

Idéaux marchands et idéaux culturels

André Roy

Numéro 121, printemps 2005

Les cinémas nationaux face à la mondialisation

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/5081ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Roy, A. (2005). Idéaux marchands et idéaux culturels. *24 images*, (121), 21–21.

Idéaux marchands et idéaux culturels

par André Roy


Comme l'observe notre collaboratrice Charlotte Garson, la saga de l'achat de Warner Brothers par Vivendi, de France, de ses nombreux déboires et de sa récente restructuration a amené Canal +, véritable vache à lait du film français avec 20 % de son chiffre d'affaires investis dans le cinéma, à regarder de près ses placements. La chaîne sélectionne dorénavant les films à gros budget, susceptibles d'amener de l'audience, plutôt qu'une diversité de projets comme auparavant, dont des films à budget moyen, souvent des films d'auteur. Plus récemment encore, le film de Jean-Pierre Jeunet, *Un long dimanche de fiançailles*, a provoqué une crise dangereuse pour le système français d'aide au cinéma. Sa maison de production, qui n'est nulle autre que Warner, a réclamé des subventions en plaçant que le film était français à 100 % à cause de ses artisans. Heureusement que les pouvoirs n'ont pas cédé aux sirènes du lucre, qui auraient fait entrer le loup dans la bergerie, le loup américain, celui qui s'oppose si féroce à toute forme de subvention au nom des lois du marché. Mais là où il y a de l'argent... Le système français, ambitieux et envié par beaucoup de pays, vient de passer un mauvais moment par le désir immodéré du pactole de certains – et aussi par pas mal d'orgueil franchouillard, à commencer par celui de l'équipe du film, pour cause de succès.

Cette longue introduction m'amène à dire que n'importe quel dispositif étatique en matière de cinéma, même performant comme le français, semble parfois bien fragile, et qu'il ne réussit pas toujours à rééquilibrer les forces en présence, à savoir cinéma national *versus* cinéma hollywoodien, ce rééquilibrage qui est revendiqué par tous les aficionados de la diversité culturelle. Ces défenseurs croient dur comme fer que les idéaux marchands et les idéaux culturels peuvent s'harmoniser et, surtout, contrer la domination américaine, pour ce qui touche le cinéma, objet crucial des prochaines discussions de l'Organisation mondiale du commerce. Or, sur ce dossier concernant les cinémas nationaux que nous avons rassemblé ici, qui couvre presque tous les continents¹, nous sommes bien obligés de faire un constat peu enthousiasmant.

Malgré tous les efforts faits par certains pays depuis la Deuxième Guerre mondiale, et même avant pour ce qui est du Brésil, malgré tous les programmes de subvention, et parfois

les meilleurs comme en France ou en Corée du Sud, pays qui en comptent plus de 40, qui vont du soutien à la scénarisation jusqu'à la subvention pour la rénovation des salles en passant par l'instauration de quotas, eh bien, la majorité de ces pays ont été incapables d'arrêter la puissance de feu des États-Unis. Ils ont, indirectement même, fini par l'accroître par des politiques mimétiques, en misant, en particulier, sur la production de *blockbusters* nationaux pour accaparer une partie des recettes globales du box-office. En plus d'imposer une gestion toute hollywoodienne aux producteurs et aux distributeurs, petits ou grands, ils ont tablé sur une idée appauvrie du cinéma, la plaçant au ras des pâquerettes du genre (thriller, comédie, film d'horreur, etc.), et, de ce fait, ont continué d'encourager la fréquentation des films américains.

Toutes ces politiques ont le plus souvent créé une dichotomie entre le souhait d'une cinématographie excellente et diversifiée et les intérêts du marché, comme le signale ici le Britannique Geoffrey Macnab, qui constate que les questions esthétiques et les démarches singulières sont évacuées de tous ces beaux plans d'aide, et ce, au profit des bonnes affaires. Là, en Angleterre, comme souvent ailleurs (ici Téléfilm Canada), on se méfie des auteurs. Si la production prospère, si la distribution-exploitation se raffine et se consolide, elles le font fréquemment au détriment de la qualité et du contenu.

Quand nous parlons de qualité et de contenu, nous ne les restreignons pas, il faut le préciser, au seul film d'auteur. Ils s'appliquent aussi au cinéma dit populaire, celui qui fraie véritablement avec la culture d'un peuple, ses référents et ses symboles, ce cinéma populaire qui, aux États-Unis, fait corps avec le pays mythique et réel. Un cinéma national doit être pluriel, multipliant les différences de vision et de style. Ce qui est à craindre, comme on peut le remarquer dans plusieurs articles du dossier, c'est que toute création originale, c'est-à-dire libre, audacieuse, dissidente même, qui ira hors des sentiers du scénario formaté et du film de genre bétonné, risque de ne plus voir le jour. Si on continue de consentir uniquement à la loi marchande, la notion même de cinéma national deviendra alors vide, obsolète – et celle de la diversité culturelle aussi. 

¹ Pour la situation du cinéma asiatique, on pourra consulter le numéro 119 d'octobre-novembre 2004 de *24 images*, et pour le cinéma allemand, le numéro 120 de décembre-janvier.