

Cadrage

Le projet de loi 109 et les consommateurs

Léo Bonneville

Number 112, April 1983

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/50964ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Bonneville, L. (1983). Cadrage : le projet de loi 109 et les consommateurs. *Séquences*, (112), 2–3.

CADRAGE

LE PROJET DE LOI 109 ET LES CONSOMMATEURS

Depuis quelques mois déjà, on connaît le projet de loi 109 sur le cinéma et la vidéo. Les journaux nous ont rapporté plusieurs opinions sur le sujet, dénonçant une « vision trop corporatiste de la loi » (Serge Losique), ou encore craignant « un isolationisme culturel dépassé » (Michel Nadeau) ou même affirmant que « tant qu'une puissance dominera ses voisins, le fait de s'en libérer ne sera pas une question de "ton ton", mais un geste de citoyen libre » (Claude Godbout). Le débat, on le voit, s'engage contre une trop grande puissance laissée au cinéma américain et contre une trop grande part de pouvoirs donnés à la régie du cinéma. Bref, on désire que le cinéma serve le Québec dans sa langue. C'est pure logique. Mais quelle procédure tatillonne ne va-t-on pas créer pour obtenir un film en langue française ou sous-titré français? Il ne faudrait pas que ce qu'on veut corriger serve à favoriser le cinéma étranger. Car, l'esprit de la loi c'est d'encourager le cinéma, et particulièrement le cinéma québécois. D'ailleurs, c'est pour aider le cinéma québécois qu'on désire que certains revenus soient réinvestis dans la production chez nous. Que l'argent du cinéma revienne au cinéma. Et ainsi promouvoir la réalisation de films québécois. Qui n'applaudirait pas à cela? Mais mon propos est plutôt de soulever deux points que semble ignorer le projet 109. Alors que le cinéma est de plus en plus concurrencé, non seulement par la télévision payante mais aussi par la vidéo, il m'apparaît urgent de s'intéresser davantage aux spectateurs et à l'accueil qu'on leur réserve dans les salles.

Pour qu'il y ait cinéma, il faut des films. Mais à quoi serviraient des films sans spectateurs? Or, que constate-t-on actuellement? Une diminution constante de l'assistance au cinéma. Et producteurs, distributeurs, propriétaires de salles se demandent comment ramener les spectateurs dans les cinémas. Si les salles deviennent passablement occupées durant les week-ends, elles semblent se vider durant la semaine. On a beau réduire le prix d'entrée pour les étudiants et les gens de l'âge d'or, cela apparaît insuffisant. A-t-on pensé à couper de moitié le prix des places pour une soirée morte comme le lundi? En France, cette mesure a eu des effets prodigieux. Les responsables des salles manquent-ils d'imagination? Or, s'il est un art qui en demande, c'est bien le cinéma. Ces gens paraissent l'avoir oublié. Mais ce n'est pas de cela dont je veux parler ici. C'est particulièrement de l'éducation cinématographique. Si, dans les écoles secondaires, on prépare les jeunes à aller au théâtre, que fait-on pour les préparer à aller voir un film? Rien. Pourtant, le fameux Rapport Parent demandait qu'une initiation soit faite pour les jeunes du secondaire. Bien sûr, voir des images, rien de plus simple. Allez-y voir. Quand on présente un film de Bergman, de Jancso, de Bunuel... bien souvent les spectateurs se perdent en spéculation quand ce n'est pas dans l'ennui. Cette éducation cinématographique, si elle est absente du secondaire, on la retrouve heureusement dans plusieurs collèges. Mais alors comment suppléer à cette carence au secondaire? On compte, surtout hors de la métropole, différentes organisations qui s'emploient à servir une clientèle qui demande autre chose que le dernier film d'épouvante ou le stupide film érotique. Oui, bien autre chose. Et on trouve, à travers la province, des groupements qui présentent, à leurs membres, des films de qualité exigeant un certain effort d'observation et de réflexion. C'est une initiative à encourager non seulement en paroles, mais surtout en leur procurant les moyens (de toutes sortes) pour qu'ils accomplissent leur travail décentement. Ces groupements servent admirablement le cinéma. Et pourquoi pas le cinéma québécois? Il faut bien le reconnaître, le cinéma québécois a perdu une grande part de sa cré-

dibilité. Par des films douteux. Justement, une éducation cinématographique aiderait sans doute les jeunes à apprécier le cinéma québécois. Si les queues s'allongeaient devant les cinémas qui présentaient E.T. ou Les Aventuriers de l'arche perdue, je n'ai compté que 12 personnes, l'autre dimanche, au film Contrecoeur. Et c'était malheureux. Qu'importe la critique que l'on puisse faire au film. Il valait d'être vu, ne serait-ce que pour louer l'effort considérable entrepris pour le réaliser. Or, une éducation cinématographique permettrait de faire connaître notre jeune cinéma et aiderait à le faire apprécier pour ce qu'il est. Il n'y a ni Bergman, ni Fellini, ni Resnais chez nous. Mais il y a Jutra, Lefebvre, Beaudin, Perrault, Dufaux et les autres qui méritent d'être connus. C'est ce à quoi devraient s'employer ceux qui s'adonnent à l'éducation cinématographique. C'est aussi ce que devrait promou-

qu'on a creusé des salles dans le sol et que le spectateur doit descendre pour les trouver?) Il faut inlassablement dénoncer les projections minables. Un écran qui coupe l'image en haut et en bas (quand ce n'est pas dans les deux cas) par une bordure noire envahissante. Pourtant, il existe divers cadres qui respectent l'image dans son intégralité. Et je ne parle pas des salles où la disposition des sièges ne permet qu'une image déformée. Comme s'il n'y avait pas de règles techniques pour répartir les fauteuils! Que dire enfin de la projection elle-même? Parfois la copie est tellement usée qu'elle offre des stries durant plusieurs minutes, quand ce ne sont pas des coupures (ou collures) qui provoquent des gestes saccadés. Vraiment, où est le respect du spectateur? Il faut que la loi 109 soit plus rigoureuse pour obliger les propriétaires de salles à présenter des films dans des conditions honorables. Il doit y avoir au cinéma comme ailleurs une protection du consommateur qui reste souvent démunie devant une projection sabotée. Évidemment, jamais le propriétaire ne s'offrira pour rembourser un spectateur insatisfait. Quand quelqu'un achète un livre et constate qu'il est mal imprimé ou qu'il manque des pages, il peut naturellement être remboursé. Mais au cinéma tout se passe comme si le spectateur était obligé de subir les négligences du propriétaire. La loi 109 doit protéger le spectateur. Il en va de l'avenir même du cinéma. Sinon le spectateur finira par préférer son salon et le petit écran à une salle déprimante (souvent couverte de débris de nourriture) et à une représentation déplorable.

**Si, dans les écoles secondaires
on prépare les jeunes
à aller au théâtre,
que fait-on pour les préparer
à aller voir un film?**

voir la loi 109 qui suppléerait à l'incurie du Ministère de l'éducation qui a totalement négligé cet art de notre temps pour les élèves du secondaire.

S'il y a des lois qui protègent les consommateurs de toutes sortes, lesquelles protègent les cinéphiles? Le spectateur paie ordinairement 5 \$ (quand on ne hausse pas les prix pour les « spéciaux »), pour voir un film. Il a droit non seulement à une projection impeccable mais aussi à des conditions de réception favorables. Que dire de certains cinémas qui sont de véritables salles de torture? Le spectateur doit s'étirer le cou pendant deux heures pour pouvoir voir ce qui se passe sur l'écran. Parfois, il semble être entré dans une caverne... comme celle de Platon. (Est-ce pour cela

S'il y a au cinéma des producteurs, des distributeurs, des propriétaires de salles, finalement et indispensablement, il y a des spectateurs. C'est-à-dire ceux qui paient leur droit d'entrée pour obtenir un produit parfait. Plus le spectateur sera formé, plus il sera exigeant. C'est alors que le cinéma ne sera pas seulement une industrie ou un commerce, mais aussi un instrument de culture. Il faut que la loi 109 contribue à relever le cinéma chez nous et à satisfaire les consommateurs.

Léo Bonneville