Document generated on 07/15/2025 5:11 p.m.

Globe
Revue internationale d'études québécoises

Le choc des *remakes*. Questions urbaines dans *Louis 19, le roi des ondes* et *EdTV*

The Clash of Remakes: Urban Questions in *Louis 19, le roi des ondes* and *EdTV*

Bill Marshall

Volume 5, Number 1, 2002

Le dit et le non-dit de Montréal

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1000665ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1000665ar

See table of contents

Publisher(s)

Globe, Revue internationale d'études québécoises

ISSN

1481-5869 (print)
1923-8231 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Marshall, B. (2002). Le choc des *remakes*. Questions urbaines dans *Louis 19, le roi des ondes* et *EdTV*. *Globe*, *5*(1), 65–74. https://doi.org/10.7202/1000665ar

Article abstract

The author compares two films depicting a clash of cultures: *Louis 19* and its American remake *EdTV*. On the one hand, he reflects on the treatment of the modernity and urbanity of Montreal in Quebec cinema. On the other hand, he demonstrates how populism and audio-visual reality are articulated in each of the two films following the particularisms of the culture from which they originate.

Tous droits réservés © Globe, Revue internationale d'études québécoises, 2002

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Le choc des *remakes*. Questions urbaines dans *Louis 19, le roi des ondes* et *EdTV*

Bill Marshall
Université de Glasgow (Écosse)

Résumé – L'auteur compare ici deux films mettant en scène un choc des cultures : *Louis 19* et son remake américain, *EdTV*. D'une part, il propose une réflexion sur le traitement de la modernité et de l'urbanité montréalaises dans le cinéma québécois et, d'autre part, s'applique à démontrer comment populisme et réalité audiovisuelle sont déclinées dans chacun des deux films suivant les particularismes de la culture dont ils sont issus.

The Clash of Remakes : Urban Questions in Louis 19, le roi des ondes *and* EdTV
Abstract – *The author compares two films depicting a clash of cultures :* Louis 19 *and its American remake* EdTV. *On the one hand, he reflects on the treatment of the modernity and urbanity of Montreal in Quebec cinema. On the other hand, he demonstrates how populism and audio-visual reality are articulated in each of the two films following the particularisms of the culture from which they originate.*

Comme partout dans le monde occidental, le cinéma accompagne l'entrée de Montréal dans la modernité du XXe siècle : nouveaux publics, reconfiguration de l'espace urbain, dimension virtuelle de la vie quotidienne, choc et rythmes du nouveau monde[1]. Et comme toute ville moderne, Montréal est à la fois le lieu où se forgent les identités culturelles et un espace traversé par des flux qui déstabilisent les certitudes identitaires. Montréal se distingue pourtant par ses particularités historiques et, surtout, par la fonction capitale qu'elle occupe au sein du

1. La première projection cinématographique au Canada a eu lieu à Montréal en juin 1896. Dès 1912, il y avait 70 cinémas dans la ville vers lesquels affluait le quart de la population le dimanche, malgré l'opposition de l'Église.

Bill Marshall, « Le choc des *remakes*. Questions urbaines dans *Louis 19, le roi des ondes* et *EdTV* », *Globe. Revue internationale d'études québécoises*, vol. 5, n° 1, 2002.

projet national québécois. Tandis que, partout ailleurs, les communautés et le réel quotidien intimement vécu ont été remplacés par un espace abstrait où le proche et le lointain, le même et l'autre cohabitent, à Montréal, les francophones ont pu, pendant un certain temps, déplacer l'étrangeté de la modernité vers l'Autre anglophone. Cette période a été suivie par une réappropriation de cette modernité lors de la Révolution tranquille, exacerbée ensuite par l'accélération des flux de capital et de main-d'œuvre provoquée par la mondialisation.

Pourtant, le cinéma québécois propose une histoire quelque peu différente de ce rapport à la modernité. Dans *Valérie* (Denis Héroux, 1968), on assiste à une sorte d'euphorie du moderne : l'héroïne entre triomphalement dans la ville en passant le pont Jacques-Cartier en auto et elle fait du métro une extension des plaisirs physiques – et de celui de la consommation – qu'elle est en train de découvrir. *Sonatine* (Micheline Lanctôt, 1983), met en scène une crise de confiance : deux adolescentes annoncent leur suicide dans le métro ; l'indifférence générale que suscite leur menace semble faire du métro un espace d'aliénation où la communication est impossible. *Jésus de Montréal* (Denys Arcand, 1989), quant à lui, pourrait être défini comme une quête, éthique et urgente. Enfin, les *city films* des années 1990, dont *Eldorado* (Charles Binamé, 1995) est un exemple, privilégient la représentation de métamorphoses identitaires[2].

Espace, foyer et flux : les récits identitaires de la ville, en particulier de Montréal, sont toujours non seulement contradictoires mais doivent aussi faire face à une contestation récurrente provoquée par leur coexistence et par la visibilité de cette coexistence. Mais ce « choc » se joue non seulement au sein des signifiés, mais aussi sur le plan des signifiants et de leurs déterminants matériels. Dans les représentations cinématographiques, Montréal est souvent le foyer d'un projet national : les « minorités visibles » qui distinguent la métropole des autres régions du Québec sont souvent invisibles ou à peine visibles dans ce cinéma national (voir les épiciers coréens ou chinois dans *Louis 19, le roi des*

2. Voir mon chapitre « Montréal Between Strangeness, Home and Flow », dans Mark Shiel et Tony Fitzmaurice [éd.], *Cinema and the City : Film and Urban Societies in a Global Context*, Oxford, Blackwells, 2001, p. 206-216.

ondes). Emportée par le flot de l'industrie cinématographique mondiale, la ville de Montréal se métamorphose aussi en ville nord-américaine quelconque (en San Francisco des années 1970 dans *More Tales of the City*, réalisé par Pierre Gang en 1998), européenne (en Vienne dans *Hotel New Hampshire*, réalisé par Tony Richardson en 1984) ou du futur (dans *Quintet*, réalisé par Robert Altman en 1979)[3]. Dans cette perspective, il est intéressant d'examiner deux films où se dessine déjà un choc des cultures eu égard au contexte de leur production, mais où la spécificité de Montréal et des récits identitaires québécois se manifeste aussi avec clarté.

Les *remakes*, c'est-à-dire les versions hollywoodiennes de films qui ont déjà été produits et réalisés dans d'autres pays, ont récemment fait l'objet d'un certain intérêt de la part des spécialistes des études cinématographiques[4]. Les *remakes* retenus sont, bien entendu, surtout des films français, d'une part parce que le cinéma français se défend bien sur son propre marché local et, d'autre part, parce que de tous les cinémas nationaux d'Europe, le cinéma français est celui qui produit le plus grand nombre de films. Les studios hollywoodiens s'intéressent à certains films français à succès, tels *Trois hommes et un couffin* (Coline Serreau, 1985), *Le Retour de Martin Guerre* (Daniel Vigne, 1982), *Mon père ce héros* (Gérard Lauzier, 1991) et achètent les droits en espérant récolter des recettes au box-office à peu de risques. Les critiques de cinéma, en France surtout, sont souvent hostiles à cette appropriation de la culture française par les Américains, rejoignant ainsi les clichés de l'impérialisme culturel américain qui constituent une bonne part du discours hégémonique de l'élite française. Comme Lucy Mazdon l'a indiqué, dans *Encore Hollywood*, ces analyses font état de certaines oppositions binaires simplistes – original/copie, culture française/commerce américain – qui révèlent une conception figée de l'identité nationale et de la production culturelle.

3. Par ailleurs, la grande majorité des films québécois sont tournés à Montréal, surtout pour des raisons budgétaires : c'est là qu'on trouve le personnel et l'équipement de l'industrie cinématographique.
4. Voir Lucy Mazdon, *Encore Hollywood : Remaking French Cinema*, Londres, British Film Institute, 2000 ; et Carolyn A. Durham, *Double Takes : Culture and Gender in French Films and Their American Remakes*, Hanover, University of New England Press, 1998.

La thèse principale de mon travail sur le cinéma québecois est que l'identité, québécoise ou en général, n'est jamais fixe ni résolue, mais qu'elle est plutôt une tension entre des forces centripètes qui tendent à la territorialiser et des forces centrifuges qui tendent à la disperser. L'identité québécoise est intéressante parce qu'elle est prise dans un réseau de forces et d'influences et qu'elle risque sans cesse de devenir autre chose[5]. La ville de Montréal est souvent le moteur de ces devenirs, car elle est foyer et flux, source d'identité locale (sur le plan de l'iconographie ou de l'accent, par exemple) et espace abstrait, mondial.

Un seul film québécois a fait l'objet d'un *remake* à Hollywood. *Louis 19, le roi des ondes*, réalisé par Michel Poulette en 1994, est le film québécois qui a connu, au Québec, le plus grand succès populaire de la première moitié de la décennie[6]. Le film raconte l'histoire de Louis (Martin Drainville), petit commis dans un magasin électronique, qui gagne un concours à la télévision et devient le sujet d'un *reality show* : sa vie est filmée en direct 24 heures sur 24. La notoriété agréable du début de l'expérience se transforme en cauchemar lorsqu'il se rend compte que sa nouvelle copine française lui a été envoyée par les producteurs et qu'il est la victime d'une manipulation. Il fait une fugue, mais est contraint de revenir à l'émission. Il réussit pourtant à la faire annuler lorsqu'il fait une scène quasi-pornographique avec Julie (Agathe de La Fontaine) devant la caméra.

Le film s'inscrit d'abord dans une structure très ancrée dans la réalité audio-visuelle québécoise, c'est-à-dire les comédies populaires où joue l'influence réciproque de la télévision et du cinéma. C'est la télévision qui joue le plus grand rôle dans la dissémination et la naturalisation de la culture nationale québécoise (20 % d'audience en moyenne pour la fiction télévisuelle, ce qui peut grimper jusqu'à 50 %, par rapport à 3,7 % de part de marché – en 1997 – pour les films en salle). Ainsi, le héros de *Louis 19*, Martin Drainville, et d'autres visages présents dans le film (qui sont autant de « paysages » familiers) sont ainsi très connus du public

5. Bill Marshall, *Quebec National Cinema*, Montreal, McGill-Queen's University Press, 2001.
6. Il a depuis été largement devancé par *Les Boys*, réalisé par Louis Saia en 1997.

québécois, et Michel Poulette avait déjà réalisé la série comique *Rock et belles oreilles*. En plus, ce sont les comédies qui constituent, de loin, le genre populaire le plus important, et ce depuis les origines du cinéma populaire au Québec à la fin des années 1960. *Louis 19* partage un certain nombre de caractéristiques du meilleur cinéma québécois comique : l'importance d'une communauté de rire dans la constitution d'identités communes, l'autodérision, plutôt qu'un procédé qui prend l'Autre pour cible, l'absence du père, les relations entre le passé et le présent – où le « nous » national se reconnaît, mais à distance, dans des comportements codés en tant que démodés ou nostalgiques (le quétaine). C'est là que le contexte urbain du film joue un rôle primordial. On peut penser aux scènes où Louis fait le trajet quotidien à pied et en bus entre son travail et son domicile. Comme dans *Sonatine*, le premier déplacement se fait dans l'aliénation, la non-réciprocité, l'anonymat. Lors de la première journée de l'émission, la caméra est un instrument de surveillance, obligeant Louis à céder sa place à une femme enceinte. Une communauté se crée ensuite : Louis est salué dans la rue, on lui serre la main, la ville devient village. Mais cette complicité, en fait imaginée, tourne au vinaigre lorsqu'on blâme son comportement vis-à-vis de sa mère. Finalement, ces tendances convergent en une paranoïa urbaine lorsque Louis, en fuite, est traqué par des milliers de caméscopes.

De la même façon que Louis se donne en spectacle, le Québec se présente aussi au spectateur. Le panorama d'ouverture met en vedette les gratte-ciel du centre-ville et les flux de capitaux et d'images du système mondial, par l'intermédiaire des antennes de télévision. Yves Jacques rejoue ici son rôle diabolique, créé dans *Jésus de Montréal*, de producteur téléguidant ses victimes manipulées du haut de son gratte-ciel. L'invasion audiovisuelle dans la vie de Louis est interprétée comme une intrusion du monde et des médias américains dans la vie du petit Québécois et du petit Québec (Louis interviewé aux infos américaines : « *yes it's big big fun* » ; un journaliste américain : « *it's the Paris of the north* ».) Le jeu de reconnaissance mutuelle qui est si important dans le cinéma national est ici compliqué par le fait que ce film est une coproduction avec la France, plus précisément entre les Films Stock International de Richard Sadler (Montréal) et les Productions Eiffel de Jacques Dorfman (Paris). Les coproductions ont ceci de particulier qu'à la

différence des productions nationales soi-disant « pures », elles permettent en effet un double processus. On se regarde, mais on sait aussi qu'on nous regarde de l'extérieur, d'un autre « poste ». On se regarde être regardé. Cela accentue l'idée que le spectacle favorise une prise de conscience nationale, mais complique aussi la situation : on est l'objet et le sujet du regard, on est « entre » deux points de vue.

Ainsi, Louis et le film en général se situent dans une constellation où se rencontrent la puissance audiovisuelle américaine, la légitimité culturelle française (le comportement de la mère qui veut que Louis « s'exprime bien ») et la petite société québécoise. Ainsi, les « intellectuels » qui discutent de l'émission par petits épisodes tout au long du film le font en termes très québécois (références au direct, au « petit pays – petit héros »), mais dans un français international.

Comment le récit de ce film populaire tente-t-il de résoudre ces contradictions ? Pour répondre à cette question, il faut remonter aux comédies populaires des années 1970. Prolongeant inconsciemment les arguments de *Parti Pris* sur « l'Œdipe colonial[7] », ces comédies nationalistes (telles que *Les chats bottés* ou *La pomme la queue et les pépins*) représentaient l'émancipation de leurs héros québécois masculins, et donc la résolution des contradictions narratives, dans des termes (hétéro)sexuels, notamment la reconquête de la virilité et des corps féminins. Dans le récit œdipien de *Louis 19*, il y a trois femmes : la mère dominatrice (jouée par la Dominique Michel « nationale »), la productrice castratrice (Patricia Tulasne) et la nymphette française, Julie. Le film finit par abandonner ses complexités identitaires, ainsi que toute ambiguïté en ce qui a trait à la relation entre le soi authentique et le soi comme produit de la surveillance généralisée. Louis se transforme en vrai homme performant (pour citer Jocelyn Létourneau, qui constate l'émergence de cette forme identitaire dans les années 1980[8]) : il se libère de sa mère et de l'émission, conquiert sa petite Française et réalise son propre *road movie* avec l'Amérique entière comme fond de scène. La

7. Pierre Maheu, « L'Œdipe colonial », *Parti pris*, 9-11 (été 1964), p. 19-29.
8. Voir Jocelyn Létourneau, « La nouvelle forme identitaire du Québécois : essai sur la dimension symbolique d'un consensus social en voie d'émergence », *British Journal of Canadian Studies*, vol. 6, nº 1, 1991, p. 17-32.

recherche de l'authenticité se résout en cliché cinématographique et c'est surtout le pôle américain de l'identité québecoise (l'espace, les relations horizontales) qui est valorisé plutôt que le pôle français (le temps et la tradition, les relations verticales)[9]. Louis a préalablement déclaré à propos de l'émission : « tout est faux... rien qui me ressemble là-dedans ». Tout au long du film « ce qu'il est réellement » se définit par ses relations avec les autres, malgré ou peut-être à cause de sa vie de célibataire : il répond donc « chez moi, c'est ici » lorsqu'on lui propose de s'évader en Amérique du Sud. La résolution imaginaire des contradictions réelles – l'individualisme conquérant – que l'on trouve à la fin du film nécessite cependant une évasion, un départ de la ville, et toute relation se limite au couple hétérosexuel.

Remake américain de *Louis* 19, le film *EdTV* a été produit par Imagine Entertainment, la maison de production du réalisateur Ron Howard, après que son partenaire Brian Grazer lui a fait découvrir la comédie québécoise[10]. Comme l'original, *EdTV* est un récit œdipien. Ed (Matthew McConaughey) conquiert sa blonde, sur fond de mythes de castration : son érection au lit le premier matin de l'émission, la révélation à la fin du film que le producteur diabolique a subi une intervention chirurgicale pour allonger son pénis, révélation qui signe la fin de l'émission. Mais le point de départ du récit est radicalement différent de celui de *Louis 19* pour des raisons qui tiennent de l'économie des films hollywoodiens, mais aussi de l'histoire distincte du populisme culturel aux États-Unis.

D'abord, la présence des stars. Puisqu'il faut mettre des stars dans un film hollywoodien pour recevoir le financement, Ed n'est pas le même genre de petit homme joué par Martin Drainville. Il est plutôt un grand gars sympathique, simple, paresseux, bien dans sa peau et attirant. Matthew McConaughey fait ressortir son accent du Texas pour ce rôle de transfuge « col bleu » à San Francisco. Il ne s'agit pas d'une quête œdipienne en tant que telle (ce qui n'empêche pas que les termes du

9. Voir Gilles Thérien, « L'Empire et les barbares », *Cinémas*, vol. 1, nos 1-2, 1990, p. 9-19.
10. Les producteurs québécois Michel Roy et Richard Sadler sont les producteurs exécutifs du film américain.

récit se formulent selon la dialectique de la castration et de la virilité) : Ed réussit déjà avec les femmes. Il a déjà volé Shari (Jena Elfman) à son frère macho et grossier (Woody Harrelson) : la suite du film montre les obstacles à ce grand amour causés par l'émission que Shari ne supporte pas. *EdTV* est donc surtout un exemple du *romance genre*[11]. Le personnage de Julie de *Louis 19* ne trouve pas son exact équivalent : Ed a déjà sa femme ordinaire (elle livre des colis pour UPS), mais intègre et sexy ; il est tenté par une sirène britannique (Elizabeth Hurley) téléguidée par une productrice, mais elle représente un niveau de prétention et de fausseté qui lui est insupportable. Le héros américain n'a pas besoin de conquérir sexuellement l'ancien pouvoir colonial.

Ed est aussi un héros à la Frank Capra : le petit gars (Gary Cooper dans *Mr Deeds Goes To Town* [1936], James Stewart dans *Mr Smith Goes to Washington* [1939]) qui affronte les grands intérêts économiques ou politiques. (Les deux films proposent aussi chacun leur satire des intellectuels.) On n'est toutefois pas dans les années 1930 du *New Deal*. Le populisme contemporain de *EdTV* exige une mise à jour de ce discours pour les années 1990 : la nouvelle hégémonie sera symbolisée par le passage du Texas à la Californie, qui constitue l'itinéraire de la famille d'Ed. La ville trouve place au sein d'un récit national grâce à cet itinéraire. Ed connaît donc une certaine mobilité sociale ; il conserve des traditions et un sens de la communauté mais sans fétichisme de la famille (à la différence de ce qui se passe dans le discours conservateur). Dans ce film, on est fier de vivre à San Francisco. Ed représente une masculinité beaucoup plus acceptable que celle de son frère, et il prend pour son « vrai » père le deuxième mari de sa mère, et non celui qui revient vingt-cinq ans plus tard à cause de l'émission (et qui meurt). Paradoxalement, le film américain attache beaucoup plus d'importance aux classes sociales que ne le fait le film québécois (qui a tendance à les traduire en termes nationaux, comme c'est le cas pour la représentation de la France en tant que lieu de la culture légitime). Les « créateurs » d'*EdTV* semblent en avoir été conscients et ont voulu les transcender par les mythes de l'individualisme et du peuple, refaçonnés pour les années

11. Robert Lapsley et Michael Westlake, « From *Casablanca* to *Pretty Woman* : The Politics of Romance », *Screen*, vol. 33, nº 1, printemps 1992, p. 27-49.

1990 par la tolérance de la diversité : des mythes très clintoniens, en fait. La clef de la défaite du producteur diabolique est fournie par la féministe exclue, jouée par Ellen De Generes, célèbre pour sa propre émission *Ellen* où elle a déclaré son homosexualité. Il suffit de comparer les scènes où le public télévisuel, incluant un couple gai, est montré. Dans *Louis 19*, l'accent est sur le comique, avec deux acteurs connus du public québécois (surtout le chanteur Gildor Roy) jouant, de façon mélodramatique, contre leur image. Dans *EdTV*, le couple gai est présenté comme beaucoup plus branché, des *yuppies* vivant à Manhattan. C'est un discours fédérateur, en somme.

Finalement, *EdTV* est beaucoup plus décontracté sur la question de la culture de masse en général. Dans *Louis 19*, un sous-texte vise les médias et la société du spectacle en général, et donc le pouvoir financier et anglophone du système nord-américain. Dans *EdTV*, c'est la télévision, et un genre spécifique, celui du *reality show*, qui sont particulièrement visés : le premier trajet entre le domicile et le travail souligne surtout le fardeau de l'invasion audio-visuelle dans la vie d'Ed, avec trois caméras (une seule dans *Louis*) et deux camions[12]. D'ailleurs, Ed lui-même doit sa victoire à la conscience du va-et-vient entre le réel et le virtuel : sa vie familiale ressemble à un *soap opera*, il se montre éminemment capable d'imiter son héros Burt Reynolds (il travaille dans un magasin de vidéo, vend et connaît le *software* plutôt que le *hardware* de la culture audio-visuelle, alors que pour Louis, c'est le contraire) et donc de gagner à sa propre façon. Ed montre qu'il n'est pas aussi idiot que le croient les producteurs de télé, justement parce qu'il n'est pas un consommateur passif (et le public non plus). Louis, par contre, vainc sa passivité, mais pour vivre dans un monde utopique qui est aussi irréel que les fantaisies de la culture de masse. La culture québécoise est là en mode mineur dans *Louis 19*, une culture entre des cultures, une culture en devenir, mais ici elle semble être incapable de produire un grand récit d'émancipation autrement que par une transcendance magique mêlée à un banal fantasme masculin.

12. En outre, le thème de la communauté retrouvée – et avortée – que l'on trouve dans *Louis 19* est moins important, au sens où Ed possède déjà une famille étendue, y compris, à la différence de Louis, un, voire deux, père(s).

Il importe donc que ce fantasme implique un départ de la ville. Montréal, dans *Louis 19*, est trop pleine et trop vide. Trop pleine parce que le *foyer* qu'elle offre est finalement celui de la mère, dominatrice et inféodée à la culture française des origines et donc du passé ; trop vide parce que la ville est un espace de *flux*, ceux du capitalisme américain et de la circulation mondiale des images. La surveillance remplace dans le film le sens de la communauté urbaine. Tout récit d'émancipation québécois de l'avenir devra toutefois tenir compte des atouts, et non des handicaps, que représentent les réalités contradictoires de la métropole.