

Le cinéma au XXe siècle. Entre loi du marché et règles de l'art

Pour comprendre pourquoi les blockbusters sont partout

Yves Laberge

Number 329, Winter 2022

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/99053ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Laberge, Y. (2022). Review of [Le cinéma au XXe siècle. Entre loi du marché et règles de l'art : pour comprendre pourquoi les blockbusters sont partout]. *Séquences : la revue de cinéma*, (329), 51–51.

LE CINÉMA AU XX^E SIÈCLE. ENTRE LOI DU MARCHÉ ET RÈGLES DE L'ART

POUR COMPRENDRE
POURQUOI LES *BLOCKBUSTERS*
SONT PARTOUT

YVES LABERGE

Le titre *Le cinéma au XX^e siècle. Entre loi du marché et règles de l'art* pourrait sembler mal choisi, car il ne suffit pas à rendre compte de tous les éléments que l'on peut y trouver. Il part d'un double constat, déjà soulevé par le romancier André Malraux dans son *Esquisse d'une psychologie du cinéma*: «Le cinéma est un art», pour ajouter plus loin que «par ailleurs, le cinéma est une industrie¹». Toute la réflexion théorique de Julien Duval s'appuie sur la dichotomie «Art versus commercialisation de masse», qui se trouve à la base de la production, de la distribution, de la réception et de la critique cinématographiques. Cette relecture de l'histoire du cinéma en France et aux États-Unis oppose selon des perspectives sociologiques et économiques le cinéma d'auteur basé sur l'Art et la créativité (principalement en France) à un système entrepreneurial traditionnellement fondé sur les producteurs et la rentabilité (Hollywood). Il n'y est nulle part question de productions québécoises ou de politiques culturelles canadiennes, même si en réalité, qu'on le veuille ou non, notre proximité avec notre voisin immédiat fait en sorte que nous sommes pleinement plongés dans cette situation contraignante: nous sommes quotidiennement gavés de culture américaine². Ce livre éclairant de Julien Duval apporte des réponses à des questions fondamentales, comme l'omniprésence des productions hollywoodiennes, les difficultés pour les productions locales et les cinémas nationaux de percer les marchés les plus lucratifs, sans oublier la normalisation tranquille qui fait en sorte que la plupart des gens ont l'impression que cet état des choses est normal, immuable et le résultat méritocratique de la qualité artistique des films américains.

L'introduction résume plusieurs problèmes de catégorisation autour du concept de culture: peut-on inclure dans notre conception de la culture les œuvres cinématographiques les plus élevées et du même coup toutes les autres, basement commerciales et mettant en œuvre le nivellement par le bas (p. 19)? Toute la partie centrale propose une

relecture socioéconomique de l'histoire du cinéma, des années 1920 à nos jours (ou presque), en mettant en évidence les stratégies oligarchiques des *majors* hollywoodiens pour avoir main mise à la fois sur la production, la distribution et les réseaux de diffusion (d'abord les salles de cinéma, puis les autres supports). Tout cela s'est effectué progressivement, par étapes, laissant une impression de «naturel» et de libre cours des lois du marché. En outre, *Le cinéma au XX^e siècle* analyse les processus de légitimation effectués occasionnellement par les médias généralistes au détriment de la critique spécialisée: par exemple, si un bulletin de nouvelles télévisées ou un article dans un quotidien fait écho à la sortie prochaine d'une superproduction, cette visibilité accordée à un long métrage à grand budget, déjà surpublicisée et qui n'en a pas fondamentalement besoin, constitue une forme de valorisation disproportionnée et attire l'attention d'un très large auditoire, offrant au plus gros des producteurs une visibilité que des dizaines d'autres œuvres n'obtiendront peut-être jamais (p. 217).

Le cinéma au XX^e siècle. Entre loi du marché et règles de l'art s'inscrit dans la perspective de l'économie du cinéma et de la sociologie de l'industrie cinématographique. Il prolonge intelligemment les travaux de René Bonnell et de l'équipe de Toby Miller³ sur l'emprise de Hollywood par ses stratégies commerciales et publicitaires. Il s'agit d'un livre rigoureux, bien documenté, d'une grande clarté et d'une indéniabilité d'utilité pour les études cinématographiques; les bibliothèques publiques devraient le posséder. On regretterait presque de ne pas avoir eu accès à des ouvrages théoriques aussi fertiles dans nos cours de cinéma d'autrefois, à l'époque de la narratologie omniprésente et de la sémiotique triomphante. En dépit de notre remarque initiale, il serait difficile d'imaginer un titre plus adéquat, car certaines recherches sont tellement riches et fertiles qu'il faudrait tout un paragraphe rien que pour les résumer adéquatement. C'est tout à l'honneur de Julien Duval. ▲



Julien Duval, *Le cinéma au XX^e siècle. Entre loi du marché et règles de l'art*
Paris, CNRS Éditions
2016, 280 pages

¹ André Malraux, *Esquisse d'une psychologie du cinéma*. Paris: Gallimard, NRF, 1946, sans pagination.

² Michael Dorland, *So close to the State/S: The Emergence of Canadian Feature Film Policy*. Toronto: University of Toronto Press, 1998.

³ René Bonnell, *La vingt-cinquième image: Une économie de l'audiovisuel*. 4^e édition. Paris: Gallimard, 2006; et Toby Miller, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell, *Global Hollywood*. Londres: BFI et BFI Publishing, 2001.