

Réflexions d'été

Georges Privet

Number 62, Fall 2015

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/80158ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

L'Inconvénient

ISSN

1492-1197 (print)

2369-2359 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Privet, G. (2015). Réflexions d'été. *L'Inconvénient*, (62), 58–59.

RÉFLEXIONS D'ÉTÉ

Georges Privet

Mardi 9 juin

En allant voir *Inside Out* au Scotiabank Theatre (pas facile d'aller voir un film dans un cinéma qui a le nom d'une banque), je remarque que tous les films annoncés sont des versions de trucs que je vois et revois depuis mon adolescence, du cinquième *Mission : Impossible* au septième *Star Wars*, en passant par le troisième *Mad Max* et le vingt-quatrième *James Bond*. Ajoutez les innombrables versions de *Batman*, *Spider-Man* et autres *Superman*, les incalculables *reboots* de *Godzilla*, de *The Mummy* et de *Planet of the Apes*, les tout aussi nombreuses adaptations de séries télé, allant de *Star Trek* à *21 Jump Street*, et vous avez le portrait d'une culture qui – d'*Avengers* en *101 dalmatiens*, et de suites en *remakes* – tourne littéralement en rond depuis près de cinquante ans. Au point où je me dis (et c'est ça, ma grande révélation) que nous sommes peut-être la première génération où un grand-père et ses petits-enfants auront été élevés en regardant essentiellement les mêmes choses.

Que dire d'une culture, qui tourne à ce point en rond ? Et que penser des gens qui la consomment toujours aussi avidement ?

Jeudi 11 juin

Après vingt minutes de pub dans une salle chauffée à blanc, les premières scènes de *Jurassic World* apparaissent enfin à l'écran. Étrangement, les pubs ne disparaissent pas – au contraire. En fait, elles se multiplient constamment au fil

d'un film qui fait tout ce qu'il peut pour les mettre de l'avant : les touristes de *Jurassic World* boivent ostensiblement du café Starbucks, le héros consomme régulièrement du Coca-Cola et le nom de Samsung est bien évident sur chaque ordinateur, téléphone et téléviseur du parc (en plus d'apparaître en gros sur la devanture du Samsung Innovation Center). L'avalanche de marques – allant des voitures Mercedes-Benz aux motos Triumph – est littéralement incalculable, à tel point que les cinéastes (sans doute à l'affût d'un truc destiné à prouver qu'ils ne sont pas dupes) font dire à un personnage qu'un dinosaure pourrait être rebaptisé le Pepsi-sorus Rex (je me demande d'ailleurs combien Pepsi a payé pour celle-là). Bref, on se retrouve en face d'un film bien de son temps, qui fait mine d'ironiser sur l'utilisation abusive du placement de produits pour mieux continuer son utilisation abusive du placement de produits. Le comble du ridicule (et/ou de l'écœurement) est atteint quand un présentateur annonce à la foule l'arrivée du nouveau monstre du film en disant : « Les sans-fil Verizon présentent l'Indominus Rex. »

Rendu là, difficile de ne pas souhaiter l'extinction de l'espèce (et je ne parle évidemment pas des dinosaures)...

Mardi 23 juin

Pour fêter la Saint-Jean en paix, le gouvernement Couillard profite de la fête nationale pour illustrer son soutien à la culture québécoise en annonçant des coupures de 2,5 millions au CALQ. La nouvelle – qui arrive en même temps qu'un « resserrement des règles »

à la SODEC – risque de peser lourd sur le monde des arts et en particulier sur celui du cinéma. Mais comme c'est la Saint-Jean et que personne n'est au bureau, personne ne répondra aux questions que peu de gens osent encore poser, tout comme le milieu – désormais habitué à ces coupures arbitraires – peinera à se rallier pour protester contre des mesures reçues comme une fatalité. Triste époque et pauvre Saint-Jean...

Jeudi 25 juin

Comme pour tourner le fer dans la plaie, la projection de presse d'*Ego Trip* nous révèle l'une des pires comédies québécoises depuis longtemps ; un navet pur jus qui s'inscrit dans la droite lignée des *Hot dog*, *L'appât*, *Le vrai du faux*, *Les dangereux* et autres *Angélo*, *Frédo* et *Roméo*, soulevant une fois de plus une question qui reste sans réponse, même si l'actualité nous force à la repenser régulièrement : pourquoi continuer d'engloutir des sommes considérables dans un cinéma pseudo-commercial qui a) n'est pas commercial et ne peut pas l'être (puisque'il ne pourra jamais faire ses frais sur le seul territoire québécois et n'a aucun espoir de percer à l'étranger), et b) semble se complaire volontiers dans une médiocrité stupéfiante, alors même que les institutions coupent leur soutien au cinéma d'auteur qui, lui, fait vivre le Québec à l'étranger ?...

Mardi 30 juin

Le jour même où le *New York Times Magazine* publie un article révélant que le *Huffington Post* ne fait toujours pas

de profit, le site *Ad Age* y va d'un texte incisif dont je retiens ce paragraphe bien senti : « Si le site du *Huffington Post* – qui a 10 ans, attire plus de 200 millions de visiteurs uniques par mois et publie quelque 1 200 textes quotidiennement, pondus par des auteurs qui sont apparemment peu ou mal payés – ne parvient pas à faire un profit malgré des revenus de 146 millions de dollars, comment espérer que d'autres sites, aussi financés par des capitaux à risque, mais aux publics plus restreints, et ayant moins de relations avec les publicitaires, puissent espérer devenir profitables ? »

Poser la question, c'est y répondre...

Mercredi 1^{er} juillet

Un lecteur m'écrit pour me dire qu'il m'a trouvé trop dur au sujet d'un film dont il dit qu'il vaut mieux « laisser son cerveau à l'entrée » pour l'apprécier. Je lui réponds que si le seul moyen d'avoir du plaisir en voyant un film est de « laisser son cerveau à l'entrée », c'est peut-être tout simplement parce qu'il n'est pas très bon. Le fait que l'expression soit désormais entrée dans l'usage en dit toutefois long sur le mépris inconscient dans lequel certains tiennent maintenant le cinéma. On imagine mal quelqu'un dire d'une exposition, d'un livre, d'un concert ou même du plus mauvais spectacle du pire humoriste : « C'est bien, mais il faut laisser son cerveau à l'entrée. » Comme si l'abandon de toute faculté mentale était devenu la condition essentielle à l'appréciation d'un film. Utiliser cette expression, c'est admettre que l'on n'attend plus rien du cinéma, que pour y trouver plaisir, il faut désormais se plonger dans une sorte d'état végétatif, baisser ses standards au point d'avoir l'intelligence d'une courge ou d'une betterave.

Et puis, il y a toujours le risque qu'à force de « laisser son cerveau à l'entrée », on finisse par l'oublier en ressortant...

Jeudi 2 juillet

Visionnement de *Terminator Genisys*. Une fois de plus, l'impression (qu'on a d'ailleurs souvent, en voyant ces manifestations transparentes de l'inconscient hollywoodien)

que cette grosse série B de troisième ordre parle finalement plus de son époque que la plupart des films qui en ont la prétention...

Quelque chose qui a sans doute à voir avec le spectacle de ces machines d'apparence humaine qui sont venues du futur pour anéantir le passé, et qui s'infiltrèrent discrètement dans le cours du présent par une application totalitaire (le *Genisys* du titre, sorte de croisement entre Apple, Google et Facebook) qui permettra aux machines de gagner la guerre sans que personne ne s'en rende compte. Malgré ses limites évidentes, le film laisse quelques images fortes : une sorte de ligne d'assemblage futuriste, remplie de copies d'Arnold Schwarzenegger ; l'image du vieil Arnold (qui a aujourd'hui soixante-sept ans) devant se battre avec son double plus jeune (copie numérique de ce qu'il était il y a trente et un ans) ; et puis, cette vision du passé comme un réservoir inépuisable de scènes à revisiter, à retravailler et à modifier selon les besoins du moment. Bref, un film qui dit, en un mot comme en cent, que les machines ont déjà gagné et qu'elles sont là pour rester.

Vendredi 3 juillet

À Radio-Canada, un animateur qui connaît très bien le cinéma profite d'une pause pour me demander si je me souviens du nom d'un cinéaste russe d'origine arménienne. Après quelques secondes d'hésitation, je lui réponds : « Paradjanov. Sergueï Paradjanov. » Je réalise alors que je n'ai pas prononcé le nom de ce cinéaste d'avant-garde, à la fois poète, plasticien et touche-à-tout, condamné à cinq ans de travaux forcés dans les prisons soviétiques, depuis, oh, une bonne vingtaine d'années. Envahi par un vague sentiment de culpabilité, je passe une bonne partie des deux jours suivants à essayer de trouver une copie de *Sayat Nova* et des *Chevaux de feu*, ses plus beaux films. En vain... Après quelques courriels et deux coups de fil, je trouve un professeur de cinéma qui me donne le premier et me prête le second. Je pense alors aux *book people* du *Fahrenheit 451* de Ray Bradbury et François Truffaut, et à tous les gens

grâce à qui un certain cinéma existe et circule encore, même si ce n'est qu'entre initiés, et sous le manteau...

Vendredi 10 juillet

Je reçois un communiqué m'invitant à l'avant-première d'une comédie fantastique intitulée *Pixels*...

En allant sur Internet, j'apprends qu'il s'agit d'une superproduction de 110 millions de dollars, basée sur... un court métrage français d'une durée de deux minutes trente-cinq secondes. En cherchant un résumé du film, je tombe sur ceci : « Lorsque des extra-terrestres perçoivent à tort des extraits vidéo de jeux d'arcade classiques comme une déclaration de guerre, ils attaquent la Terre en s'inspirant de ces jeux pour modeler leurs attaques. Le président Will Cooper (Kevin James) fait appel à son ami d'enfance, l'as de jeux vidéo des années 80 Sam Brenner (Adam Sandler), aujourd'hui installateur de cinéma maison, pour sauver la planète des attaques par PAC-MAN, Donkey Kong, Centipede et Space Invaders. »

Je me sens soudainement très vieux...

Mercredi 22 juillet

En parlant avec une jeune chercheuse, à qui je prête souvent de vieux films, je cite un commentaire qui m'a beaucoup marqué, entendu récemment dans un balado sur Kubrick : « Il se battait pour que le cinéma soit tellement plus que ce qu'il est aujourd'hui. » Après une brève hésitation, la jeune femme me demande : « C'est qui, Kubrick ? »

Je me dis alors qu'il faut vraiment que je lui apporte une copie de *2001*... la prochaine fois. Puis, je la quitte, prenant mon courage à deux mains pour aller à l'avant-première de *Pixels*.

C'est au Scotiabank Theatre, et il paraît qu'il ne faut surtout pas rater le début... ■