

# La TRIBUne des Jeunes Cinéphiles

## Atelier théorique et pratique "La critique de cinéma"

**Mercredi 22 novembre 2006 (13h30-17h30) à l'Ecole Vinet à Lausanne**

**Modération :** Christian Georges, Norbert Creutz, Frank Dayen, Suzanne Déglon Scholer

**Participants :** Melissa Allcock, Thierry Bersier, Géraldine Bouchez, Julie Furrer, Yves Guignard, Maureen Miles, Laetitia Mottet, Joao Narciso, Joëlle Staub, Maud Volken

Ancien critique de cinéma, aujourd'hui collaborateur scientifique à la CIIP et responsable du site [www.e-media.ch](http://www.e-media.ch), **Christian Georges** introduit les objectifs de la journée. Il souligne que le travail critique des membres de la TRIBUne est scruté et apprécié. Idéalement, *le modèle* devrait être imité dans d'autres villes, par d'autres enseignants et d'autres jeunes en formation. Ce qui implique un soin et une rigueur d'autant plus grands dans le travail actuel de la TRIBUne.

Quelques bémols à signaler : une confusion entre les caractéristiques esthétiques, le contenu, le sens du film, les émotions ressenties, d'où un certain mélange dans les textes critiques. Il faut à nouveau recommander de laisser décanter un film avant d'écrire. S'il est bon de prendre quelques notes à chaud, sitôt après la vision, il faut ensuite se donner quelques heures de réflexion.

**Christian Georges** se lance ensuite dans un exposé sur le thème : *"L'industrie culturelle fait-elle abdiquer notre esprit critique ?"* Il prend à témoin la place accordée par les journaux des 21 et 22 novembre au dernier James Bond. Il constate que les journaux, de "Libération" au "Temps" en passant par les gratuits et les quotidiens régionaux, par leurs articles précédant la sortie d'un "gros" film, "vendent" le film et ses produits dérivés. Ils font un travail de *publicité*. Ils occupent un espace, de peur que d'autres ne l'occupent à leur place.

**João Narciso** et **Yves Guignard** soulignent qu'il est évident que ces journalistes doivent vendre leur publication à leur lectorat, et que les lecteurs sont intéressés par les scoops concernant le Bond.

En effet, les "critiques de cinéma" sont de plus en plus à la remorque d'un produit porteur. Leurs contributions s'assimilent à une véritable publicité très profitable aux distributeurs et exploitants. Il semble que le critère important, c'est de ne pas rater le train, (de sortir des infos dans le bon timing, si possible avant les autres). Il est intéressant de noter que le mardi précédant la sortie du Bond, deux titres au moins avaient leurs articles sur le sex-appeal du dernier acteur appelé à jouer le rôle. Or le mercredi, dans "Le Temps" surtout, la critique est très tiède. On se rend compte que les médias fonctionnent sur les "events". Pour rappel, qui

se souvient de ce que la Radio Suisse Romande qualifiait en mai d'événement culturel de l'année 2006 ? **Géraldine Bouchez** ou **Joëlle Staub** : le "Da Vinci Code" (photo ci-contre)!



Les produits les plus massivement diffusés n'ont même plus besoin de s'imposer par leurs qualités : l'important, c'est qu'on en parle, la critique devient anecdotique. Lancés pour avoir un maximum d'impact sur un temps très court, les films n'ont plus que rarement l'occasion de profiter du

bouche-à-oreille. la première semaine d'exploitation est décisive et quelques mois plus tard apparaissent dans les grandes surfaces les DVD des blockbusters (lancés eux aussi comme des événements, pour mieux jeter la confusion sur leur valeur réelle). La valeur au box-office tend d'ailleurs à supplanter complètement la valeur intrinsèque : les gens sont invités à choisir leurs séances de cinéma en fonction des salaires des stars ou des recettes annoncées au box-office (complaisamment rapportées par les médias), quand ce ne sont pas les petites étoiles ou les souriants smileys placés à côté des titres de films...

En matière culturelle, il y a trop de tout, la surabondance règne. Chacun est incité à entrer dans cette consommation frénétique de livres, de films, de disques, de spectacles. On consomme rapidement, sans grand recul car on se projette dans ce qui vient après, avec l'espoir ou l'illusion que ce sera mieux.

L'industrie du cinéma table sur notre faculté d'oubli, nous resservant sans cesse des "produits" présentés comme nouveaux (on sait que l'art ne ré-invente rien et que le nombre d'intrigues possibles est limité, on ne nous sert que des variantes). Elle organise des rencontres entre journalistes et "talents" (stars, comédiens, metteurs en scène, etc.). C'est un moyen d'amadouer la presse. La place prise dans les publications par les interviews diminue l'espace qui pourrait être consacré à la critique.

#### Conseils :

- Se mettre en retrait, essayer de voir les films en dehors du contexte de leur sortie, à la cinémathèque par exemple, ou dans les ciné-clubs (Cercle d'études cinématographiques, Cinéma de Chexbres, etc.). On est ainsi soustrait aux pressions qui accompagnent le lancement du produit qu'on veut nous vendre.
- Essayer de tirer des parallèles entre une œuvre actuelle et celles du passé qui traitaient déjà du même thème.
- Un film n'est pas un produit sous cloche. Il ne doit pas être examiné que pour lui-même. On DOIT se demander ce qu'il révèle de notre société, de notre époque. Quelles peurs ou quels espoirs reflète-t-il ? Quelles croyances ? Que révèle-t-il sur celui qui l'a fait ? Et sur nous-mêmes ?

**Joëlle Staub** demande pourquoi on devrait toujours se référer au passé : la société a changé! **Frank Dayen** lui répond qu'elle a changé, et qu' elle continuera de changer. Dans dix ans, d'autres diront la même chose que vous. Il faut entrer dans la logique de **Sokourov** : l'art ne réinvente rien - tout a déjà été fait - ce que l'on a en plus maintenant, ce sont les effets spéciaux. Il ne faut jamais négliger le passé. Il y a des oeuvres inégalées qu'il est bon de connaître.

Critique de cinéma au quotidien "Le Temps", **Norbert Creutz** signale que comparer avec le passé, comparer avec d'autres films est important et enrichissant. Un bon film survit. Un film contient beaucoup plus que ce qu'on croit voir au premier abord, il représente une somme de travail gigantesque. Il est bon de connaître la carrière, le parcours, l'univers de l'auteur. Il peut aussi être intéressant de s'interroger sur ce qu'on rejette dans le film, sur ce qui nous échappe : cela nous apprendra beaucoup sur nous-mêmes! En analysant des films, on apprend à se connaître.

Il y a une logique de transmission. C'est ce que vingt ans de carrière de critique confirment.. Il faut aller vers le film l'esprit ouvert : un film est une fenêtre sur le monde, une tentative de communiquer une émotion, une connaissance, une esthétique, etc. Un film nous fait voir quelqu'un ou quelque chose sous un jour nouveau. S'il y a adéquation entre fond et forme, on a là un critère de qualité.

Une critique écrite avec soin prolonge le dialogue avec d'autres : le critique a en fait une profession, celle de spectateur, et de spectateur qui veut partager avec d'autres. Le critique

doit avoir la passion du cinéma, être curieux, vouloir tout découvrir, avoir une bonne culture générale, faire preuve d'empathie et de générosité. Le critique n'est pas un censeur, il est à la fois juge et avocat, et il essaie de convaincre son lectorat. Un critique ne devrait pas être hanté par le doute, il doit oser se positionner.

Une critique bien faite, c'est celle avec laquelle on peut ne pas être d'accord, mais que l'on lit avec intérêt, parce qu'elle est bien structurée et bien écrite.

Les notules rédigées par la TRIBU devraient éviter de faire la paraphrase du synopsis. Les critiques professionnels évitent le "je" qui exclut le lecteur, ils essaient aussi d'éviter le "on" et le "nous". La TRIBU peut choisir d'autres options.

Dans une deuxième partie de l'atelier, plusieurs textes critiques sont passés au crible pour en évaluer collectivement les qualités et les limites.

A côté des journaux et revues recommandées (Le Monde, Libération, Le Temps, Télérama, Les Inrockuptibles, Les Cahiers du Cinéma, Positif, entre autres), quelques sites qui permettent d'aller s'informer sur un film :

<a href="http://www.screendaily.com">www.screendaily.com</a> (en anglais)	<a href="http://www.e-media.ch">www.e-media.ch</a> (en français)
<a href="http://www.metacritic.com">www.metacritic.com</a> (en anglais)	<a href="http://www.zerodeconduite.net">www.zerodeconduite.net</a> (en français)
<a href="http://www.telerama.fr/cinema/">www.telerama.fr/cinema/</a> (en français)	<a href="http://www.sensesofcinema.com">www.sensesofcinema.com</a> (en anglais)
<a href="http://www.allocine.fr">www.allocine.fr</a> (en français)	<a href="http://www.filmsinreview.com">www.filmsinreview.com</a> (en anglais)
<a href="http://filmup.leonardo.it">filmup.leonardo.it</a> (en italien)	<a href="http://www.critic.de">www.critic.de</a> (en allemand)
<a href="http://www.revisioncinema.com">www.revisioncinema.com</a> (en italien)	<a href="http://www.outnow.ch">www.outnow.ch</a> (en allemand)

L'Atelier se termine vers 17h30. Les participants vont voir à choix les films suivants : THE PRESTIGE (Christopher Nolan), CASINO ROYALE (Martin Campbell), COEURS (Alain Resnais), JABBERWOCKY (Terry Gilliam), SAW III (Darren Lynn Bousman).

Un repas à la Pizzeria BELLA VITA, offert par [www.e-media.ch](http://www.e-media.ch), conclut la journée.

Lausanne, le 26 novembre 2006/SDS, CGS, NCR