

Ciné-Bulles

Le cinéma d'auteur avant tout

L'OVNI cinéma

Jean-Philippe Gravel

Volume 19, numéro 1, automne 2000

URI : id.erudit.org/iderudit/33640ac

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

ISSN 0820-8921 (imprimé)
1923-3221 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Gravel, J. (2000). L'OVNI cinéma. *Ciné-Bulles*, 19(1), 2-3.

Tous droits réservés © Association des cinémas parallèles du Québec, 2000

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne. [<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>]

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. www.erudit.org

L'OVNI cinéma

Le numéro de *Ciné-Bulles* qui se trouve sous vos yeux s'est élaboré entre l'édition 2000 du Festival des films du monde et celle du Festival du nouveau cinéma et des nouveaux médias. Au moment d'écrire ces lignes, Cinémania — le festival des films français sous-titrés en anglais — bat son plein. Bientôt les Rencontres internationales du documentaire lui succéderont sur la rampe des festivals cinématographiques montréalais, tandis que la rumeur, parmi les gens de la profession, s'inquiète de l'interruption possible des activités de la Cinémathèque québécoise, et se félicite, presque dans le même élan, d'apprendre que les salles de l'Ex-Centris pourraient bientôt faire des petits.

À vrai dire, tout cela pourrait presque nous faire oublier que, les 15 et 16 novembre de cette année, deux nouveaux mégaplexes de Famous Players ont ouvert leurs portes: le Centre de divertissement StarCité, tout près du Stade olympique, et le Colossus à Laval, à côté du Cosmodôme. Le carton d'invitation du premier tient le discours suivant: «M. John Bailey, président du conseil d'administration des cinémas Famous Players, vous invite [...] à prendre possession du tout nouveau centre de divertissement StarCité».

Le carton du Colossus, lui, file une métaphore science-fictionnesque: *Les cinémas Famous Players et la société immobilière Ivanhoé sont heureux de vous inviter à bord du vaisseau Colossus, pour son tout premier voyage à l'univers du divertissement.* [Suivent la «date de l'envolée», l'«heure d'embarquement», le «numéro de vol», i.e.: du billet, etc.]

Cette rhétorique publicitaire est certainement éloquent à plus d'un titre quant à la manière dont ces «cinémas», ces «complexes de divertissement», doivent être perçus. La réalité de ces lieux qui rassemblent en vase clos jeux vidéos, comptoirs à bonbons et à tacos, films, et même, souvent, un débit d'alcool, ne doit plus être étrangère au commun des mortels. Le vacarme des couleurs et de la musique pop, le concert des télévisions qui repassent en boucle les pubs du mois, le tintement des arcades et même la collision des autos tamponneuses (comme en promettent les complexes Guzzo!), participe d'un même objectif, la saturation des sens.

Ce n'est plus un cinéma, c'est un vaisseau spatial bardassé comme un avion dans une zone de turbulence; c'est Disneyland qui arrive en ville avec ses franchises, lieux composites où tout ce qui est média de masse — télévision, jeux vidéo, radiodiffusion en circuit fermé, films —, voire le personnel d'accueil, dans la plupart des cas une bande d'ados télécommandés, fonctionne comme une machine parfaitement huilée, dont l'objectif est non seulement de vous faire voir des *blockbusters* pour le prix délirant de 12 \$, mais de vous donner l'impression, en même temps, de «prendre possession» d'un lieu afin d'y dépenser un peu plus que ce que vous ne prévoyiez.

Évidemment, cela n'est pas la première fois que nous parlons de ces «lieux infâmes», temples de la consommation érigés sur la dépouille, depuis longtemps défraîchie, des «temples de la cinéphilie», et où l'on ne va que pour voir des films, mais aussi pour flirter, prendre un verre, ou regarder en direct un match de la WWF. Les multiplexes, en fait, on en parle depuis 10 ans. Les catastrophes que l'on voyait venir à la lecture de *Variety* sont maintenant choses du présent. Mais le «changement», la «révolution» dans tout cela, semble se trouver, du moins en partie, du côté d'un phénomène qui saute aux yeux et qui, probablement pour cette raison, est négligé: en somme, depuis que le «complexe du divertissement» est devenu la norme en

matière de présentation des films, il y a de moins en moins de différences entre l'endroit où l'on va et le film que l'on va y voir, la configuration des lieux faisant plus que jamais corps avec la marchandise. Bref, à sa manière confuse, peu poétique, mais apparemment fort efficace, le décor-type des «cités du divertissement» se veut captivant comme un voyage inter-sidéral, une expérience totale qui commence dès l'instant où on y met les pieds et ne prend fin que lorsque l'on en sort. Ce rapport à l'espace tend à se généraliser.

La préparation de ce numéro de *Ciné-Bulles* s'est donc répartie entre le Festival des films du monde et le Festival du nouveau cinéma et des nouveaux médias. Ces deux événements d'une durée de 11 jours, en principe, sont fréquentés par beaucoup de journalistes et de critiques. Certains les couvrent tous, Cannes, Annecy, Toronto; d'autres y vont pour prendre de l'avance et faire des découvertes. On cherche les cinéastes, les comédiens qui se sont déplacés pour l'occasion, car comme les films, pourrait-on dire, ils se déplacent en bloc: tous en même temps, dans la même vitrine. C'est vous dire combien le climat peut devenir effervescent. Quand on s'y met, le décor et le temps concentré d'un festival finissent aussi par prendre les couleurs de la fiction.

Car il existe une planète-festival, aussi vrai qu'il existe quelque part à Laval un monstre de béton et d'acier appelé Colossus. Et cette planète tourne à sa propre vitesse, emportant spectateurs, critiques, journalistes, vedettes, relationnistes de presse, commanditaires, ambassadeurs et «capitaines de l'industrie». Les uns paient pour assister aux événements, les autres, au contraire, n'y viendraient pas s'ils n'étaient pas payés et bichonnés par un régime de vin et de canapés divers tous les jours. Il y a de ce côté de la médaille de la réalité festivalière quelque chose d'un monde parallèle.

Et quel espace cela peut être. Évidemment, il ne sera pas fait mention du Festival des films du monde, qui a surtout l'apparence d'un énorme marché aux puces. Le Festival du nouveau cinéma et des nouveaux médias arrive à quelque chose de plus intéressant, en se donnant pour but, justement, d'être un lieu de convergence. Là aussi, les sens du public confinent à la saturation et à l'«expérience totale». Et les effets de cette mixture sont parfois étonnants, lorsqu'on constate, par exemple, que le «D-jing» et le «V-jing» de Coldcut ne sont pas si éloignés des montages confusionnistes, par exemple, d'un Jean-Luc Godard. Les vieux rejoignent les jeunes, les catégories explosent: la vidéo sert à tourner des films (**Signs & Wonders**, **Dancer in the Dark**, **les Glaneurs et la glaneuse**, pour ne nommer que ceux-là) souvent plus exaltants que les grosses productions sur pellicule, marquées par les codes esthétiques et dramatiques de la télévision (voir le chaleureux, mais très «roman-savon», **Yi Yi** d'Edward Yang). Et quelque chose se passe sans qu'on sache tout à fait ce que c'est, dans cet espace artificiel, cette ville, cette «Utopie du Tout-Média», où les technologies anciennes et émergentes vivent en bon voisinage, que devient le boulevard Saint-Laurent, du Média Lounge à l'Ex-Centris, quelque part entre le 12 et le 22 octobre.

On en vient presque, en fait, à oublier combien cet événement doit quelque chose à l'univers saturant et agressif du multiplexe; combien, en fait, tous deux reposent sur une même conception de l'«expérience» induite par la disposition des lieux. On croyait que le *blockbuster* hollywoodien et ses espaces d'exploitation privilégiés, d'une part, et le circuit du cinéma d'art, ou d'auteur, ou national (comme vous voulez), évoluaient dans des sphères diamétralement opposées; on s'aperçoit au contraire qu'un lien très étroit les lie, ce besoin, du spectateur de se faire l'acteur de sa propre sortie. Seulement, à l'Ex-Centris, les tasses à anse oblique du café Méliès et les guichets en hublot où client et guichetier sont séparés par un écran de télévision (détails qui auraient sans doute bien fait rigoler Jacques Tati), ont remplacé les présentations ineptes des préposés aux salles du Paramount, les assiettes de poutine et les tacos. ■