

# Star Wars : mythe et phénomène Pour le meilleur... et pour le pire

Claire Valade

Numéro 203, juillet–août 1999

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/49017ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

## Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

## ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

## Citer cet article

Valade, C. (1999). Star Wars : mythe et phénomène : pour le meilleur... et pour le pire. *Séquences*, (203), 34–37.

# Star Wars

## mythe et phénomène



Star Wars: A New Hope

### Pour le meilleur... et pour le pire

Dans son numéro du 17 mai 1999, soit deux jours avant la sortie du film le plus attendu de tout l'univers connu (et inconnu), David Ansen, le critique cinéma du magazine américain *Newsweek*, commençait son article sur le film en question par cette phrase: «*Twenty-two years ago, **Star Wars** came out of nowhere, and changed the world*» («Il y a vingt-deux ans, **Star Wars** est arrivé de nulle part — et a changé la face du monde»). Hyperbolique, comme affirmation? À peine. Événement marquant et absolument incontournable de la cinématographie mondiale de cette fin de millénaire, il est indéniable que **Star Wars** a eu une influence capitale — et planétaire! — sur la vie de millions de cinéphiles, mais aussi sur la vie de gens bien ordinaires qui, à leur insu, vivent aujourd'hui dans une société dont plusieurs des enjeux ont été grandement transformés par cette innocente petite fable galactique, rêvée dans les années 70 par un jeune amoureux de science-fiction et de westerns!...

Star Wars a changé ma vie. Eh, oui. Je l'affirme aujourd'hui officiellement, sans honte et, je l'avoue, avec une certaine jubilation. J'ai vu *Star Wars: A New Hope* (ou en fait plutôt *La Guerre des étoiles*) pour la première fois à l'été de mes 9 ans. Mon enfance s'est arrêtée là. Mon adolescence — et le reste de ma vie — a commencé. La cassure est aussi nette et aussi évidente que cela, et elle est demeurée tout aussi vive dans ma mémoire. Tous mes

**Star Wars a changé ma vie. Eh, oui. Je l'affirme aujourd'hui officiellement, sans honte et, je l'avoue, avec une certaine jubilation. J'ai vu *Star Wars: A New Hope* (ou en fait plutôt *La Guerre des étoiles*) pour la première fois à l'été de mes 9 ans. Mon enfance s'est arrêtée là. Mon adolescence — et le reste de ma vie — a commencé. La cassure est aussi nette et aussi évidente que cela, et elle est demeurée tout aussi vive dans ma mémoire.**

souvenirs qui précèdent ce samedi après-midi magique de juin 1977 sont des souvenirs d'enfant, heureux certes, mais lointains et simplement charmants. Par contre, tout ce qui a suivi, sans exception, est fraîchement, précisément imprégné dans mon esprit, même si certains de ces souvenirs ont déjà vingt ans — mes études, de la fin du primaire jusqu'à l'université, les premières sorties entre amis, les bars et les cafés, les rencontres déterminantes, les petits contrats et les voyages, tout ce que j'aime et tout ce que je déteste, en fait. Oui, je le sais. Vous croyez que j'exagère, qu'un seul film ne peut pas avoir accompli tout cela à lui tout seul. Et vous avez d'ailleurs parfaitement raison. Seulement, *Star Wars* reste un moment tellement marquant dans ma vie, qu'il en est venu à déterminer malgré lui l'instant où je me suis éveillée vraiment au monde qui m'entoure, pour me tenir debout, seule, pour la première fois, face à tout ce qui m'attendait là-bas, devant.

☆

Selon les meilleurs visionnaires de l'époque, *Star Wars* devait s'écraser au box-office. Eh,

oui. Qui aurait pu croire, en effet, qu'une épopée galactique produite pour quelques 20 millions de dollars (un budget déjà important en 1977, mais de la petite monnaie selon les standards actuels que, ironiquement, *Star Wars* a grandement contribué à changer) allait avoir autant d'impact sur l'état et l'avenir du cinéma mondial, et indirectement, sur notre façon de voir le monde (l'image manufacturée actuelle, le merchandising, la publicité, tout cela a été influencé par l'arrivée de *Star Wars* sur les écrans de la planète)? D'autant plus que, sauf rares exceptions comme *Planet of the Apes* ou *2001, A Space Odyssey* (tous deux sortis en 1968), le cinéma de science-fiction était relégué depuis des années aux oubliettes de la série B, à la télévision (et encore, dans le royaume du kitsch, tendance *Lost in Space* ou *Star Trek*, qui n'a atteint son niveau mythique qu'après la tornade *Star Wars*), ou encore dans le cinéma d'auteur provocateur (*A Clockwork Orange*, 1971) ou alors définitivement intellectuel (*Solaris*, 1972). Qui aurait pu croire que ce *space opera*, l'épopée galactique telle qu'on la connaît aujourd'hui, mélange de science-fiction, de western et de bons vieux *serials* du muet structurée selon les règles d'or de la comédie et de la tragédie classiques, allait transformer aussi radicalement la manière de faire et de regarder le cinéma? Certainement pas son créateur, George Lucas, qui déclarait d'ailleurs à son ami Steven Spielberg à la veille de la sortie du film, en mai 1977, qu'il avait une peur bleue de se casser la figure. Pourtant, ce cocktail explosif de genres cinématographiques, littéraires et dramaturgiques reste vraiment la marque du véritable génie de Lucas. *Star Wars* est sorti le week-end du Memorial Day aux États-Unis, dans à peine trente-deux salles à travers le pays<sup>2</sup>. Comme on dit, *the rest is history...* Pirouette du hasard? La même année, Spielberg sortait aussi, dans un tout autre registre et un tout autre style, sa propre ode à l'espace, *Close Encounters of the Third Kind...*

Contre toute attente, *Star Wars*, film sans stars dont l'acteur le plus célèbre (Alec Guinness/Obi-Wan Kenobi) était totalement inconnu du jeune public et avait à toutes fins pratiques disparu des écrans depuis des années, a relancé une saison jusqu'alors morte



Return of the Jedi





Return of the Jedi

au cinéma. Ses recettes considérables ont amorcé la course aux records de recettes brutes au premier week-end qui règlent le sort de la carrière de tous les films sortant en salle aujourd'hui, peu importe leur importance, leur budget ou leur origine, la grande majorité des exploitants de salles étant à la merci du bon vouloir des bonzes de Hollywood, qui les inondent de copies multiples en exigeant généralement plusieurs semaines d'exclusivité. Si le film d'action estival est né le 20 juin 1975 avec *Jaws*, c'est avec *Star Wars* en 1977 que la véritable révolution a eu lieu et que le concept du *Summer Movie Blockbuster* est né. Jour férié exclusivement américain, Memorial Day est pourtant passé dans le langage commun pour marquer le début de la saison estivale, partout à travers le monde.

*Star Wars* a aussi fait des vedettes internationales de ses acteurs (avec plus ou moins de bonheur à long terme, mis à part Harrison Ford), mais aussi de ses personnages et de sa mythologie. Tous les thèmes de *Star Wars*, pourtant vieux comme le monde (la lutte du bien et du mal, le passage à l'âge adulte, etc.), mais réactualisés avec des effets spéciaux à faire damner un saint et une bande sonore époustouflante, ont pris des dimensions

mythiques. *Star Wars* est devenu l'objet d'un culte sans précédent, remettant au goût du jour les grandes séries de science-fiction et les héros de *comic books*, de *Superman* (1978) à

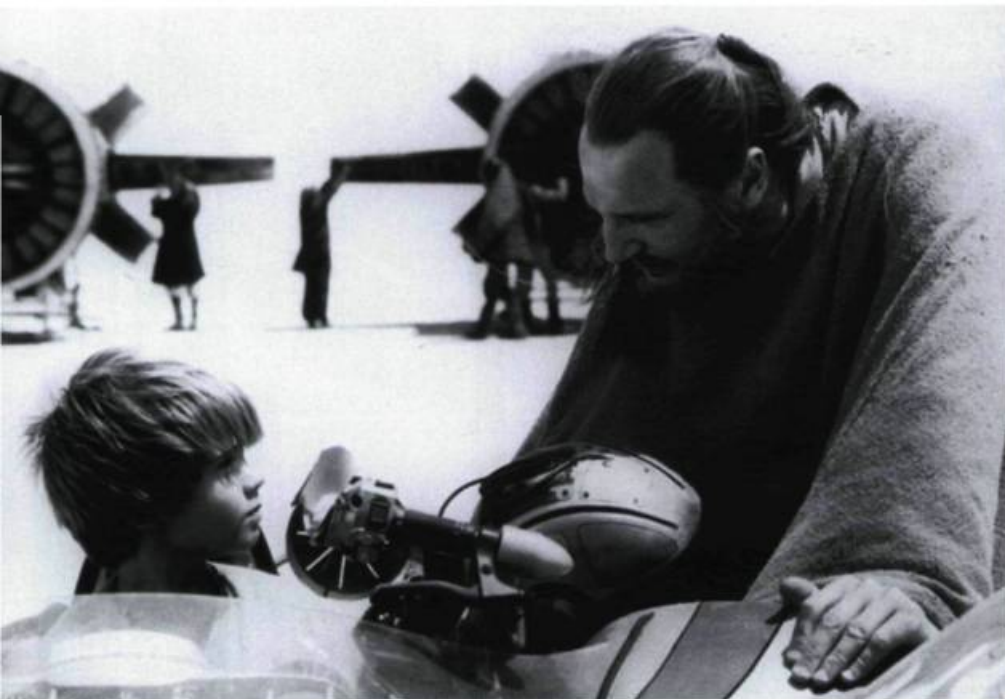
*Star Trek* (1979) à *Batman* (1989). L'ère du merchandising était née. Les conventions SF sont maintenant légions et les figurines et autres bidules sont devenus pièces de collections qu'on s'arrache pour de petites fortunes. *May the Force be with you* («Que la Force soit avec vous») est passé dans le jargon populaire, mais aussi tous les gadgets du film. Et ce n'était certainement pas Lucas lui-même qui allait s'en plaindre. Au cours des vingt-deux dernières années, la fortune personnelle qu'il a réussi à amasser avec *Star Wars* et tous ses produits dérivés (jeux vidéo, jouets, vidéocassettes, rééditions, livres, etc.) allait lui permettre non seulement de bâtir un complexe et un studio de recherche et de post-production à la fine pointe de la technologie, le Skywalker Ranch en Californie, pour le bénéfice de toute l'industrie (ou du moins ceux qui arrivent à en payer les tarifs de location), mais surtout d'autofinancer entièrement l'épisode numéro un de la série, *The Phantom Menace* — pour la modique somme d'une centaine de millions de dollars américains!

Ainsi, aujourd'hui, s'il est vrai que *The Phantom Menace* bénéficie probablement de la plus importante et de la plus efficace cam-



Star Wars: A New Hope





The Phantom Menace

pagne publicitaire jamais orchestrée autour d'un long métrage (entièrement contrôlée par Lucas lui-même), il faut avouer que, même sans l'aide de ce plan de marketing considérable, le film serait probablement parvenu à éclipser quelques records à lui tout seul. *The Phantom Menace* est sans aucun doute possible le film le plus désiré, le plus voulu, bref le plus attendu de toute l'histoire

**The Phantom Menace est sans aucun doute possible le film le plus désiré, le plus voulu, bref le plus attendu de toute l'histoire du cinéma. Le phénomène Star Wars vit en dehors des modes et des styles, sans barrière de générations, de langues ou de pays. Mais si Star Wars a revitalisé le cinéma, il a aussi donné de nouvelles armes redoutables à la suprématie de Hollywood à travers le monde (toujours plus gros, plus fort, plus impressionnant et plus cher).**

du cinéma. Le phénomène *Star Wars* vit en dehors des modes et des styles, sans barrière de générations, de langues ou de pays. Mais si *Star Wars* a revitalisé le cinéma, il a aussi donné de nouvelles armes redoutables à la suprématie de Hollywood à travers le monde (toujours plus gros, plus fort, plus impressionnant et plus cher). Malheureusement, les studios ont trop souvent tendance à oublier depuis ce jour mémorable de mai 1977 que tout n'est pas strictement question de gros sous et d'effets spéciaux. Il faut aussi une histoire, des personnages et un univers intéressant pour vraiment accrocher les spectateurs, qui sont loin d'être aussi stupides qu'on aimerait le laisser croire. Si *Star Wars* survit toujours au *hype*, au battage publicitaire qui l'entoure, c'est que George Lucas, miraculeusement dirait-on, a su trouver le bon dosage entre produit commercial, thèmes universels, cinéma grand public et création artistique pour créer une œuvre vraiment populaire.

☆

J'ai vu *Star Wars* pour la première fois à l'âge de 9 ans, au cinéma Champlain (aujourd'hui défunt, comme tant d'autres), au coin des

rues Ste-Catherine et Papineau dans l'est de Montréal, avec un groupe de petites copines. Je me rappelle du public hystérique, des cris et des applaudissements, du *Millennium Falcon* et de l'explosion de la *Death Star*, de C-3P0 et de la coiffure de la Princesse Leia, mais surtout de l'émotion pure et simple du cinéma dans toute sa splendeur. J'ai revu le film deux fois au cours du même été, j'ai bien dû être amoureuse de Luke Skywalker au moins jusqu'à Noël suivant, avant de lui préférer finalement Han Solo, j'ai collectionné certainement toutes les figurines que mes parents ont réussi à trouver dans les magasins, j'ai écouté la musique en m'endormant le soir, j'ai vu aussi d'autres films ensuite, appris à connaître et à me passionner pour d'autres cinématographies, à aimer des films plus graves ou des auteurs plus difficiles — et j'ai bien dû revoir *Star Wars*, et ses deux suites, *The Empire Strikes Back* et *Return of the Jedi*, des dizaines de fois au cours des années qui ont suivi, tout comme je n'ai pu résister à l'envie d'aller voir *The Phantom Menace* à peine quelques jours après sa sortie. Pourtant, j'avoue que, malgré l'arrivée des effets spéciaux numériques, les moyens plus importants, les vedettes plus aguichantes, *Star Wars: A New Hope*, avec sa simplicité, reste toujours pour moi le plus important, le plus vibrant, le plus merveilleusement jouissif de tous. **S**

Claire Valade

1. De la manière dont on nous vend des céréales jusqu'au placement média à la télévision, dans les abribus et dans les films, le dernier quart du XX<sup>e</sup> siècle porte indéniablement l'empreinte du succès sans précédent de *Star Wars*. Personne, ou presque, n'a su y résister. Ronald Reagan lui-même succombait à la folie généralisée en donnant le même nom à son projet de satellites de défense militaire dans les années 80. Lire à ce propos les excellents articles (tous très différents) consacrés au phénomène et à *The Phantom Menace* dans *Newsweek*, *Wire*, le *New Yorker*, *Premiere*, *Vanity Fair* et plusieurs autres revues et journaux des derniers mois.

2. Comparativement, *The Phantom Menace*, le *prequel*, sortait dans 3000 cinémas à travers l'Amérique du Nord, chiffre déjà monstrueux, mais qui apparaît pourtant presque ridicule devant les 7000 (!) salles qu'occupait le désastreux *Godzilla* de l'été dernier à sa sortie.