

Quel bordel!

Martin Girard

Number 178, May–June 1995

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/49657ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Girard, M. (1995). Quel bordel! *Séquences*, (178), 1–1.



Séquences

LA REVUE DE CINÉMA

La revue de cinéma Séquences
Quarantième et unième année
numéro 178
mai/juin 1995

Comité exécutif: Pierre Valcour, Maurice Elia, Élie Castiel, Yves Beaugard

Directeur: Yves Beaugard

Comité de rédaction: Maurice Elia, rédacteur en chef; Johanne Larue, rédactrice en chef adjointe; Élie Castiel, secrétaire-coordonateur; Mario Cloutier; Martin Girard

Ont collaboré à ce numéro: Pierre Beaulieu, Janick Beaulieu, Louis Bélanger, Jacques Blondin, Martin Bilodeau, Mario Bonenfant, Bruno Bouliane, Richard Brouillette, André Caron, Luc Chaput, Joanne Comte, Ghyslaine Côté, Jeanne Crépeau, Marie-Julie Dallaire, Martin Delisle, Claude Demers, Geneviève Desautels, Marie-Claude Dionne, Alain Dubeau, Oksana Dykyj, Olivier Elia, Sylvie Gendron, Pierre Goupil, Louis Goyette, Hans Guévin, Olivier Lefebvre du Bus, Bob McKenna, Émilie Marsollat, Catherine Martin, Claude Paré, Benoit Pilon, Marie-Jan Seille, Louise-Véronique Sicotte, Raymond St-Jean, Paul Thinel

Documentaliste: Luc Chaput

Comptabilité: Josée Alain

Conseiller juridique: Guy Ruel

Publicité: SOCREP (Yves Ouellette) Tél.: (514) 596-2313

Graphisme: Josée Lalancette (Folio infographie)

Impression: Imprimerie La Renaissance

Séquences publie six numéros par année: janvier/février, mars/avril, mai/juin, juillet/août, septembre/octobre, novembre/décembre

Abonnement: Jacques Bélanger

C.P. 609, Haute-Ville
Québec, Qc G1R 4S2
Téléphone: (418) 656-5040

25 \$ (tarif individuel) + taxes: 28,89\$
40 \$ (tarif institutionnel) + taxes: 46,22\$
52 \$ (tarif étranger)
70 \$ (abonnement de soutien)

Au numéro: 4,50 \$ + taxes

Distribution: La Maison de la Presse Internationale

Séquences est membre de la Société de développement des périodiques culturels québécois (SODEP). Elle est indexée par Repère et par l'Index des périodiques canadiens.

Séquences est publiée avec l'aide du Conseil des arts du Québec, du Conseil des arts de la Communauté urbaine de Montréal et du Conseil des arts du Canada.

Tous droits réservés

ISSN-0037-2412

Dépôt légal: 2^e trimestre 1995

Pour la rédaction et l'obtention d'anciens numéros, s'adresser à Séquences, 1600, avenue de Lorimier, bureau 302, Montréal, Qc H2K 3W5

Administration et comptabilité: s'adresser à Séquences, C.P. 609, Haute-Ville, Québec, Qc, G1R 4S2.

Téléphone: (418) 656-5040 • Télécopieur: (418) 656-7282

QUEL BORDDEL!

Un publiciste peu scrupuleux a récemment eu l'idée d'établir un rapprochement entre un double meurtre commis par des adolescents en banlieue de Montréal et le film de Bertrand Tavernier, *L'Appât*. Ce faisant, le distributeur a ravalé l'œuvre de Tavernier au niveau d'un film d'exploitation vulgaire, trahissant par le fait même les intentions du cinéaste. Il faut dire que le même distributeur n'en était pas à ses premières armes en matière de publicité choc. Quelques semaines plus tôt, en effet, il avait déjà provoqué un mini-scandale en publiant dans *Le Soleil* de Québec une annonce plutôt injurieuse à l'égard de la population de la capitale, reprochant à celle-ci de ne pas faire un succès au film *Eldorado!* Le slogan posait la question à savoir si Québec n'était pas une ville trop provinciale pour l'œuvre branchée de Charles Binamé.

Les distributeurs américains ne sont pas en reste en matière de pratiques douteuses. Parmi celles-ci, la plus absurde demeure les citations d'extraits de critiques qui veulent nous convaincre que toute production à l'affiche peut-être, soit un chef-d'œuvre, soit le meilleur film de l'année, même si l'annonce paraît en mars. L'ennui c'est qu'avec l'explosion actuelle des médias électroniques, la confusion la plus totale s'est installée dans le secteur de l'information et de la critique. Ainsi, le distributeur Buena Vista fait maintenant la promotion de ses films via de pseudo-reportages d'information appelés *Media News* qui reprennent le format des émissions du genre *Entertainment Tonight*. Par ailleurs, les grands studios hollywoodiens encouragent la prolifération de pseudo-journalistes parasites qui assistent aux projections de presse et donnent des avis positifs sur les films à travers des flashes radiophoniques payants. Je pense, par exemple, à Jeff Craig de *Sixty Minute Preview*. Des extraits de leurs «critiques» sont ensuite repris dans la publicité du film. Avec de tels recours, les distributeurs parviennent à obtenir des critiques élogieuses de films aussi merdiques que *Jury Duty* avec Pauly Shore. L'arrivée de l'Internet risque maintenant de foutre encore plus le bordel dans toute cette affaire. N'importe qui pourra désormais donner son avis sur les films à l'affiche. Cette nouvelle forme de démocratisation médiatique sera inévitablement récupérée par les distributeurs. On peut facilement imaginer, par exemple, une annonce future vantant un film de Steven Seagal comme un chef-d'œuvre en citant la critique d'un quelconque mouvement d'extrême-droite diffusée sur l'Internet.

Dans un tel contexte, une revue de cinéma comme *Séquences* a de plus en plus sa place. Nous croyons avoir plus que jamais un rôle à jouer dans cet univers médiatique expansif où il devient parfois difficile de faire la différence entre une publicité et un reportage objectif, entre un slogan et un titre choc de première page. *Séquences* évolue un peu plus à chaque nouveau numéro. Nous tenons à améliorer constamment notre contenu et notre présentation. Une chose cependant demeure inaltérable: notre passion pour le cinéma et notre souci d'en parler le plus honnêtement possible.

Martin Girard