

## Compte rendu

---

« Hégémonique Hollywood »

Ouvrage recensé :

CLAUDE VAILLANCOURT, *Hollywood et la politique*, Montréal, Éditions Écosociété, 2012, 164 pages

par Pascal Chevrette

*Les Cahiers de lecture de L'Action nationale*, vol. 6, n° 3, 2012, p. 8-9.

Pour citer ce compte rendu, utiliser l'adresse suivante :

<http://id.erudit.org/iderudit/66792ac>

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

---

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 à l'URI <https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

---

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. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : [info@erudit.org](mailto:info@erudit.org)

# HÉGÉMONIQUE HOLLYWOOD

Pascal Chevrette

CLAUDE VAILLANCOURT

## HOLLYWOOD ET LA POLITIQUE

Montréal, Éditions Écosociété, 2012,  
164 pages

Selon une étude récente dirigée par le politologue Guy Lachapelle, *Le destin américain du Québec*, la consommation de films américains par les Québécois représenterait près 80% de ce marché. Un chiffre qui ne surprendra personne. Et qui en découragera sûrement plusieurs. L'industrie hégémonique du cinéma de notre voisin états-unien profite à ce point de ses liens avec les milieux de la finance qu'il est nécessaire de questionner nos habitudes de consommation et la réception souvent passive que nous avons face aux productions à gros budgets. L'attitude critique exige donc une réflexion sur l'impact que ces films ont sur notre imaginaire, notre culture et nos valeurs.

L'essayiste Claude Vaillancourt a bien raison de rappeler au début d'*Hollywood et la politique* que le cinéma n'est pas qu'un simple divertissement, il « a aussi l'avantage de livrer un message, d'avoir une capacité de séduire, voire d'influencer l'opinion publique, d'une façon le plus souvent floue et difficilement définissable ». Son petit cours d'autodéfense intellectuelle sur le cinéma américain offre un parcours instructif et efficace dans le monde d'Hollywood, qu'on prétend parfois bien connaître.

Vaillancourt a revu près de cent cinquante films américains des trente dernières années. *Blade Runner*, *No Country for Old Man*, *Forrest Gump*, *American Beauty*, des films plus politiques et d'autres plus patriotiques : *Munich*, *JFK*, *Pearl Harbor*, *Wall Street*, des allégories politiques : *V for Vendetta*, *Matrix*, *Lord of the Rings*, *Avatar*. Il a choisi ces films de la période néolibérale pour les analyser sous l'angle de la politique et de l'actualité.

Professeur au collégial, alter mondialiste, romancier, essayiste et, surtout, cinéphile, il a publié en 2006 *Mainmise sur les services*, un essai dans lequel il expliquait les mécanismes de la déréglementation économique planifiée par les instances internationales de l'OMC, du FMI et de la Banque mondiale afin de comprendre leurs impacts nocifs sur les services publics de nombreux pays. Son dernier essai poursuit la réflexion sur le capitalisme financier, mais cette fois en mesurant son influence sur le cinéma américain « destiné, selon lui, à ne jamais pouvoir rester neutre ». C'est un fait que les scénaristes d'Hollywood puisent abondamment dans l'actualité ; en résulte bien souvent des films à saveur patriotique où sont propagés les valeurs individuelles, une idée du héros soli-

taire, un évident manichéisme entre le bien et le mal, les forces de l'ordre et l'anarchie, et, surtout, l'idéal et les splendeurs d'un rêve américain non négociable. Mais c'est aussi, et Vaillancourt a parfaitement raison de le souligner, un cinéma qui joue à l'occasion dans les zones grises, les ambiguïtés de l'histoire et les coulisses du pouvoir.

De nombreux films des dernières années ont fait du président des États-Unis un personnage hautement symbolique, comme dans *Independance Day* où il y est dépeint comme l'incarnation du salut et de la victoire, ou alors présentent un portrait de présidents connus pour ramener à la mémoire des spectateurs des épisodes marquants de l'histoire américaine (*JFK*), des interprétations de leur présidence (*Nixon*) ou simplement un trait de caractère à dénoncer, comme dans *Bush* d'Oliver Stone. Les liens entre politique et cinéma ne sont donc pas aussi simples qu'on voudrait bien le croire ; ils sont « nombreux, variés et complexes ». Vaillancourt a tôt fait de nous rappeler que pendant la chasse aux sorcières du sénateur McCarthy, on soupçonnait Hollywood d'être un nid de communistes.

**Dans sa typologie, Vaillancourt aborde, dans un chapitre très pertinent, la question des placements de produits. Cette tendance insidieuse et désormais systématique a pris des proportions telles que certains scénarios en sont grandement dénaturés.**

À Hollywood, la pression exercée par la finance, notamment dans le placement de produits ou les nouvelles stratégies commerciales lucratives comme les blockbusters, mine les conditions permettant la création d'œuvres d'art véritables. Ce dilemme entre exigences commerciales et intention artistique, « équilibre fragile » s'il en est, Vaillancourt veut les mettre en lumière pour montrer le défi presque insurmontable du cinéma américain d'aborder des critiques sociales et politiques plus sérieuses. Il propose donc de regarder le cinéma américain des trente dernières années comme « une forme de journal des préoccupations états-uniennes. »

À l'aide de trois axes de lecture (les films du statu quo, les films à questionnements et les films subversifs), Vaillancourt décortique des films comme *Rocky IV*, *Top Gun*, ou *Pearl Harbor*, et des films à catastrophe comme *Armageddon* et *The Day After Tomorrow*. Ces derniers lui permettent du même coup de

Claude Vaillancourt

## Hollywood et la politique



écosociété

donner une excellente réflexion politique sur l'utilité de la peur puisqu'ils « mettent le public dans un état de siège permanent » en jouant sur le besoin de sécurité. Ces films de statu quo livrent habituellement une interprétation simpliste de l'actualité qui mène le spectateur à accepter l'idéologie dominante. Mais il existe un cinéma plus subversif avec des créations de grande qualité. *Munich* de Steven Spielberg, les excellents *In the Valley of Elah*, *Lions for Lambs*, *Bulworth* et les documentaires-chocs de Michael Moore, qui ont révélé un genre demeuré marginal avant la dernière décennie, en sont de bons exemples. La catégorie intermédiaire porte sur le cinéma de questionnement, c'est-à-dire des films qui interrogent la société américaine, ses institutions et ses élites, sans vraiment remettre en cause le système qui les sous-tend. Les films sur les banlieues appartiennent à cette catégorie. *Happiness*, *American Beauty*, *Revolutionary Road*, *Pleasantville* ou *The Truman Show* jouent sur cette frontière du réel où l'on énonce les misères et les illusions de l'univers conformiste et bourgeois de la banlieue, sans aborder de front l'enjeu de l'inégalité sociale. Neuf chapitres nous présentent donc ces classes de films en faisant voir en quoi les scénarios se nourrissent des faits significatifs de l'actualité au moment de leur sortie en salles.

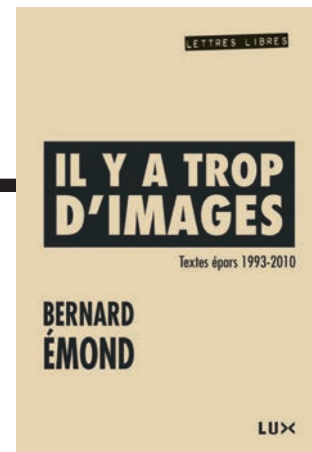
Dans sa typologie, Vaillancourt aborde, dans un chapitre très pertinent, la question des placements de produits. Cette tendance insidieuse et désormais systématique a pris des proportions telles que certains scénarios en sont grandement dénaturés. *Die Another Day*, le James Bond de 2002, qui avait alors « atteint un sommet » dans cette pratique, a impliqué « plus de 24 compagnies [qui] ont payé la coquette somme de 120 milliards, au total, pour voir leurs produits exposés dans le film ». Cette ingérence des compagnies dans le septième art altère évidemment sa qualité et son originalité :

**BERNARD ÉMOND**  
**IL Y A TROP D'IMAGES. TEXTES ÉPARS**  
**1993-2011**  
 Montréal, Lux Éditeur, 2011, 125 pages

Comme l'indique le sous-titre, ce livre est composé de textes éparés, certains lus à l'occasion d'événements artistiques, certains publiés dans la revue *Relations* comme articles, d'autres rattachés à des circonstances diverses. Et tout cela forme un petit livre de lecture très agréable. Un petit livre très engagé dans les problèmes actuels de la culture et de la modernité.

L'auteur, comme on sait, est cinéaste. Un homme de l'image donc, mais un homme très critique du traitement de l'image et du rôle des médias dans la société actuelle. Il écrit: «Nous sommes devenus des spectateurs désabusés d'une réalité que notre inattention a vidée de sa substance. Tout ce qui transite par la moulinette médiatique est déréalisé, et ce qui n'y accède pas n'a pas d'existence pour nous» (p. 11). Il parle de «l'insondable stupidité des médias de masse» (p. 106), du «tintamarre incessant de la culture de masse» (p. 63), de «cette agitation qui est devenue une technique de conditionnement et d'abrutissement du spectateur dans la culture de masse américaine» (p. 65). Il faut résister, dit-il.

Je souhaiterais que tout le monde lise ce petit livre qui est d'une grande sagesse, d'une grande spiritualité. Il faut être attentif, dit Émond. Il ne faut pas se laisser emporter par le mouvement de la foule. Il faut résister. «Résister à l'insignifiance ambiante, c'est déjà quelque chose, mais pour ne pas tomber dans le cynisme, qui est la maladie contemporaine des gens intelligents, il faut résister à l'argent et au découragement» (p. 52).



Émond résiste, combat, défend des valeurs. Il se dit mécréant et écrit en même temps: «J'ai un attachement profond à la tradition religieuse dans laquelle j'ai grandi, ainsi qu'au caractère subversif du message évangélique» (p. 71). Ses positions spirituelles sont très proches de celles de Pierre Vadeboncoeur. Dans son texte lu aux obsèques de ce dernier, le 15 février 2010, après avoir décrit la démarche de Vadeboncoeur il écrit: «Il y aurait donc quelque chose de plus grand que nous, quelque chose qui soit digne de foi, quelque chose qui vaille qu'on y sacrifie son intérêt personnel. Ce quelque chose crève les yeux, tombe sous le sens, mais tout, dans le monde contemporain, fait que nous nous en détournons» (p. 98).

Ce qui caractérise peut-être le plus la démarche de Émond, c'est sa conviction que la culture est irremplaçable, qu'il faut la remettre à sa place au coeur de la cité. Il rappelle aussi que nous avons «le devoir de remettre aux générations futures, et en particulier à celle qui nous suit, un lien solide avec le passé» (p. 110). Bernard Émond, un homme attentif.

**Paul-Émile Roy**

#### suite de la page 8

Voilà où le placement de produits devient politique. Il intervient dans la nature même des films que l'on offrira au grand public, dans leur contenu, leur esthétique, désormais largement inspirée de la publicité haut de gamme, qui a créé le cadre convoité pour mettre un produit en évidence. (p. 74)

Si propagande il y a, elle est donc à chercher dans ce système capitaliste, «le cinéma hollywoodien [étant] parfaitement intégré au monde de la finance.» Vaillancourt se fait d'ailleurs un devoir de nous l'expliquer brillamment dans une synthèse où il rappelle à grands traits l'histoire d'une industrie et des majors qui ont connu leurs heures de gloire pendant les années folles avant que leur appétit soit freiné par des lois votées après la Deuxième Guerre mondiale et pendant la période maccarthiste, lois qui ont séparé les studios de production de leurs grands réseaux de distribution. Mais, montre Vaillancourt, le pouvoir de l'argent est tenace; en situant son étude sur la période allant des années 1980 à 2010, il veut montrer qu'à nouveau le monde du divertissement est géré en trop grande partie par les impératifs financiers:

Alors que l'on ne cesse de considérer les profits potentiels de l'usage d'une telle méthode, personne ne porte attention à la dégradation de la qualité de la production cinématographique, qui n'illustre plus la complexité de l'expérience humaine, mais expose un monde super-divertissant, ouvert à la promotion des marques (p. 79).

Vaillancourt passe en revue un nombre impressionnant de films, et parfois on peut être déçu du caractère un peu succinct de certains commentaires. De même, sa typologie laisse dans l'ombre d'autres genres plus mineurs comme la comédie, la romance ou les films d'horreur qui recèleraient sûrement quelques éléments pour renforcer son point de vue. La vue d'ensemble n'en est pas moins cohérente et convaincante. Toute personne qui consomme du cinéma américain gagnera grandement à utiliser sa grille d'analyse. De plus, son essai montre que certains réalisateurs d'Hollywood appartiennent à des courants de pensée qui leur donnent une «liberté de blâmer», ce qu'on aurait tort de ne pas considérer. Enfin, l'essayiste conclut en rappelant le point de vue kantien sur la critique artistique, celle-ci devant être «dégagée de tout intérêt». Dans le cas de notre hégémonique Hollywood, il ne fait aucun doute que «l'idée d'un jugement libre d'intérêts [est] utopique». ♦

