et genrées