

Université de Montréal

Aller aux vues qu'ossa donne?

Pour une histoire culturelle du cinéma populaire québécois (1965-1975)

par

Sacha Lebel

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques

Faculté des arts et des sciences

Thèse présentée à la Faculté des études supérieures de l'Université de Montréal

en vue de l'obtention du grade de Philosophiæ Doctor (Ph. D.)

en Études cinématographiques

Décembre 2018

© Sacha Lebel, 2018

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Cette Thèse intitulée :
Aller aux vues qu'ossa donne?
Pour une histoire culturelle du cinéma populaire québécois (1965-1975)

présentée et soutenue à l'Université de Montréal par :
Sacha Lebel

a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Président-rapporteur : Serge Cardinal, Université de Montréal

Directeur de recherche : Germain Lacasse, Université de Montréal

Membre du jury : Michèle Garneau, Université de Montréal

Examineur externe : Pierre Barrette, Université du Québec à Montréal

RÉSUMÉ

Cette thèse explore un pan marginalisé de l'histoire du cinéma québécois : le cinéma dit « populaire » produit au cours des années 1960 et 1970. Son objectif est de réévaluer le « poids culturel » de cette production en examinant un corpus précis : celui du genre de la comédie. Cette étude veut répondre à deux interrogations principales liées l'une à l'autre. D'abord, elle examine les raisons sociales et culturelles qui ont mené à la disqualification des comédies de l'historiographie du cinéma national « québécois ». Ensuite, elle examine le rôle du corpus dans l'élaboration d'une conscience nationale nouvelle auprès de nombreux spectateurs au cours de cette époque de changements sociaux, politiques et culturels qu'est la Révolution tranquille.

Cette thèse se divise en quatre parties. La première me permet de prendre position face à trois concepts clés (la culture populaire, le cinéma populaire et la nation) et de voir comment ces idées s'articulent entre elles. J'y explore l'histoire de ces concepts afin de définir une position historique qui prend en considération l'étude de l'expérience du cinéma populaire et de son rôle dans l'élaboration d'une nouvelle conscience nationale qui s'éloigne de celles promues par les élites catholique et moderne.

La seconde partie montre les origines de l'expérience de modernité vernaculaire et du développement d'une culture industrielle du divertissement en territoire québécois. Le portrait montre l'engouement de la population, mais aussi les réticences et les réprobations de l'élite cléricale catholique. Je montre par la suite le traitement tout aussi acrimonieux réservé par l'intelligentsia moderne du cinéma aux comédies des décennies 1960 et 1970.

Dans la troisième partie, l'histoire culturelle de la comédie est décrite. J'examine en détail les étapes de production, de médiation et de réception des objets et pratiques culturelles. J'y dépeins les nombreux réseaux d'influences de la culture cinématographique locale, tout en montrant le rayonnement important dans la culture populaire globale et sa forte acceptation dans la population.

La dernière partie présente trois études de cas qui permettent de dresser le portrait de trois mouvements culturels d'importance dans la décennie. J'y examine la présence dans les œuvres de diverses stratégies de décrochage d'avec la mère patrie influençant la réception des membres d'une nouvelle communauté vernaculaire québécoise en formation.

MOTS CLÉS

Culture populaire

Cinéma populaire

Nation

Cinéma québécois

Comédie

ABSTRACT

This thesis analyses a marginalized part of the history of Quebec cinema: the "popular" cinema produced in the 1960s and 1970s. Its goal is to reassess the "cultural weight" of this production by examining a specific corpus: the comedy genre. This study means to answer two main questions related to each other. First, it investigates the social and cultural reasons that led to the disqualification of comedies from the historiography of Québécois national cinema. Further, it studies the role of the corpus in building a new national consciousness among a very large public during the Quiet Revolution, an era of social, political, and cultural changes.

This thesis is divided into four parts. The first allows me to take a stand on three key concepts (popular culture, popular cinema and the nation) and see how these ideas interact together. I explore the history of those concepts to define a historical position that takes into account the experience of popular cinema and its role in the development of a new national consciousness that moves away from those promoted by the Catholic and later by the modern elites.

The second part describes the origins of the experience of vernacular modernity and the development of an industrial culture of entertainment in Quebec territory. The portrait shows the enthusiasm of the population, but also the reluctance and blame of the Catholic clerical elite. I then show the equally acrimonious treatment of the modern cinema intelligentsia against 1960s and 1970s comedies.

In the third part, the cultural history of comedy is described. I provide a detail account of the phases of production, mediation and reception of cultural objects and practices. I portray the many networks of influences on the local film culture, while showing its important impact in the global popular culture and its strong acceptance in the community.

The last part presents three case studies that provide a portrait of three major cultural trends in the decade. For each film, I examine the presence of various disengagement strategies from motherland, influencing the reception of members of a new vernacular community in Quebec.

KEYWORDS

Popular culture

Popular cinema

Nation

Quebec cinema

Comedy

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	I
MOTS CLÉS	III
ABSTRACT	IV
KEYWORDS	VI
TABLE DES MATIÈRES	VII
LISTE DES FIGURES	XII
REMERCIEMENTS	XIV
AVANT-PROPOS	15
INTRODUCTION	19
<i>État de la question et problématique</i>	22
<i>Hypothèse</i>	28
<i>Méthodologie</i>	32
<i>Corpus</i>	37
<i>Structure de la thèse et résultats</i>	43
PARTIE I	47
CHAPITRE I	48
<i>Les débuts des réflexions sur la culture de masse</i>	49
<i>L'hégémonie et la production de sens : « bottom-top »</i>	50
<i>Culture de masse, culture populaire et les possibilités de résistance</i>	54

<i>Les critiques des « cultural studies »</i>	56
<i>Les plaisirs populaires : plaisirs du corps</i>	57
<i>Conclusion</i>	64
CHAPITRE II	66
<i>Hierarchisation culturelle : séparer le bon grain de l'ivraie</i>	66
<i>Hierarchisation du domaine cinématographique</i>	68
<i>Expérience du cinéma populaire au Québec</i>	73
Star-system et formations génériques.....	73
L'expérience vernaculaire moderne cinématographique.....	78
<i>Cinéma populaire/cinéma d'expérience corporel</i>	81
Le corps cinématographique et le corps du spectateur.....	81
Études de la réception.....	84
<i>Conclusion</i>	86
CHAPITRE III	89
<i>Nation et Nationalisme</i>	89
<i>Histoires nationales et cinémas nationaux</i>	94
<i>Histoire de la nation québécoise et cinéma québécois</i>	98
<i>Les procédés discursifs et stratégies de décrochage</i>	101
Le déplacement latéral.....	102
La diversion.....	102
Paradigme du « bâtard » ou retournement contre soi-même.....	103
La réappropriation.....	104
La profanation.....	104
<i>Conclusion</i>	105
PARTIE II	107
CHAPITRE IV	108
<i>L'inlassable marche des machines et la transformation de la vie quotidienne</i>	110
<i>La montée des divertissements et médias de masse</i>	117
Divertissements en public.....	118
Divertissements en privé.....	136

<i>Conclusion</i>	153
CHAPITRE V	156
<i>Contexte social et hiérarchisation culturelle</i>	158
<i>Portrait du processus de légitimation positif</i>	163
Mise en place d’institutions et de discours de légitimation.....	163
<i>Portrait du processus de légitimation négatif</i>	171
Deux attitudes violentes : omission et dénigrement.....	171
<i>Conclusion</i>	187
PARTIE III	190
INTRODUCTION	191
<i>Contexte cinématographique (1960-1980) :</i>	194
CHAPITRE VI	207
<i>Inscription dans une tradition culturelle : la comédie</i>	207
<i>Portrait des comédies cinématographiques produites au Québec (1965-1975)</i>	216
Les productions	216
Les producteurs et compagnies de productions, ou : Y a pas de mal à se faire du bien	221
Les scénaristes et scénarios	224
Les vedettes ou : « La Dodo, c’est ben simple, elle me “tord”. »	227
Les réalisateurs ou : par un concours de circonstances... ..	233
CHAPITRE VII	235
<i>Portrait d’une stratégie publicitaire nationale et transmédiatique</i>	236
Produits dérivés	239
Promotion et publicité ou : Le plus grand lancement orchestré au Québec	242
CHAPITRE VIII	260
<i>Portrait de la distribution et de la réception</i>	261
Pas de vacances pour les idoles	262
Deux femmes en or.....	263
Après-ski.....	266
Les chats bottés.....	267
Tiens-toi bien après les oreilles à papa... ..	268

L'Apparition	270
Le p'tit vient vite	270
J'ai mon voyage!	272
Y a toujours moyen de moyenner!	274
La pomme, la queue... et les pépins!	275
Les deux pieds dans la même bottine	277
Les aventures d'une jeune veuve.....	277
Tout feu, tout femme	279
Pousse mais pousse égal.....	279
<i>Conclusion</i>	282
PARTIE IV	284
INTRODUCTION.....	285
CHAPITRE IX	287
<i>Des clones des Beatles à Montréal : Contexte culturel</i>	287
<i>Stratégies de décrochage dans Pas de vacances pour les idoles</i>	293
Le déplacement latéral : America the Great	293
La diversion : la définition par la confrontation.....	295
La réappropriation : un ragoût de genre étranger à la sauce du Québec	297
La profanation : chambouler l'ordre un pied à la fois	300
<i>Conclusion</i>	304
CHAPITRE X.....	306
<i>La sexualité comme divertissement : contexte culturel</i>	306
<i>Stratégies de décrochage dans Deux femmes en or</i>	312
Déplacement latéral	312
La réappropriation : de la fesse américaine à la fesse québécoise	313
Paradigme du « bâtard » : la femme de mauvaise vie	316
La profanation : chambouler l'ordre un sein à la fois	318
<i>Conclusion</i>	322
CHAPITRE XI	323
<i>De Cré Basile à Pousse mais pousse égal : contexte culturel</i>	323
<i>Stratégies de décrochage dans Pousse mais pousse égal</i>	326
Déplacement latéral et paradigme du « bâtard »	326
La diversion : la définition par la confrontation.....	330

Réappropriation et profanation : chambouler l'ordre un gag à la fois	334
<i>Conclusion</i>	338
CONCLUSION	339
FILMOGRAPHIE	345
BIBLIOGRAPHIE	347
<i>Bibliographie générale</i>	347
<i>Bibliographie cinématographique</i>	352

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Publicité, <i>La Presse</i> , 6 août 1910, p. 7.....	138
Figure 2 : Publicité, <i>La Presse</i> , 2 janvier 1904, p. 13.....	139
Figure 3 : Publicité, <i>La Presse</i> , 24 février 1968, p. 40.....	199
Figure 4 : Publicité, <i>La Presse</i> , 7 août 1971, p. B4.....	200
Figure 5 : Publicité, <i>La Presse</i> , 21 avril 1973, p. D10.....	200
Figure 6 : Publicité, <i>Le Soleil</i> , 12 octobre 1974, p. D7.....	201
Figure 7 : Publicité, <i>La Presse</i> , 14 octobre 1953, p. 34.....	201
Figure 8 : <i>Télé-Radiomonde</i> , 19 juin 1971, p. 11.....	239
Figure 9 : Microsillon <i>Tiens-toi bien après les oreilles à papa...</i> , 1971, Coll. Cinémathèque québécoise.....	241
Figure 10 : <i>Photo Journal</i> , 24 septembre 1972, p. 1.....	247
Figure 11 : <i>Dimanche-Vedette/Montréal-Matin</i> , 22 octobre 1972, p. 1.....	252
Figure 12 : <i>Photo-Journal</i> , 24 au 30 janvier 1972, p. 1.....	253
Figure 13 : Publicité. <i>Photo-Journal</i> , 12 décembre 1971, p. 51.....	255
Figure 14 : Publicité. <i>La Presse</i> , 25 janvier 1975.....	256
Figure 15 : Affiche. <i>Pas de vacances pour les idoles</i> (1965). Coll. Cinémathèque québécoise.	257
Figure 16 : Affiche. <i>L'Apparition</i> (1972). Coll. Cinémathèque québécoise.	258
Figure 17 : Affiche. <i>Les aventures d'une jeune veuve</i> (1974). Coll. Cinémathèque québécoise.	258
Figure 18 : Bas de l'affiche de <i>Ya toujours moyen de moyenner!</i> (1973), Coll. Sacha Lebel.	259
Figure 19 : Joël Denis. Image du film. <i>Photo-journal</i> , 20 octobre 1965, p. 76.....	294
Figure 20 : Jacques Godin et Albert Millaire. Image du film. <i>Photo-journal</i> , 20 octobre 1965, p. 85.....	296
Figure 21 : <i>Jour et Nuit</i> , Août 1957, p. 1.....	310
Figure 22 : <i>Tabou</i> , Juillet 1957, p. 1.....	310
Figure 23 : Louise Turcot et Monique Mercure. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.....	312

Figure 24 : Gilles Latulippe et Monique Mercure. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.....	315
Figure 25 : Monique Mercure et Yvon Deschamps. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.....	320
Figure 26 : Jean Guilda, Céline Lomez et Gilles Latulippe. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.....	331
Figure 27 : Gilles Latulippe. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.....	337

REMERCIEMENTS

Ce projet n'aurait jamais pu voir le jour sans l'aide et l'appui de mon directeur de recherche Germain Lacasse. Sa patience, sa confiance et sa grande érudition furent grandement appréciées. Je tiens à le remercier infiniment. Merci à David Fortin et Julienne Boudreau de la Cinémathèque québécoise qui m'ont aidé à mener à bout plusieurs recherches. Merci à mon ami Pierre Lavoie; ses conseils furent d'une grande aide. Un merci tout spécial à Julie Laplante pour ses relectures et son appui pendant ces longues années. Finalement, merci à mes enfants. Je suis bien content que l'un d'entre vous ait décidé d'ouvrir ma thèse pour voir ce que j'y raconte. Si vous avez des questions, on s'en reparle au souper. Je vous aime.

Avant-propos

Un p'tit mot sur maman avant de se tenir après les oreilles à papa...

Ma mère a toujours été une ramasseuse. Dans la maison familiale, les boîtes s'empilaient et, tout jeune, je prenais un malin plaisir à y fouiller pour découvrir toute sorte d'objets du passé. Du même coup, je cherchais qui était ma mère et ce qu'elle avait été avant d'être ma mère. Je plongeais ainsi dans la culture qu'elle avait consommée dans son adolescence et sa vie de jeune adulte. Romans des éditions Harlequin, romans policiers, bandes dessinées européennes et *comic books* américains – traduit en français, bien sûr – formaient une partie du portrait culturel que je pouvais dresser d'elle. Chaque expédition dans ces vieilles boîtes me permettait de comprendre un peu mieux qui elle était et incidemment qui je pourrais être. Je me confectionnais aussi une vision du passé, bien sûr limité au départ, mais qui de découverte en découverte me permettait d'élargir ma vision de ce qu'avait été hier.

Au quotidien, comme bien des gens de milieu modeste, j'étais entouré de culture dite « populaire »¹. Aussi, j'avais un accès illimité à la télévision et ma mère avait pris l'habitude d'enregistrer sur VHS tous les films qu'elle appréciait qui pouvait circuler. Jeune, je me suis bâti une solide culture générale et j'ai développé un intérêt particulier pour le cinéma et les images en mouvement. Leur influence a toujours été très forte chez moi, par moment trop, selon mes parents. Le visionnement de *Rocky IV* (Stallone, 1985) s'est soldé par une semaine d'entraînement, à frapper dans des oreillers, pour devenir boxeur. Il en fut tout autant après

¹ Le terme « populaire » sera conservé entre guillemets pour marquer son caractère polysémique jusqu'au cours du chapitre I où il est clarifié. Pour l'instant, je l'utilise dans son sens le plus commun, c'est-à-dire « qui s'adresse à un large public ».

l'écoute du film *Karate Kid* (Avildsen, 1984), sans oublier, bien sûr, les nombreuses heures que moi, mes frères et mes amis avons passées à imiter les grands noms de la lutte professionnelle de l'époque. Aujourd'hui, je comprends bien que ma relation au cinéma et à la télévision était essentiellement corporelle et qu'elle l'est toujours. Une relation forte entre mon corps et celui à l'écran est au cœur des expériences cinématographiques que je préfère : comédies burlesques, comédies musicales, films d'horreur, films de samurai ou encore de superhéros.

C'est plus récemment que cette expérience est devenue matière à réflexion chez moi. Bien que son ancrage soit corporel, ses répercussions symboliques sont indéniables. Le sentiment de pouvoir surpasser les obstacles que la vie me présentait, malgré ma petite stature, est encore vif à ma mémoire. De ces expériences cinématographiques, j'allais chercher une motivation supplémentaire pour la pratique de certains sports, par exemple. Je m'identifiais aux personnes sous-estimées, celles qui allaient surmonter l'adversité et surprendre.

De plus, j'ai toujours eu besoin qu'on me perçoive au travers de la culture que je consomme, qu'on m'identifie à celle-ci, qu'elle devienne, en quelque sorte, une extension de mon être. C'est dans un processus de réutilisation et d'appropriation de mes objets culturels préférés que j'ai développé les liens interpersonnels qui ont consolidé mes amitiés les plus durables. La découverte de l'existence de la traduction québécoise du film *Slap Shot* (George Roy Hill, 1977) a mis en branle, dans ma petite communauté de joueur de hockey de 12 ans, un jeu singulier. Nous citons le plus souvent possible les répliques du film, vulgaires à souhait. Une question aussi simple que « Veux-tu quelque chose à boire? » enclenchait inévitablement cette réponse : « Toute sauf un ostie de *root beer!* ». La vulgarité des dialogues

constituait certainement l'un des attraits principaux du film, mais ce qui nous « parlait » vraiment était l'utilisation du langage vernaculaire québécois. De la manipulation de ces répliques salaces et déplacés dans notre quotidien, nous établissions des liens et cimentions une fraternité. Ce phénomène fut d'une grande importance dans mes rapports interpersonnels et est aujourd'hui à la source de mes réflexions sur la culture.

Un autre évènement eut une influence considérable sur ce projet de thèse, au-delà d'en avoir inspiré le titre. À l'âge de quinze ans, je découvris chez mes grands-parents maternels, caché parmi une centaine de microsillons, le « long-jeu » d'un spectacle d'Yvon Deschamps. De cette découverte, deux choses me fascinèrent. Ma première fascination, plus technique, concernait l'utilisation d'un tourne-disque. Le fait de devoir lui accorder mon attention pour changer le disque de côté ou bien simplement pour l'arrêter m'interpelait. Il s'agissait d'une expérience différente de ce que j'avais vécu jusqu'alors, qui demandait un investissement singulier. La seconde fascination était Deschamps lui-même : sa pure énergie comique (Deschamps pourrait me faire rire en récitant les ingrédients d'une recette de sucre à la crème), mais aussi son intérêt pour des sujets que je considérais comme plus lourd. C'était la première fois que j'entendais un humoriste pour qui le rire n'était pas une finalité. Deschamps terminait ses monologues par des chansons émotives ou cherchait à confronter le public. Dès la première écoute de cet album double (*Complet*, Kébec-Disc, 1977), j'étais convaincu de deux choses : Deschamps allait me suivre pour le restant de mes jours et la culture québécoise renfermait assurément encore bien des choses passionnantes à découvrir.

Ces quelques anecdotes servent à esquisser l'importance qu'a eue dans ma vie la culture « populaire » et expliquer l'apparition de mon intérêt pour le cinéma « populaire »

québécois. Mais vous êtes en droit de vous demander en quoi mon intérêt mérite une place dans l'amorce de la rédaction de cette thèse prétendument scientifique. Quelle est la pertinence de présenter ma personne? Un excès de narcissisme? Bien sûr que non. La raison de cette mise en scène et de la présence, assurément remarquée, de l'écriture à la première personne est autre. Au cours de la recherche préliminaire pour cette étude, j'ai développé la conviction qu'une compréhension adéquate d'une culture « populaire » ne peut être atteinte que si elle implique une certaine forme de participation de l'observateur. Cette position demande d'embrasser ces expériences personnelles et de faire preuve de transparence afin de mettre au jour ses forts possibles biais, qui sont, pour l'historien, pratiquement inévitables. Cette affirmation peut en confondre certains et elle ne restera pas sans explications. Cet enjeu est abordé dans l'introduction et reste une préoccupation importante tout au long de cette étude. Pour l'instant, il n'est question que de prendre position pour l'écriture d'une histoire décomplexée qui s'éloigne de quelques critères académiques plus ou moins adaptés à l'étude de la culture « populaire » – par exemple, la position classique de l'historien, distant et « objectif » –, car il s'agit au-delà de comprendre l'objet « populaire », d'*en comprendre l'expérience*. Il est fort rare qu'un objet de culture dite « populaire » offre une expérience de réception limitée à lui-même ou encore similaire d'un individu à l'autre. L'objet implique une multitude de ramifications et d'extensions afin de toucher les individus avant même sa réception principale, mais aussi afin de poursuivre sa réverbération symbolique dans la vie du participant qui l'aura accepté et intégré à son quotidien.

Introduction

Descente dans l'abîme d'un cinéma « grignoté par les mites² »

Cette étude a pour sujet un cinéma mal vu, mal compris et sciemment oublié. En fait, il s'agit de tout un pan de la cinématographie québécoise qu'on mit aux oubliettes en raison de ses aspects frivoles et de son esthétique jugée déficiente. C'est un cinéma lié au quotidien, aux attributs souvent grotesques et paradoxaux et pourvoyeur de plaisirs corporels et d'évasion, bref, un cinéma « populaire ».

Pourtant, cette cinématographie qui jonche la Révolution tranquille reflète sans contredit les désirs et préoccupations d'une partie de la population, malgré sa nonchalance stylistique. Ses caractères joviaux et simplistes ne lui apportent pas les bonnes grâces de l'intelligentsia du cinéma québécois qui la pourfendent au départ, pour ensuite la laisser pour morte. Mais pourquoi? Pourquoi cet acharnement et cette amnésie? Est-ce dû à sa simplicité, ou bien à ses penchants pour des sujets triviaux? Ou encore, est-ce la résultante de motivations plus profondes?

Néanmoins, certains de ces films font courir les foules vers les salles sombres, faisant enregistrer des sommets d'assistance pour l'époque, comme le rappelle Yves Lever : « Le cinéma américain fait vendre environ 80 % des sièges, le cinéma français entre 8 % et 10 %. Le cinéma québécois attire habituellement entre 3 % et 4 % du public, avec des pointes de 10 % en 1970-1972 [...] » (1995, p. 416). Plusieurs films de sexploitation tels que : *Valérie* (Denis Héroux, 1969), *L'Initiation* (Denis Héroux, 1970) et *Deux femmes en or* (Claude

² Mathieu, Monique. 1975. « Pour l'abrutissement du monde ». *Montréal-Matin* (Montréal), 27 mars, p. 68.

Fournier, 1970), brisent consécutivement les records du box-office et le succès est tel que plusieurs productions du même type sont mises sur le marché par une industrie naissante et avide d'une part du gâteau. Or, la production globale ne se résume pas simplement à ces réalisations affriolantes. De l'histoire cinématographique au Québec, les années 1969 à 1975 sont des plus fertiles sur le plan de la création de films de longs-métrages locaux, documentaires ou fictions (Houle et Julien 1978, p. 330-331). Et de cet enfantement fécond sont nées des œuvres au genre cinématographique divers tels que : le film policier, la exploitation, la comédie burlesque, la comédie musicale, le film d'horreur, le film pour enfant, le film historique ou bien le film d'action. Cette abondance et cette variété montrent l'expansion de l'industrie cinématographique québécoise et incarnent le souffle de nouveauté culturelle, sociale et politique qui caractérise la Révolution tranquille. Pourtant, vous avez sous les yeux ce qui s'avère être l'une des premières études spécifiques consacrées au cinéma « populaire » produit au Québec pendant cette période.

Bien sûr, ce cinéma singulier n'a pas été éradiqué complètement de l'histoire du cinéma québécois, mais rares sont ceux qui se sont efforcés de le remettre en question pour mieux comprendre sa place dans l'histoire de la société québécoise. L'historien du cinéma québécois, Yves Lever, consacre une dizaine de pages à ces « production[s] commerciale[s] » (1995, p. 305), mais l'exercice, fort louable, consiste essentiellement en l'énumération du nom des films, de leur réalisateur et de quelques-unes de leurs thématiques. Malheureusement, Lever porte une attention particulière à discréditer les films qu'il juge moins réussis : « Pour profiter de l'engouement suscité par les tout premiers films, plusieurs producteurs peu scrupuleux sortent rapidement des films bâclés et fort peu respectueux de l'intelligence du public [...] » (*ibid.*, p. 308). Bien sûr, il n'est pas le seul intervenant à disqualifier ces œuvres.

Le mémoire de maîtrise de Hubert Sabino (2010) regorge d'exemples où la critique de l'époque n'a pas été douce envers ce cinéma aux aspirations commerciales. Léo Bonneville, chez *Séquences*, est certainement l'un des plus acerbes : « C'est terrible! (...) Un film infect d'une stupidité stupéfiante. Inimaginable. Inutile de raconter l'histoire. Elle n'existe pas (...) C'est un véritable affront fait au spectateur de chez nous. Nous ne méritons pas cela. *Sensations*³, c'est du dégueulasse... à faire vomir » (1973, p. 17). Les critiques de *Cinéma Québec* sont tout aussi virulentes : Pierre Demers conclut que *Les corps célestes* (Gilles Carle, 1973) a « des allures de comédie américaine bâclée » (1973, p. 13) et que *Jos Carbone* (Hugues Tremblay, 1976) n'est qu'un « long [...] métrage [...] sur les modèles hollywoodiens (avec petites vedettes locales, grosse publicité ridicule, puissant mélodrame, et fausse représentation) » (1976, p. 41). Si Sabino présente déjà dans son étude de la critique cinématographique des quatre grandes revues⁴ des années 1960 et 1970 quelques discours réprobateurs⁵ que suscitent certains films « populaires », nous confirmerons que l'attitude d'une large part de l'intelligentsia du cinéma québécois a contribué à façonner un discours général où le film « populaire » est fortement discrédité.

Ce corpus a été érigé en « mauvais objet » qui ne peut être apprécié que par les détenteurs de ce que le sociologue de la culture Pierre Bourdieu qualifie de « goût barbare », en opposition au « goût pur » qui, de son côté, crée une « relation de distinction » : « Le regard pur implique une rupture avec l'attitude ordinaire à l'égard du monde qui est par là même une

³ Il s'agit du film *Sensations* de Robert Séguin, réalisé en 1973.

⁴ *Séquences* (1960-1978), *Cinéma Québec* (1971-1978), *Objectif* (1960-1967), et *Champ libre* (1971-1973).

⁵ Ce n'est, croyez-le, que la pointe de l'iceberg. J'explore plus amplement, au chapitre V, la question de la place du cinéma « populaire » de comédie dans le discours de la nouvelle intelligentsia du cinéma québécois au cours des années 1960 et 1970.

rupture sociale » ([1979] 2007, p. 32). Ce regard pur vient inévitablement fausser la perception que devrait avoir le chercheur face à ces objets qui sont, ne l'oublions pas, principalement destinés à un large public et non pas à un groupe restreint d'érudits. Un regard nouveau s'impose, un regard qui s'attarde au goût barbare qui : « [...] privilégie une implication émotionnelle directe, un plaisir sensuel et une priorité du "contenu" sur la "forme"⁶ [...] » (Gripsrud 1998, p. 542). Le goût pur implique souvent, entre autres, d'accorder une valeur première à l'esthétisme de l'objet et à la maîtrise technique du créateur – bien sûr ces critères sont différents de société en société et sont changeants selon les époques. Le goût barbare, lui, implique ce que rejettent les élites, ce qu'ils discréditent et considèrent comme médiocre. Or, les détenteurs du goût barbare sont investis de critères de goût différents et ne perçoivent pas ce qui caractérise « négativement », pour l'élite, l'objet qu'il consomme. Les goûts purs et barbares sont intimement liés. Ils varient au gré des changements de perception, qui sont, eux, la résultante des frictions des différentes strates sociales. Il faut donc ajuster nos lunettes d'universitaire pour cesser de regarder ces films en ce qu'ils sont pour nous et commencer à les voir en ce qu'ils peuvent être pour autrui.

État de la question et problématique

Les changements politiques et sociaux de la Révolution tranquille ont poussé, dans le monde du cinéma comme dans plusieurs autres domaines, les questions identitaires et nationales en avant-plan. Avec le « rejet de la matrice de la survivance » à partir des années 1940 (Bouchard 2000, p. 157), est aussi venu le rejet du paradigme « Canadien-français » remplacé, au courant des années 1960 et 1970, par celui de « Québécois ». Ainsi, la question nationale, dans l'historiographie de notre cinéma, est une interrogation

⁶ Ma traduction.

prépondérante, quoique quelque peu épineuse, sur laquelle plusieurs critiques (Yves Lever, Gilbert Maggi et Jean Pierre Lefebvre, entre autres⁷) et chercheurs (Marshall 2001; MacKenzie 2004; Poirier 2004a) se sont penchés afin de la mettre en lumière. Pourtant, rarement le cinéma populaire des années 1960 et 1970 fut l'objet d'un examen approfondi concernant sa « nature nationale ». En fait, deux attitudes différentes à son égard caractérisent l'intérêt – ou le désintérêt devrais-je écrire – que les intellectuels du cinéma lui ont accordé.

D'un côté, on l'élague du portrait global parce qu'il propage, semble-t-il, une vision déformée de la réalité québécoise. On lui reproche de véhiculer des stéréotypes qui vont à contresens de la nouvelle image que les Québécois veulent se donner d'eux-mêmes (Gauthier P. 2008-2009, p. 4). Yves Lever ira même jusqu'à qualifier *Valérie* de « film antiqubécois », en lui reprochant un esthétisme bâclé, une exploitation indue des attributs féminins et la mise de l'avant d'un « mythe bourgeois » à l'américaine entretenant l'aliénation et l'impérialisme culturel qui affligent le peuple québécois (1972b, p. 119-121). Pour d'autres, tel Gibert Maggi, c'est le mercantilisme assumé des productions de cette période qui nuit à ses chances de devenir un objet national : « [...] Denis Héroux et Danielle Ouimet et autres rejetons d'un cinéma apatride, [sont] seulement préoccupé[s] de s'assurer des débouchés commerciaux sur le marché international au détriment de l'identité nationale » (1970, p. 5). Jean Pierre Lefebvre, quant à lui, tente d'énumérer certains aspects du concept de cinéma national, mais rapidement, une impasse s'impose concernant les films populaires (1987, p. 84-96). Selon lui, un des éléments importants constituant un film national est « celui de la forme » (*ibid.*, p. 92). Cette forme doit être authentiquement québécoise et naître du milieu ambiant, ce qui écarte les « films qui ont une forme parfaitement étrangère, à l'européenne ou à l'américaine [...] »

⁷ Voir Sabino 2010, p. 111-116.

(*ibid.*). Plus loin, il affirme ceci : « On pourrait affirmer sans trop de crainte que le concept de cinéma national est relié directement à celui d’auteur [...] » (*ibid.*, p. 93). En sachant que Lefebvre, dans sa carrière de critique cinématographique, n’a jamais été tendre à l’égard du cinéma de Denis Héroux ou Claude Fournier, il serait assez surprenant qu’il les perçoive comme des auteurs. Cela voudrait-il dire qu’il est impossible pour un film « populaire », à la forme et au contenu disgracieux, d’être représentatif de la nation et de contribuer à son développement? Permettez-moi de ne pas être totalement convaincu.

Scott MacKenzie, dans son livre *Screening Québec : Québécois Moving Images, National Identity, and the Public Sphere* (2004), « [...] explores the history of Québécois cinema to address how 'Québécois identity' has been formed, reflected and perpetuated through key cinematic texts » (p. 4). Son travail présente une synthèse des discours sur les concepts de « cinéma national » et de « nation » ainsi qu’un portrait des origines du nationalisme québécois. De plus, il donne une importance considérable au rôle des communautés politiques et culturelles émergentes au tournant et au courant des années 1960 dans l’élaboration de « récits nationaux »⁸ québécois. Cela étant dit, il leur donne un peu trop d’importance. En fait, il prétend à une exploration de « l’identité québécoise », mais la limite à une version singulière de celle-ci : « [e]merging in the 1960s, a new, secularised, politicised version of Québécois identity was profoundly attached to neo-socialist models of culture and the critiques of colonialism which were coming to the centre of both academic and political

⁸ Je me permets de mettre au clair, dès maintenant, une idée importante. Si « récit national » signifie un récit de la nation proposé par un individu ou une communauté à d’autres membres de la société et que « vision nationale » signifie l’idée abstraite de la nation que possède un individu, par ailleurs « conscience nationale » sera utilisé pour désigner un amalgame des « visions et récits nationaux » possédant des points communs. Ainsi, on pourra parler d’une « conscience nationale » à l’échelle de tous les membres d’une société, mais aussi à l’échelle plus restreinte d’une communauté culturelle singulière par exemple.

writing in the West » (*ibid.*, p. 2). En résulte un portrait monolithique de cette identité dite « québécoise », qui transpire effectivement des productions « clés » de la nouvelle élite cinématographique de l'époque. Cependant, ce portrait nous aide peu à comprendre l'influence sur la population en général du cinéma local *dans son ensemble*. D'autant plus qu'il laisse complètement de côté, sans explication, les productions « populaires » de la période. Je ne peux qu'induire que l'auteur ne considère pas ces films comme de potentiels producteurs de « sphères publiques alternatives », des lieux de discussions qui permettent d'aborder des idées qui vont à contre-courant de celles de la culture hégémonique. Ont-ils moins d'influence sur « l'identité nationale » pour autant?

D'un autre côté, plusieurs commentateurs acceptent les « aspects nationalistes » du cinéma « populaire » sans les questionner et sans explication du rôle de ces films dans la culture nationale. Yves Lever, dans son *Histoire générale du cinéma au Québec*, concède la présence d'un « soupçon de nationalisme » dans les productions « populaires » de l'époque. Cet ingrédient fait partie de la recette de leur succès, si mélangé avec un « brin de violence et des scènes d'action “à l'américaine” », « quelques curés ou bonnes sœurs un peu ridicules » et, bien sûr, des « vedettes de la télévision dans des rôles inusités » (1995, p. 307-308). Lever met le doigt sur quelque chose, mais ne poursuit pas la réflexion. Comment les films « populaires » transmettent-ils ce nationalisme? Quelle est l'étendue de l'influence de ces œuvres dans la population? Aussi, réduire l'explication du fonctionnement du cinéma « populaire » à une recette imposée aux spectateurs ne semble pas bien révélateur de la réalité plus complexe des cultures « populaires ».

Une petite ouverture faite au concept de cinéma « populaire » national se retrouve chez Pierre Véronneau (1990). Pour lui, certains films s'inscrivent dans la culture nationale québécoise en « valorisant la communication, vers le public, de sentiments et de réalités collectifs » (*ibid.*, p. 5). Il ajoute ensuite : « On pourrait peut-être affirmer aussi que plusieurs films de Carle – dont *La vie heureuse de Léopold Z (sic)/1965* – et d'autres œuvres de divertissement pourraient faire partie de ce groupe en admettant qu'elles rendent présent un nous humoristique, caricatural, léger » (*ibid.*). Ici, on ouvre la porte, mais on ne traverse pas le seuil.

Plus récemment, Christian Poirier (2004a; 2004b) se penche sur la problématique de l'identité dans le cinéma québécois. Il consacre quelques pages à ce qu'il nomme : « les films populaires nationalistes » et définit principalement ce nationalisme par le désir constant des protagonistes à obtenir leur indépendance (2004a, p. 109-111). Poirier termine en faisant le constat que ces films sont dans une classe à part puisque « les personnages rencontrent des difficultés, puis ils parviennent, à travers une série d'actions, à gagner leur indépendance et à renforcer leur identité », offrant ainsi un récit identitaire optimiste. Le portrait des multiples récits identitaires qu'il brosse est très pertinent, par contre je crois que certains d'entre eux ont eu un impact plus grand que d'autres. En fait, il minimise l'impact réel des films « populaires » qui sont les productions les plus vues de l'époque et qui ont des ramifications qui transcendent le médium cinématographique. La place de ces objets dans la culture cinématographique et globale, ainsi que l'influence qu'ils ont sur la population, s'en voient réduites.

Pour sa part, Bill Marshall dans son ouvrage intitulé *Québec National Cinema* (2001) propose un chapitre titré *Popular Cinema* où il dresse un large survol de la production dite « populaire » au Québec entre 1960 et 2000. Une étude approfondie du concept de « culture populaire », ainsi qu'un corpus temporellement plus restreint, lui aurait permis de dresser un portrait plus rigoureux de la relation de ces œuvres avec les spectateurs. Il offre ainsi une étude historique classique qui n'explique que partiellement l'apport des œuvres « populaires » à la formation d'une « vision nationale » chez les spectateurs. De plus, pour nous les présenter, il déracine les objets « populaires » cinématographiques du réseau complexe de la culture « populaire », réduisant les interactions entre l'objet culturel et le « consommateur » à l'imposition, de la part du texte, de diverses thématiques chez un spectateur docile et crédule. Comme vous l'avez sans doute remarqué, la question de l'interprétation que le spectateur fait de l'objet culturel « populaire » est l'une de mes plus sévères critiques envers la littérature abordant le cinéma « populaire » québécois et cette thèse veut, entre autres choses, colmater cette brèche.

En peu de mots, les intellectuels ont couramment été rebutés par les thématiques et l'esthétique simple de ces objets « populaires », ce qui a eu pour effet un rejet du spectre « national », mais aussi la perpétuation d'une incompréhension de leur rôle dans le processus de création d'une vision nationale dans l'esprit du public. Étudier le cinéma « populaire » sous l'angle de la « culture nationale » me semble être un exercice pertinent afin, en premier lieu, d'explorer les raisons de l'ostracisme général envers les œuvres « populaires », en second lieu, de dresser un portrait historique adéquat de cette cinématographie négligée, et en dernier lieu, de remettre en question et de renouveler le concept de « cinéma national québécois ». Cette catégorie ne doit pas être constituée, selon moi, d'une sélection précise, constituée par des

érudits, de films dits « nationaux » – ce qui implique qu’une majorité des films produits localement seraient apatrides –, mais plutôt de l’ensemble de la production cinématographique, dont tous les objets⁹ peuvent être « nationaux » selon le bagage culturel et de la position sociale du spectateur. Cela étant dit, devant nous se dresse maintenant ce questionnement : comment aborder l’étude de ces objets vus comme mauvais par la critique et les chercheurs, et comment faire son histoire pour en comprendre l’influence dans l’évolution du cinéma au Québec et son influence dans la communauté?

Hypothèse

Bien qu’il soit clair que les films « populaires » ne propagent pas un portrait de la nation québécoise en concordance avec les récits nationaux défendus et promus par l’intelligentsia du cinéma, se pourrait-il que ces œuvres aient fait la promotion de récits différents, mais tout aussi nationaux? Je crois que l’absence des films « populaires » et l’incompréhension dont ils sont victime dans l’historiographie du cinéma québécois sont non seulement les conséquences d’une esthétique et de thématiques qui s’éloignent des canons défendus par les érudits, mais aussi de la discordance des visions sociales et nationales entre les élites et la population. Le reflet de société propagé par le cinéma « populaire » ne plaisait de toute évidence pas à une nouvelle élite politique de gauche qui voyait plutôt le cinéma comme un outil d’éducation, de progrès, voire de révolution sociale. Lucille Guilbert, dans une étude sur la tradition des contes « populaires » dans la culture québécoise, soulève l’importance de considérer deux aspects d’une culture globale :

⁹ J’écris ici le mot « objet » et non pas « film », car je crois qu’il ne faut pas limiter notre regard au film lui-même, mais ouvrir notre étude à tout objet participant à l’expérience d’un film. J’élabore cette idée en détail un peu plus bas et la met en pratique aux chapitres IV, VI, VII et VIII.

[...] d'une part, la construction savante comme représentation élitiste d'un peuple, avec la fabrication inévitable d'icônes et d'emblèmes patriotiques et nationalistes; d'autre part, la trame culturelle elle-même, tissée par tous les acteurs sociaux au jour le jour, sur un canevas coulé dans la longue durée, dans les relations interpersonnelles et à la faveur des enjeux sans cesse réajustés (Guilbert 1993, p. 145).

« La construction savante » et son antithèse « la trame culturelle elle-même » sont à la base de l'incompréhension historique du cinéma « populaire » québécois de la Révolution tranquille. Culture savante et culture « populaire » cinématographique se sont frottées l'une à l'autre dans un contexte singulier, la première ayant pour alliée une nouvelle communauté d'intellectuels désireuse de remplacer la vieille garde cléricale, la seconde, une population entière avide de progrès sociaux et de modernisation technique¹⁰. Il s'agit, selon moi, d'un problème de « communautés d'allégeance », telles que les décrit Fernand Dumont ([1993] 1996). Le terme communauté doit être compris en son sens commun en sociologie, qui implique l'agrégat de deux membres ou plus qui partagent un espace et une relation sociale. Dans le cas présent, l'espace partagé est le territoire du Québec, mais ce sont leurs relations sociales qui diffèrent puisque chacune des communautés s'agglomère autour d'idées, d'objets et de pratiques culturelles différentes. Ce concept s'intègre dans une notion plus large qui est celle de « société culturelle » que Pascal Ory définit ainsi : « La société culturelle réunira donc en son sein les activités, et les acteurs, de la production et de la médiation des objets culturels, mais elle devra faire sa place à la réception desdits objets qui est, elle aussi, une activité, nullement réduite au rôle passif de réceptacle à représentation » ([2004] 2015, p. 73). Tout individu, à partir de la réception et de l'intégration d'un objet culturel dans son quotidien, peut développer des liens avec d'autres membres de la société ayant eux aussi intégré l'objet dans

¹⁰ Les relations entre ces communautés cinématographiques (Clergé catholique, Nouvelle élite intellectuelle et communauté vernaculaire moderne) sont décrites dans une section ultérieure.

leur vie et de cette façon s’imaginer comme membres d’une même communauté culturelle¹¹. L’acceptation et la négation de divers objets culturels permettent à chaque individu d’intégrer une communauté particulière. Tous les objets culturels ont la possibilité d’être le reflet symbolique d’un « récit national » et chacun des individus d’une société possède une vision nationale singulière, simple ou complexe – il s’agit d’une perception imaginaire de ce qu’est ou n’est pas la nation à laquelle il appartient –, ainsi lorsque le récit proposé ne concorde pas avec la vision de l’individu, l’objet ne contribue pas au façonnage de sa vision nationale (constitution positive), mais aide tout de même à la définir par ce qu’elle n’est pas (constitution négative). Selon la complexité du récit proposé, l’instance de réception a la capacité de sélectionner les éléments du discours qu’elle trouve les plus pertinents et d’accorder moins d’importance (voire mettre de côté) à ceux auxquels elle ne trouve que peu de sens positif.

Approcher le cinéma « populaire » québécois de la Révolution tranquille sous l’angle d’une multiplicité de communautés culturelles aux visions nationales divergentes me permettra de mettre en lumière le caractère distinct des discours que ces regroupements proposent à la population, mais aussi les frictions et oppositions qu’ils impliquent. Il apparaît certain que le cinéma « populaire » contribue à l’épanouissement et l’émergence d’une communauté culturelle de type vernaculaire et « québécoise ». Le Québec subit, au milieu du 20e siècle, une réorganisation de ses plaques tectoniques sociopolitiques qui mène à une complexification des rapports de force entre les différents groupes sociaux et culturels. Dans le monde du cinéma, ces changements se traduisent par des affrontements idéologiques entre le

¹¹ Ici, « communauté culturelle » ne doit pas être entendue dans le sens commun du terme qui désigne plutôt les minorités ethniques et culturelles d’une société.

clergé (plus conservateur) et une jeunesse intellectuelle (plus progressive) désireuse de s'établir en tant que nouvelle élite cinématographique¹². Ce combat de coqs est fait au détriment du cinéma « populaire », dans un désir évident de « distinction » au sens où Pierre Bourdieu l'entend :

La négation de la jouissance inférieure, grossière, vulgaire, vénale, servile, en un mot naturelle, qui constitue comme tel le sacré culturel, enferme l'affirmation de la supériorité de ceux qui savent se satisfaire des plaisirs sublimés, raffinés, désintéressés, gratuits, distingués, à jamais interdits aux simples profanes. C'est ce qui fait que l'art et la consommation artistique sont prédisposés à remplir, qu'on le veuille ou non, qu'on le sache ou non, une fonction sociale de légitimation des différences sociales ([1979] 2007, p. VIII).

Si la « négation de la jouissance inférieure » est pour les élites culturelles dominantes une façon de se distinguer et de se constituer en tant que groupe, son acceptation doit aussi être considérée comme un acte de distinction¹³. Par conséquent, j'ai pour but de démontrer que les plaisirs produits par le cinéma « populaire » québécois de la Révolution tranquille peuvent jouer le rôle de liant social qui aide la mise en place d'une communauté culturelle singulière que j'appelle « vernaculaire moderne québécoise¹⁴ ». De canadienne-française, elle évolua en québécoise, animée par le cinéma et les autres médias de masse de l'époque qui permettent à une majorité d'individus de s'imaginer comme faisant partie d'une même nation, nouvelle et singulière. Mais de quelle manière et selon quel stratagème le cinéma « populaire » contribue-t-il à la formation d'un récit national distinct? Mon hypothèse est qu'il participe à la consolidation d'une « culture fondatrice » au sens où Gérard Bouchard l'entend (2000,

¹² Sans en faire une étude exhaustive, Hubert Sabino présente plusieurs divergences d'opinion de ces communautés culturelles à travers son étude de la critique cinématographique de l'époque. Voir : Sabino 2010.

¹³ Je reviendrai, au chapitre II, sur cette nuance concernant le concept de distinction chez Bourdieu.

¹⁴ Chacun des termes de cette expression est défini dans la première partie de cette thèse.

p. 373). Celle-ci, grâce à l'usage de diverses « stratégies de décrochage », permet un affranchissement des cultures métropolitaines d'outre-Atlantique (française et catholique romaine), mais aussi une différenciation face aux cultures néo-métropolitaines¹⁵ (américaine et britannique).

Méthodologie

Amorçons cette section avec les problématiques engendrées par la position du chercheur et de l'académicien en regard des cultures « populaires ». Comment un chercheur, qui traditionnellement se doit d'user de détachement et d'objectivité envers son objet d'étude, peut-il faire état des mécaniques de la culture « populaire » qui, elle, pour exister, requiert un engagement de l'instance de réception? Une dichotomie méthodologique importante se dresse devant nous : garder une distance et risquer de ne pas cerner convenablement les subtilités de notre sujet d'étude ou bien l'embrasser pleinement et risquer le jugement de valeur et l'implication émotionnelle qui pourrait travestir la réalité. Jenkins, McPherson et Shattuc (2002, p. 6) offrent une piste de réponse en soulevant que l'*immediacy*¹⁶ est l'un des traits principaux du « populaire ». Ils y vont de cette réflexion :

If "immediacy" is what, according to Pierre Bourdieu, distinguishes the popular from the bourgeois aesthetic, then we should be suspicious of attempts to write about popular culture from a distance. Writing about popular culture requires new epistemologies and new modes of expression that preserve rather than ignore this "immediacy"(*ibid.*, p. 6).

¹⁵ Cette idée est approfondit au chapitre III.

¹⁶ « Perhaps too broad a term, immediacy shorthands several interrelated concepts, such as intensification (the exaggeration of everyday emotions to provoke strong feelings or a release from normal perception), identification (strong attachments to fictional characters or celebrities), and intimacy (the embedding of popular culture into fabric of our daily lives, into the ways we think about ourselves and the world around us) » (Jenkins *et al.* 2002, p. 6).

Je crois, à l'exemple de Jenkins et ses collègues, qu'une proximité et une certaine implication du chercheur sont nécessaires pour rendre un portrait fidèle des tenants et aboutissants de la pratique des cultures « populaires ». Ainsi, une approche du cinéma légèrement indisciplinée est privilégiée pour aborder une culture cinématographique indisciplinée (Lacasse *et al.* 2012). Jenkins et ses collègues défendent aussi une telle position et écrivent : « [we] are interested in the everyday, the intimate, the immediate; we reject the monumentalism of canon formation and the distant authority of traditional academic writing » (2002, p. 3). Je propose donc de confectionner une histoire culturelle du cinéma « populaire » qui prendra en compte autant les relations quotidiennes aux films à travers les journaux, la télévision, la radio, etc., que la relation entre l'objet filmique et le spectateur contextualisé, et corollairement laisser de côté quelque peu la classique analyse cinématographique immanentiste, souvent tournée vers des préoccupations esthétiques. Mon bagage d'amateur de cultures « populaires » et ma compréhension de la complicité émotive et sensorielle que suscitent les plaisirs « populaires » deviendront des atouts importants qui devront être utilisés avec parcimonie, et par moment avec réserve, pour ne pas créer de distorsion entre l'impact réel de l'objet et ma compréhension de celui-ci. C'est pourquoi le cadre théorique mis de l'avant est aussi fondé sur les *cultural studies* qui ont développé des outils qui réduisent la distance entre le chercheur et le consommateur ordinaire sans qu'ils entrent fortement en conflit.

Le problème de positionnement ne s'arrête pas ici. En plus de la distance intellectuelle entre étude savante et culture populaire, la distance historique entre le chercheur et son corpus invite un regard a priori différent. La perception d'une œuvre peut être teintée par le bagage social, culturel, politique, etc., de l'observateur non contemporain. Il est donc nécessaire de

retracer et de présenter le contexte du développement d'une communauté en traçant les grandes lignes sur plusieurs décennies, afin d'atténuer la distance historique du chercheur et de comprendre l'origine des intérêts culturels de cette communauté. Une importante contextualisation politique, sociale et culturelle sera donc recherchée afin de peindre le portrait le plus fidèle possible des interrelations entre le public et les objets culturels « populaires », car : « This understanding of context – the realization that the meaning of texts or practices exists only in relation to complex social and cultural forces – supersedes an attachment to one rigid, global theory » (Jenkins *et al.* 2002, p. 18).

À première vue, une étude centrée sur le « populaire » pourrait appeler à une approche sociologique dure où la collecte de données auprès de sujets serait au cœur de l'étude. Cela étant dit, cette voie ne sera pas empruntée. Il y a autant d'interprétations possibles d'un film qu'il y a d'individu qui le voient et ce type d'approche aurait laissé trop d'espace aux failles de la mémoire collective. La distance historique empêche ici le cas par cas. Il ne s'agit pas de dresser le portrait précis des relations d'une instance de réception avec la culture « populaire » qui constitue sa sphère culturelle, mais plutôt de peindre le tableau des multiples possibilités de liens entre le texte, le paratexte, le métatexte et les individus d'une société donnée. Une personne ayant achetée une copie de l'hebdomadaire ludique *Photo-Journal* présentant en première page une image de Dominique Michel sur le plateau de *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* (Bissonnette, 1971) peut, en théorie, créer un lien d'appartenance à une communauté culturelle à travers ce film « québécois », même s'il ne l'a pas vu. Comment? Grâce à son appréciation de Dominique Michel qu'il considère comme un symbole comique de la nation. Bref, il s'agit de tenir compte des nombreuses possibilités d'interprétation pour ensuite synthétiser le tout adéquatement. La culture « populaire » est constituée d'un ensemble

de réseaux complexes, reliés à la manière d'une gigantesque toile d'araignée asymétrique. Chacun des constituants – c'est-à-dire : cinéma, télévision, radio, journaux, roman-feuilleton, parc d'attractions, etc. – de cet ensemble énorme – il s'agit ici de la culture de masse au Québec de la fin du 19^e siècle jusqu'aux années 1980 – est en lien constant en s'influençant ou se répercutant les uns à travers les autres. Ainsi, pour bien comprendre l'étendue de l'ascendant d'un élément particulier, il faut comprendre ses origines et son rayonnement dans le vaste champ des cultures de masse¹⁷.

L'approche méthodologique privilégiée comporte deux principaux axes de navigation. Le premier, plus global, consiste en une démarche de type culturaliste. Le principal attrait de l'histoire culturelle est son relativisme, approche importante pour quiconque voudrait s'affairer à dresser le portrait rigoureux et sans préjugé de la culture « populaire ». L'histoire culturelle s'éloigne des histoires plus classiques de l'art, des sciences et des idées qui s'articulent bien souvent autour de jugements de valeur inconscients et « [...] des catégories du Beau (histoire de l'art) du Vrai (histoire des sciences) et du Bien (histoire sociale [...]) [...] » (Ory [2004] 2015, p. 13), trois critères plutôt rares dans les descriptions des cultures « populaires ». Pour Pascal Ory, ces histoires classiques « [...] rest[e]nt attachées au privilège de la singularité sur l'ordinaire, de l'analyse sur la synthèse [...] » (*ibid.*). Ainsi, et c'est le second intérêt : « [l'] histoire culturelle se distingue [...] de ces histoires-là par sa préoccupation environnementaliste » (*ibid.*). Redonner une juste place au cinéma « populaire » dans notre historiographie et l'observer dans son ensemble (texte, paratexte, métatexte) est l'un des objectifs de cette étude. Cette approche rend possible une description détaillée des

¹⁷ Les expressions « culture populaire » et « culture de masse » sont souvent utilisées comme synonyme, ce ne sera pas le cas dans cette étude. Les différences sémantiques des deux expressions sont abordées au chapitre I.

relations du spectateur avec le cinéma « populaire », relations beaucoup plus complexes et multiples qu'elles ne paraissent. Par moment, mieux comprendre ce cinéma « populaire » voudra dire de faire un pas vers l'arrière pour mieux observer ce qui l'entoure.

L'histoire culturelle, pour Ory, « [...] sera toujours, en dernière analyse, une histoire de la circulation, de la mise en relation » (*ibid.*, p. 15). De la sorte, cette étude favorise une structure analytique qui met de l'avant la « trifonctionnalité » de la culture en société : « production, médiation, réception » (*ibid.*, p. 73). En abordant ces trois aspects, je m'assure d'un survol complet du cheminement de la culture dans la communauté culturelle. L'aspect « production » sera essentiellement constitué d'une mise en contexte politique, sociale, culturelle et industrielle de la société et du secteur cinématographique au Québec. Pour exposer l'aspect « médiation », il sera important de brosser un tableau historique intermédiatique entre le cinéma et les autres médias populaires en territoire québécois. Souvent, la culture de masse se consomme à travers une multitude d'objets et de pratiques. Par exemple, *Star Trek* ne se résume pas qu'à la série télévisée originale, mais peut être apprécié à travers plusieurs itérations : séries télévisées subséquentes, films, bandes dessinées, figurines, jeux vidéo, congrès d'amateurs, etc. Cette propension à une reproduction à l'intérieur d'un média donné et dans d'autres médias fait incliner cette étude vers l'intermédialité où : « [l']idée de "spécificité" [de l'œuvre] est remplacée par la considération de l'"inter" et de l'"entre" afin de mettre au jour des processus complexes, ainsi que leurs milieux sociohistoriques afférents » (Froger et Müller 2007, p. 7). Ce portrait large des films du corpus permet l'étude de l'aspect « réception » qui implique de cerner adéquatement l'influence de la culture « populaire » globale dans la population et de mettre de l'avant les diverses possibilités d'accession aux plaisirs « populaires » proposés. De plus, je montrerai que les « stratégies de

décrochage » présentes dans les œuvres à l'étude, stratégies nécessaires à la constitution d'une « culture fondatrice », sont arrimées aux plaisirs « populaires ». Cette approche permettra d'éclairer le processus de constitution de liens sociaux contribuant à l'élaboration d'une communauté culturelle vernaculaire moderne québécoise, une communauté investie d'une conscience nationale singulière.

Corpus

Pour cerner adéquatement le corpus qui est à l'étude, il faut premièrement le délimiter dans le temps. L'époque qui nous intéresse est celle de la Révolution tranquille, identifiée historiquement du début des années 1960 avec l'arrivée au pouvoir du gouvernement Libéral de Jean Lesage jusqu'à la victoire du « Non » au référendum sur la souveraineté du Québec en 1980. Il s'agit de l'échelle temporelle large de cette période. L'échelle temporelle restreinte serait de 1960 à 1966, c'est-à-dire les années où le gouvernement Lesage effectua la majorité de ses réformes importantes (Linteau *et al.* 1989b, p. 421). Ces changements politiques apportent ce qui est généralement perçu comme un souffle de nouveauté sociale et culturelle, qui dans le monde du cinéma est soutenu par une jeune génération de créateurs qui veulent s'éloigner de la production antérieure. Deux évènements de l'histoire du cinéma au Québec aident à baliser le corpus exploré. Le premier est le renouveau du cinéma de fiction de long-métrage au début des années 1960, qui marque un changement symbolique important après les productions des années 1940-1950 créées dans un contexte où l'influence de l'Église catholique sur la société est encore majeure. Comparativement à leurs prédécesseurs qui mettaient en image, bien souvent, un Québec rural et traditionnel, les nouvelles productions présentent généralement des histoires ancrées dans des milieux urbains et modernes. Cette balise, assez conventionnelle, fut utilisée par plus d'un historien du cinéma québécois pour

cerner les objets cinématographiques abordés. Cependant – là est la nouveauté –, elle sera amplement dépassée lors de la contextualisation culturelle de la seconde partie de cette thèse. Le second évènement qui, lui, délimite la fin du corpus, est la modification du modèle de financement des films par la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC) à la fin des années 1970. En 1976-1977, au moment où le gouvernement québécois décide de créer son propre organisme de financement (L'institut québécois du cinéma – IQC), la SDICC adopte le modèle économique du « libre marché », ce qui engendre une baisse de la production destinée à un public local en faveur de productions destinées aux marchés internationaux (Poirier 2004b, p. 188-201). C'est lors de cette période d'un peu moins de vingt années que la population québécoise assiste à la mise en place d'une industrie cinématographique soutenue par différents organismes subventionnaires étatiques, ainsi qu'à l'apparition d'une conscience nationale « québécoise ».

Délimiter l'objet « cinéma populaire » est un peu plus complexe et j'aborderai cette question dans les deux premiers chapitres. Pour l'instant, les balises de ce terme peuvent être résumées comme suit. L'historiographie du cinéma européen moderne s'est construite en accordant une place importante au principe « d'auteur ». Cette position¹⁸ influença particulièrement l'écriture de l'histoire du cinéma québécois. Dans le cas du cinéma « populaire », le statut d'auteur du réalisateur est de moindre importance, dans la mesure où il n'est que rarement un critère de sélection pour le spectateur. Par conséquent, l'histoire du cinéma « populaire » québécois proposé ici laisse de côté certains auteurs reconnus et déjà amplement étudiés tels que Denys Arcand, Gilles Carle, Claude Jutra, André Forcier ou Michel Brault. Bien que leurs œuvres obtiennent du succès auprès de la critique et du public,

¹⁸ Elle sera plus amplement explicitée au chapitre II.

cette étude favorise plutôt des cinéastes marginalisés par les histoires classiques du cinéma québécois, afin de dresser un portrait historique représentatif des goûts cinématographiques, non pas des érudits, mais du public commun de l'époque. Pour la présélection du corpus, ce conseil du théoricien John Fiske fut accepté :

One starting point for the popular analyst, then, is to investigate what traditional critics ignore or denigrate in popular texts, and to concentrate on those texts that have either escaped critical attention altogether or have been noticed only to be denigrated. The combination of widespread consumption with widespread critical disapproval is a fairly certain sign that a cultural commodity or practice is popular (1989a, p.106).

Bien que ce conseil soit judicieux, faire état de l'ensemble de la production et de l'expérience du cinéma « populaire » de l'époque répondant à cette idée aurait été un travail bien trop ambitieux. Un corpus représentatif de l'ensemble de la production a donc été sélectionné. Le premier critère de sélection est lié à l'irruption simultanée de multiples genres – comédie musicale, sexploitation, film d'action, *thriller*, film d'horreur, comédie, etc. – dans la production cinématographique locale. En fait, le sceau d'identification « populaire » que plusieurs œuvres de cette époque reçoivent provient en première instance de la réappropriation de certaines formations génériques étrangères reconnaissables par le public et les spécialistes¹⁹. La comédie et la sexploitation sont les genres dont la présence dans le paysage cinématographique est prédominante. Elles sont aussi les formations génériques qui remportent le plus de succès et qui incidemment ont les plus grandes possibilités d'influence et de répercussion. Toutefois, nous verrons que le caractère « populaire » d'un objet ne se retrouve pas dans le succès qu'il obtient auprès du public, mais que ce critère doit plutôt être considéré comme un indicateur de la possibilité d'intégration dans la vie quotidienne du

¹⁹ J'explore cette idée en détail au chapitre II.

spectateur. Pour cette raison, l'accent est autant mis sur des films qui remportèrent du succès que ceux qui obtinrent une attention plus mitigée. Dès lors, entre ses deux genres, la comédie possède un avantage non négligeable. À l'époque, on retrouve les films de comédie sous diverses étiquettes : comédies musicales, comédies sexuelles et comédies classiques. En choisissant le genre de la comédie, je peux faire état de trois différents aspects de la culture « populaire » de l'époque de manière cohérente.

Une part des comédies « populaires » produite au Québec se trouve sous la forme de coproductions avec la France ou encore de productions anglophones. Ces deux catégories sont laissées de côté puisqu'il s'agit d'une étude qui fera état de la présence d'un type de nationalisme singulier, un nationalisme sociopolitique. Je ne défends pas au cours de cette étude l'existence d'un nationalisme très différent de celui-là; au contraire, les visions nationales promues, défendues, ou vécues par les différentes communautés culturelles s'inscrivent toutes dans ce type de nationalisme. Cette étude se penche plutôt sur les variations conflictuelles des visions nationales à l'intérieur d'un même nationalisme. Le nationalisme sociopolitique, proposé par Michel Seymour, pallie les problèmes des conceptions ethnique et civique de la nation face à la situation du Québec. Dans sa vision, c'est l'angle sociopolitique qui prime; en fait, ce sont les relations sociales, culturelles et politiques qui sont prises en compte :

La nation sociopolitique est une sorte de communauté politique, qui a des traits sociologiques précis. Elle est d'abord et avant tout composée d'une majorité nationale mais aussi, très souvent, de minorités nationales et d'individus ayant différentes origines nationales. Enfin, la population au sein de cette communauté politique doit aussi se concevoir comme étant constituée de cette façon. Cette conception est sociopolitique puisqu'elle fait intervenir à la fois des considérations relatives à l'existence d'une communauté politique et des

considérations concernant la composition sociologique du groupe. Les deux concepts-clé sont ceux de majorité nationale et de communauté politique. Puisque le premier concept est sociologique et que l'autre est politique, je dis que cette conception est sociopolitique (Seymour 1998).

Seymour précise ailleurs : « Il faut qu'elle constitue dans le monde entier le plus important échantillon d'une communauté linguistique partageant la même histoire et la même culture » (Seymour 1999, p. 100). Les critères linguistiques et culturels sont donc primordiaux dans la sélection d'un corpus cinématographique ayant un rôle de premier plan dans l'élaboration d'une conscience nationale. Dès lors, les coproductions dont l'intrigue et les thèmes centraux sont fondés principalement sur la culture française ont été mises de côté²⁰, puisque leur impact sur le développement d'une conscience nationale « québécoise » est limité²¹. Les productions anglophones ont, elles aussi, été écartées puisqu'elles mettent en scène, majoritairement, des acteurs anglophones et qu'elles sont présentées en doublage français ce qui implique une provenance « étrangère » dans l'esprit du public francophone.

J'ai recours tout au long de l'étude à deux échantillons de taille différente, l'un large et l'autre restreint. Les sections de cette thèse dédiées au portrait historique prennent en compte un plus grand nombre d'objets (quatorze), afin de bien comprendre les mouvements et la circulation de cette culture. Les études de cas font appel à un nombre plus restreint d'objets (trois) qui jouent le rôle de représentant de certaines « tendances » des comédies cinématographiques. Le corpus large est abordé le plus chronologiquement possible afin de dessiner un portrait temporel cohérent du cinéma « populaire » québécois de la période. Voici

²⁰ La seule exception est la coproduction *J'ai mon voyage!* de Denis Héroux. Réalisé par un québécois et mettant en vedette Dominique Michel (l'une des plus grandes vedettes du Québec), le film aborde un problème social local, c'est-à-dire les tensions linguistiques entre francophones et anglophones.

²¹ Par contre, cet impact n'est pas inexistant dans la mesure où une vision nationale se constitue aussi par l'expérience de l'altérité.

en ordre les quatorze films retenus qui représentent l'essentiel des comédies produites, moins les restrictions précédemment présentées : *Pas de vacances pour les idoles* (Denis Héroux, 1965), *Deux femmes en or* (Claude Fournier, 1970), *Après-ski* (Roger Cardinal, 1971), *Les chats bottés* (Claude Fournier, 1971), *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, *L'Apparition* (Roger Cardinal, 1972), *Le p'tit vient vite* (Louis-George Carrier, 1972), *J'ai mon voyage!* (Denis Héroux, 1973), *Y a toujours moyen de moyenner!* (Denis Héroux, 1973), *Les deux pieds dans la même bottine* (Pierre Rose, 1974), *La pomme, la queue... et les pépins!* (Claude Fournier, 1974) *Les aventures d'une jeune veuve* (Roger Fournier, 1974), *Pousse mais pousse égal* (Denis Héroux, 1975) et *Tout feu, tout femme* (Gilles Richer, 1975).

Les études de cas offrent des analyses approfondies de trois œuvres du corpus élargi qui ont été choisies pour deux raisons. La première est leur positionnement temporel (1965, 1970 et 1975) qui permet d'explorer une période qui révèle les transformations majeures de la culture « populaire » lors des deux décennies. La seconde raison est que chacune d'elles dévoile l'implication d'un élément de la culture « populaire » environnante. Le film *Pas de vacances pour les idoles* éclaire deux facettes du paysage culturel. D'abord, il marque l'avènement d'un cinéma commercial qui utilise une approche marketing peu présente dans les productions locales jusqu'alors; ensuite, il exploite un élément de premier plan de la culture « populaire » chez les jeunes de l'époque : le style musical yé-yé. *Deux femmes en or*, pour sa part, est le représentant du groupe d'œuvres qui exploitent l'humour et la sexualité, autre composante de premier ordre. Finalement, la vogue des comédies dites « légères » est représentée par *Pousse mais pousse égal* qui me permet d'explorer un élément majeur de la culture « populaire » au Québec : la télévision.

Structure de la thèse et résultats

Cette thèse se divise en quatre grandes parties, exposées en onze chapitres. La première partie sert essentiellement à me situer face aux concepts cruciaux qui composent cette étude. « Culture populaire » (Chapitre I), « cinéma populaire » (Chapitre II) et « nation » (Chapitre III) sont examinés afin de clarifier les flous conceptuels et de définir mon positionnement général. Il est important de présenter une approche théorique singulière et nuancée de la culture « populaire », afin de mettre de côté certaines présuppositions, par exemple que les œuvres qualifiées de « populaire » sont celles qui remportent le plus de succès. Le caractère « populaire » se distingue plutôt par la manière dont l'instance de réception interagit avec l'objet ou la pratique, mais aussi par l'acceptation de l'objet ou de la pratique dans sa vie quotidienne. Je jette, dans les deux premiers chapitres, de la lumière sur le fonctionnement général des cultures « populaires » et sur l'importance des plaisirs qu'elles offrent. Le tout vise à mieux comprendre leur processus et leurs répercussions en territoire québécois. En plus d'un historique du concept de « nation », je présente au chapitre III le modèle d'analyse inspiré par les travaux de Gérard Bouchard sur les nations et cultures du Nouveau Monde (2000). Ce sont les procédés discursifs de rupture (ou stratégies de décrochage) avec les cultures métropolitaines, présents dans les cultures du Nouveau Monde et servant à l'élaboration d'une « culture fondatrice » sur un nouveau territoire, qui m'intéressent. Leur présence dans la culture « populaire » au Québec est explorée tout au long des deuxième, troisième et quatrième parties.

La seconde partie s'amorce avec le chapitre IV qui nous plonge dans une vaste esquisse de l'avènement de la modernisation culturelle au Québec – de la fin du 19^e siècle jusqu'au milieu du 20^e siècle – et de la prolifération des médias de masse, diffuseurs

inlassables des divertissements « populaires ». Ce large portrait est présenté afin de montrer qu'une culture tournée vers la modernité technologique implique une expérience moderne de la vie quotidienne qui, inévitablement, remet en question les structures traditionnelles d'une société. Ce phénomène contribue à façonner et entretenir une distance entre culture savante et culture « populaire », et laisse voir l'émergence d'une culture fondatrice tournée vers l'Amérique. Dans les histoires du cinéma au Québec, l'expression « Révolution tranquille » est souvent utilisée sous son sens « refroidi »²², c'est-à-dire comme une période de rupture importante face à la « Grande noirceur ». Par contre, chez les spécialistes persiste un débat entre « rupture » et « continuité » (Dickson 2009). Pour leur part, les chapitres IV et VI veulent réchauffer quelque peu cette période refroidie en défendant l'idée d'une continuité plus importante qu'il n'y paraît dans la sphère de la culture industrielle destinée à la masse.

Cela étant dit, le chapitre V fait principalement l'examen des écrits et discours concernant le cinéma de comédie québécois des années 1960 et 1970 afin de mettre en lumière les conflits entre communautés culturelles et le rejet subséquent de ce cinéma « populaire » de la trame historique nationale. De cet ostracisme découle un discrédit profond de la valeur historique des expériences cinématographiques « populaires ». Cette thèse permet de replacer ce corpus de manière adéquate dans une historiographie qui a tenté jusqu'à maintenant de le garder dans l'ombre.

²² Nicolas Offenstadt présente les « périodes refroidies » de cette façon : « Les périodes “toutes faites” ou “refroidies” sont des héritages délicats. D'une part, elles forment un carcan, parfois trop rigide, mal adapté, voire orienté selon des conceptions dépassées. En même temps, il convient de garder un langage commun d'une génération à l'autre pour que les travaux restent compréhensibles et transmissibles » (2011, p. 18).

La troisième partie intitulée « Bon... mais aller aux vues qu'ossa donne » fait l'histoire culturelle du cinéma « populaire » de comédie de la Révolution tranquille en étudiant les trois facettes annoncées plus haut : la production, la médiation et la réception. Les chapitres VI, VII et VIII abordent le corpus large du cinéma de comédie en prenant soin de souligner ses liens avec la culture qui le précède et qui l'entoure. Les nombreuses ramifications qu'impliquent ces films dans le paysage culturel d'ensemble sont explorées. La dernière partie est elle aussi constituée de trois chapitres (IX, X, XI) qui se penchent sur les possibles interprétations de trois œuvres différentes, à la lumière de l'abondante culture « populaire » dans laquelle la population baigne.

Finalement, cette étude permettra une exploration des liens étroits entre les raisons de l'acceptation d'un objet « populaire » dans le quotidien d'une personne et les facteurs de la formation d'une vision nationale chez ce même individu. Bref, je désire montrer que ce n'est pas seulement le texte filmique qui contribue à la constitution d'une vision nationale, mais également son rayonnement à travers les autres médias, par l'interaction entre l'objet culturel et le spectateur. Il faut bien comprendre que cette étude ne s'attarde pas uniquement et spécifiquement à l'analyse des objets cinématographiques, mais est plutôt une réflexion sur l'homme en société dans son rapport à une culture diversifiée où s'intègre l'objet cinéma. Certains chapitres (IV, VI, VII et VIII) pourront paraître détaillés et surchargés d'informations; ils se veulent pourtant le reflet des ramifications abondantes de cette culture tentaculaire portée par l'esprit du commerce et de la profitabilité qui implique d'exploiter au maximum toutes possibilités de visibilité en s'infiltrant dans tous les médias. Il s'agit aussi de représenter convenablement l'intense sollicitation à laquelle font face les adeptes de la culture destinée à la masse, et qui est partie intégrante de son expérience.

Le cinéma « populaire » québécois de l'époque, malgré la mauvaise presse et les quolibets dégradants qu'il reçut, mérite qu'on lui accorde une étude rigoureuse qui permet de saisir son apport social et culturel réel. Je n'ai pas la prétention de croire que cette thèse est l'étude historique définitive de ce cinéma, mais elle s'inscrit parmi les humbles premiers pas que l'histoire du cinéma « populaire » québécois aurait dû faire avant aujourd'hui. Bref, je propose de peindre le portrait d'un amalgame de récits nationaux alternatifs qui viendront ajouter certaines pièces à la compréhension de cet immense casse-tête qu'est la nation québécoise.

Partie I

**« Culture populaire », « Cinéma populaire » et
« Nation » : mettre les points sur les « i »**

Chapitre I

La « culture populaire », qu'essé-ça?

Ce chapitre a pour but, comme son titre l'indique, de mettre en place et présenter mon positionnement concernant la notion de « culture populaire ». L'idée n'est pas de proposer une nouvelle définition de ce qu'est le « populaire », mais de me positionner de manière cohérente face au concept, à partir des réflexions d'experts de la question. Je tiens à soulever quelques idées importantes avant d'amorcer cet examen, idées qui seront explicitées au cours du chapitre. Premièrement, « culture de masse » et « culture populaire » ne font pas figure de synonymes et sont considérées comme des états distincts d'un objet culturel dans son parcours de l'instance de production à celle de réception (Fiske 1989a). Deuxièmement, la culture « populaire » est majoritairement située en périphérie de la culture savante, et elle obtient ce statut par le rejet des objets et des pratiques culturels que les élites jugent inadéquats²³. Cependant ce rejet ne suffit pas à classer un objet ou une pratique dans la catégorie « populaire ». En fait, plusieurs théoriciens de la culture « populaire »²⁴ attestent que ce caractère d'un objet ou d'une pratique ne leur est pas intrinsèque, mais est décelable *dans la relation* qu'entretient l'utilisateur avec l'objet ou la pratique. Il lui faut l'intégrer à sa vie quotidienne, en faisant sens de sa position sociale subalterne (c'est-à-dire qui est perçue

²³ Stuart Hall nuance cette idée ainsi : « [...] you cannot construct these oppositions in a purely descriptive way. For, from period to period, the *contents* of each category change. Popular forms become enhanced in cultural value, go up the cultural escalator – and find themselves on the opposite side. Others things cease to have high cultural value, and are appropriated into the popular, becoming transformed in the process. The structuring principle does not consist of the contents of each category – which, I insist, will alter from one period to another. Rather, it consists of the *forces and relations which sustain the distinction* [c'est moi qui souligne], the difference: roughly, between what, at any time, counts as an elite cultural activity or form, and what does not. These categories remain, though the inventories change (1998, p. 448).

²⁴ Voir : de Certeau 1974, Hebdige 1979, Fiske 1989a et Jenkins *et al.* 2002.

comme un degré inférieur de la hiérarchie sociale, économique et culturelle). Finalement, je veux rappeler que le terme « populaire » et l'expression « qui remporte du succès » ne riment pas ensemble. Dans les faits, le nombre d'individus qui acceptent et intègrent à leur vie quotidienne un objet ou une pratique a peu d'importance. Ce qui importe, c'est que l'objet ou la pratique soit accepté ou non. Restons-en là pour l'instant, mais ces idées seront approfondies un peu plus bas. Auparavant, amorçons ce chapitre par une brève revue historique des notions de « culture de masse » et « culture populaire ».

Les débuts des réflexions sur la culture de masse

People want to have fun. A fully concentrated and conscious experience of art is possible only to those whose lives do not put such a strain on them that in their spare time they want relief from both boredom and effort simultaneously. The whole sphere of cheap commercial entertainment reflects this dual desire. It induces relaxation because it is patterned and pre-digested. Its being patterned and predigested serves within the psychological household of the masses to spare them the effort of that participation (even in listening or observation) without which there can be no receptivity to art. On the other hand, the stimuli they provide permit an escape from the boredom of mechanized labor (Adorno 1998, p. 205).

Derrière ces lignes de Theodor W. Adorno transparait l'idée du spectateur passif subissant l'oppression des forces de domination et qui, inévitablement, accepte et absorbe, sans rechigner, une idéologie qui le maintient en rang, docile. Pour les marxistes de l'école de Frankfort, cette vision pessimiste de la culture de masse est au cœur de leurs réflexions. Selon eux, cette culture industrielle dissocie le peuple, plus précisément les citoyens provenant des classes laborieuses, de leur culture populaire – qu'on qualifierait aujourd'hui de

« folklorique »²⁵ – pour la remplacer par une culture imposée, impersonnelle et idéologiquement chargée des intérêts des puissants. Cette culture sert principalement à les engourdir face aux réels problèmes sociaux, en leur offrant de l'évasion à bon marché. Ainsi, une dichotomie importante s'impose entre œuvres d'art et produits de consommation de masse. D'un côté, l'art éveille les consciences; de l'autre, les divertissements les font sommeiller. Pire, les désirs de ces masses grandissantes mettent en péril l'aura des œuvres d'art : « [...] la masse revendique que le monde lui soit rendu plus "accessible" avec autant de passion qu'elle prétend à déprécier l'unicité de tout phénomène en accueillant sa reproduction multiple » (Benjamin 1971, p. 713). Bref, l'idée que les médias de masse capitalistes obnubilent les populations par leur idéologie mercantile (une production de sens qui part du haut vers le bas : *top-bottom*), forçant ces derniers à consommer des objets non artistiques produits en série et « prédigérés », contribua à la formation de l'étiquette de mauvais objets qu'on leur accole encore aujourd'hui. Mais la discipline des *cultural studies*, développée en réaction à cette approche, évolua en donnant plus de place au spectateur, ou consommateur, dans la création de sens qui découle de l'expérience.

L'hégémonie et la production de sens : « bottom-top »

Le théoricien Antonio Gramsci est à la base de ce changement de perception, avec l'élaboration du concept d'« hégémonie ». Selon lui les instances de domination culturelle doivent toujours utiliser un mélange de force et de consentement dans l'exercice concret de leur hégémonie et « the attempt is always made to ensure that force will appear to be based on the consent of the majority, [...] » (Gramsci 1998, p. 210). Cette approche élaborée vers 1930 exerce depuis une forte influence chez les théoriciens de la culture. Plus récemment Ernesto

²⁵ C'est-à-dire une culture faite par eux et pour eux à l'époque préindustrielle.

Laclau expliquait ainsi la finesse de cette approche : « A class is hegemonic not so much to the extent that it is able to impose a uniform conception of the world on the rest of society, but to extent that it can articulate different visions of the world in such a way that their potential antagonism is neutralized » ([1977] 2012, p. 161). De cette façon, Gramsci tentait de mieux comprendre et de raffiner la façon dont les marxistes entendent les relations entre dominants et dominés à l'intérieur d'une structure sociale. Pour lui, la culture populaire est un lieu de confrontation où les relations entre dominant et dominé sont en perpétuelle négociation. Les dominants n'offrent pas un texte immuable qui inévitablement va parvenir à maintenir sous leur joug les masses. La réalité est plus complexe. Selon cette vision, les forces culturelles dominantes offrent des produits aux subalternes qui peuvent ou non les accepter, peuvent ou non créer du sens, peuvent ou non appliquer ce sens à leur vie.

La théorie de l'hégémonie de Gramsci eut un impact tel qu'elle engendra une large réflexion sur la culture, dont le plus influent courant fut appelé « École de Birmingham », dont les principaux théoriciens furent Richard Hoggart, Raymond Williams et Stuart Hall. C'est à partir des raffinements théoriques présentés par Gramsci que Hall proposa le binôme *Encoding/Decoding*. L'idée principale est que les idéologies de toutes instances de production doivent inévitablement, pour se rendre jusqu'à leur point de réception, être encodées sous la forme d'un message selon les règles discursives du mode langagier qu'elles empruntent :

Before this message can have an "effect" (however defined), satisfy a "need" or be put to a "use", it must first be appropriated as a meaningful discourse and be meaningfully decoded. It is this set of decoded meanings which "have an effect", influence, entertain, instruct or persuade, with very complex perceptual, cognitive, emotional, ideological or behavioural consequences. In a "determinate" moment the structure employs a code and yields a

“message” : at another determinate moment the “message”, via its decodings, issues into the structure of social practices (Hall 1980, p. 130).

La création de sens issue d'un message donné est problématique pour quiconque ne possède pas les bons outils de décryptage. Le message, télévisuel ou filmique dans ce cas-ci, n'aura d'importance et d'impact que s'il atteint les pratiques sociales d'un individu. La vision de Hall complexifie la relation entre l'instance productrice du message qui doit inévitablement, dès le départ, considérer la condition du destinataire, et l'instance de réception qui ne pourra décoder le message avec succès que s'il concorde avec ses allégeances sociales, politiques, culturelles, etc. Ainsi conçu, tout processus de communication comporte un degré, plus ou moins grand, de compréhension et d'incompréhension (*ibid.*). Dans le cas qui nous intéresse, le degré d'incompréhension est important. Les historiens et critiques du cinéma québécois de la Révolution tranquille ont regardé la majorité des films « populaires » de l'époque avec leurs lunettes d'érudits sur le nez, causant une distorsion qui apparaît : « [...] precisely from the lack of equivalence between the two sides in the communication exchange » (*ibid.*, p. 131). Offrant presque exclusivement des discours mettant de l'avant les « plaisirs populaires » (souvent caractérisés par les excès du corps²⁶), le cinéma de divertissement québécois apparaît opaque pour une lecture nationaliste par l'élite intellectuelle. Autrement dit : les signes présents et diffusés par ces divers objets culturels ne sont pas en concordance avec l'idéologie de ces spécialistes :

A sign does not simply exist as part of reality – it reflects and refracts another reality. Therefore it may distort that reality or be true to it, or may perceive it from a special point of view, and so forth. Every sign is subject to the criteria of ideological evaluation... The domain of

²⁶ J'aborde plus amplement les « plaisirs populaires » un peu plus bas.

ideology coincides with the domain of signs. They equate with one another. Whenever a sign is present, ideology is present too. Everything ideological possesses a semiotic value (Volosinov 1973, p. 10).

Si la présence d'un signe indique inévitablement la présence d'une idéologie, nous sommes en droit de nous demander quelle est la nature de celle promue par les récits cinématographiques populaires de la Révolution tranquille. Pour répondre à cette question, nous devons être en mesure d'extirper de ces discours les divers codes qui vont constituer ce que Stuart Hall appelle des « maps of meanings » :

These codes are the means by which power and ideology are made to signify in particular discourses. They refer signs to the “maps of meaning” into which any culture is classified; and those “maps of social reality” have the whole range of social meanings, practices, and usages, power and interest “written in” to them (Hall 1980, p. 134).

Mais Hall recommande ensuite une précaution concernant les signes audiovisuels. Leur aspect dénotatif se révèle plutôt limité, par contre l'aspect connotatif ouvre à de multiples interprétations dues au caractère polysémique de l'image en mouvement (*ibid.*, p. 134). La polysémie des signes cinématographiques et les univers sociaux et culturels différents des communautés savante et « populaire » sont les principales raisons des interprétations diamétralement opposées que l'on peut retrouver d'un même film de divertissement. Là où les critiques du cinéma québécois y ont vu une apologie de la perte d'identité et de l'américanisation, je soutiens que de nombreux citoyens ont perçu une affirmation identitaire, une prise en main politique, un progrès technique et économique.

Les objets qui passent sous ma loupe doivent être abordés de manière adéquate, non seulement en plongeant dans la culture populaire des deux décennies concernées, mais aussi

en traçant le portrait de l'évolution de la culture populaire dans la première moitié du siècle, afin de comprendre les codes et référents qui interviennent entre le message énoncé par les instances productrices (créateurs de film) et le message lu par les instances réceptrices (publics communs non spécialisés). Une constatation paraît nette : ce n'est pas parce que l'intelligentsia du cinéma québécois disqualifie les récits nationaux dans le cinéma de divertissement que ceux-ci n'ont pas trouvé résonance dans la population.

Culture de masse, culture populaire et les possibilités de résistance

Le théoricien John Fiske s'inscrit dans le sillon des Gramsci, Hall et du mouvement des *cultural studies* des années 1980, en proposant un modèle de compréhension théorique du fonctionnement des cultures de masses et populaires. Dans *Understanding Popular Culture* (1989a), il définit la culture populaire comme un état possible de la culture de masse, qui est composée de toutes les marchandises mises à la disposition de la population par les producteurs : « all commodities can be used by the consumer to construct meanings of self, of social identity and social relations » (*ibid.*, p. 11). Chaque bien (« commodity ») devient un lieu de confrontation et de négociation entre l'idéologie du « power-bloc »²⁷ contenue dans l'objet et l'appropriation toute personnelle que peut en faire le subalterne (« subordinate »). Pour le théoricien : « [p]opular culture is the culture of the subordinated and disempowered and thus always bears within it signs of power relations, traces of the forces of domination and subordination that are central to our social system and therefore to our social experience » (*ibid.*, p. 4). Ce n'est pas simplement, comme peut l'affirmer l'approche marxiste classique, l'imposition d'un discours hermétique de la part des industries culturelles dans le seul but de

²⁷ En voici la définition qu'il présente dans *Reading the Popular*: « The power-bloc consists of a relatively unified, relatively stable alliance of social forces – economic, legal, moral, aesthetic [...] » (1989b, p. 8).

dominer et contrôler la pensée du peuple. Pour Fiske, la culture populaire est fabriquée par le peuple dans sa réception du bien culturel et dans l'appropriation qu'il en fait dans son quotidien, selon ses appartenances sociales (genre, âge, race, classe, etc.) :

If the cultural commodities or texts do not contain resources out of which the people can make their own meanings of their social relations and identities, they will be rejected and will fail in the marketplace. They will not be made popular (Fiske 1989b, p. 2).

La culture de masse ne devient tout simplement pas populaire si elle est rejetée par l'instance de réception. Le statut change donc en fonction de la lecture de l'individu qui consomme l'objet ou la pratique. Par exemple : la télésérie *Star Trek* obtient le statut d'objet populaire pour ceux qui apprécient et suivent les aventures de l'équipage du vaisseau spatial *Enterprise*. Toutefois, elle reste de l'ordre de la culture de masse pour ceux qui ne voient aucun intérêt dans ces rocambolesques histoires cosmiques.

Les instances de production se doivent donc de créer des produits culturels qui paraissent hétérogènes, parce qu'ils sont tenus de garder leur position dominante tout en offrant l'opportunité d'une autre lecture « [...] relevant to the immediate social situation of the people » (Fiske 1989a, p. 25). De là découle la polysémie des produits de masses : un mince équilibre entre l'ordre et le chaos. Les dominants ne peuvent pas accepter le désordre social engendré par les plaisirs populaires et ne peuvent pas faire fi des goûts de la population, sinon les individus refuseront tout simplement d'intégrer l'objet culturel dans leurs pratiques de la vie quotidienne. Il faut ordonner le désordre, le rendre respectable, pas trop nocif. C'est l'art de gérer le chaos. De ce fait, il existe inévitablement, dans toutes productions culturelles populaires, des possibilités de résistance (symbolique et/ou concrète) aux interprétations dominantes.

Les critiques des « cultural studies »

Certains penseurs critiquent le mouvement des études culturelles en avançant qu'il est fondé sur des jugements de valeur (par exemple : Ory [2004] 2015, p. 36) et que les chercheurs ont tendance à vouloir redorer le blason d'objets culturels plutôt mineurs et d'ainsi manquer d'objectivité. Je ne nie pas l'aspect « militant » d'une facette des *cultural studies* anglo-saxonnes, ni l'« optimisme envers le pouvoir du spectateur » d'un Fiske²⁸. Cependant, je crois qu'avec le dosage adéquat ces éléments pourraient s'avérer plus que révélateurs dans le contexte du cinéma québécois de l'époque, un contexte de changement social majeur et de militantisme sous diverses formes.

Je tiens à réitérer ici que l'objectif de cet exercice historiographique n'est pas d'élever la valeur des objets étudiés, mais bien de faire l'étude d'un groupe d'individus en société dans leur rapport à une culture dite populaire; et, dans une dimension plus précise, de comprendre le rapport complexe de ce groupe avec la culture cinématographique produite au Québec lors des décennies 1960 et 1970. Les *cultural studies* s'avèrent toutes propices à cet exercice, car « [c]rucially, it was the processes which produced texts and audiences, not the experience of the texts themselves, that interested cultural studies » (Turner 1998, p. 199). Ainsi, la présente étude n'offre pas des analyses esthétiques des œuvres du corpus en fonction de critères ou normes d'un cinéma d'art ou d'auteur. Il s'agit plutôt de présenter un ensemble de possibilités de lectures résistantes aux diverses forces de domination sociale et culturelle en jeu à l'époque. En un mot, je veux éviter les sables mouvants du débat sur la légitimité des objets

²⁸ Moi et mes collègues Germain Lacasse et Hubert Sabino en avons déjà discuté : voir Lacasse *et al.* 2012, p. 87-88.

examinés. Qu'ils soient légitimes ou non a peu d'importance, s'ils eurent de l'intérêt pour un public, il importe de les observer, de les comprendre.

Dans la préface qu'il a écrite pour la récente édition de *Understanding Popular Culture*, Henry Jenkins commente la critique de Matt Hills qui reproche aux études culturelles, incluant Fiske, de donner trop d'importance au sens (social et politique) qui découle de l'expérience, plutôt qu'au plaisir que l'individu ressent et qui est sans aucun doute l'intérêt primordial des objets dits populaires (Jenkins 2010, p. xxx). Jenkins vient à la défense de Fiske en précisant et en rappelant que le plaisir est capital dans sa pensée :

Culture is the constant process of producing meanings of and from our social experience, and such meanings necessarily produce a social identity for the people involved... Within the production and circulation of these meanings lies pleasure (Fiske 1989b, p. 1).

Les plaisirs, et plus particulièrement les plaisirs populaires, sont au centre de sa réflexion. Ce sont les ingrédients principaux de la recette « populaire », les engrenages au cœur des diverses « maps of meanings », et servent principalement à l'acceptation et l'intégration de l'objet culturel dans la vie quotidienne du consommateur. Pour Fiske, les plaisirs servent de canaux qui facilitent l'accès au sens, ils prennent donc une place importante dans son modèle d'analyse. Les manifestations physiques du plaisir – le rire par exemple – sont des signes d'acceptation d'un objet ou d'une pratique proposés au public.

Les plaisirs populaires : plaisirs du corps

Fiske amorce sa réflexion sur les plaisirs dans la culture de masse en précisant que ceux-ci ne sont pas populaires a priori. Nous avons vu plus haut que le concept d'hégémonie soutient la présence d'idéologies opposées : celle du consommateur (*subordinate*) et celle du

producteur (*power-bloc*). Cette opposition permet aux producteurs de cultures de maintenir leur contrôle politique et idéologique tout en permettant l'affirmation positive de l'interprétation subalterne. Ce paradoxe se retrouve aussi dans les plaisirs qu'ils offrent. Plaisirs hégémoniques et plaisirs populaires se côtoient, ce qui occasionne des interprétations bien différentes d'un même bien culturel (Fiske 1989a, p. 49). Pour illustrer ceci, prenons une pratique culturelle connue et aimée par un grand nombre de Québécois : le hockey.

L'appréciation du hockey peut s'expliquer par les différents plaisirs que le sport offre. Une analyse simple de ma relation au hockey professionnel permet d'identifier rapidement deux formes de plaisirs dont les spectateurs peuvent faire l'expérience. D'un côté, remporter les honneurs d'une joute permet à l'amateur de goûter le plaisir hégémonique de l'atteinte d'un échelon supérieur dans un système basé sur la compétition, reflet direct des structures économiques et sociales dans lesquelles il vit. D'un autre côté, un plaisir moins noble, qui transgresse les limites de la civilité en société, est bien ancré au cœur du sport : la violence. Par moment, un combat rudement disputé ou une mise en échec percutante peut être tout aussi jubilatoire et gratifiant que la victoire de la rencontre. Devant une défaite assurée, le désir du recours à la violence revient couramment au galop, reléguant aux oubliettes la noblesse d'une victoire respectant les règles du jeu. C'est pour cette raison que l'autorité du hockey professionnel ne peut se résigner à abolir les combats ou les mises en échec, qui ne sont en réalité qu'accessoires à la pratique du sport. Par contre cette violence ne doit pas être excessive, ce qui fait que les coups d'épaule à la tête sont interdits, mais que les coups de poing au visage sont dans une certaine mesure acceptés. Les producteurs d'une culture qui se

veut populaire doivent plaire aux spectateurs tout en restant dans les limites de l'acceptabilité sociale. C'est le « moving equilibrium »²⁹.

Popular pleasures were recognized to lie outside social control and thus to threaten it. Their unruliness was characterized by middle classes as immoral, disorderly, and economically improvident. These social threats were localized within the individual; the proletarian body became the individual body. So pleasures and excesses of the body - drunkenness, sexuality, idleness, rowdiness - were seen as threats to the social order. The pleasures of the individual body constituted a threat to the body politic. Such a threat becomes particularly terrifying when the pleasures are indulged in the excess, that is, when they exceed the norms proposed as proper and natural by those with social control, when they escape social discipline, and, thus, when allied with class interests, acquire a radical or subversive potential (*ibid.*, p. 75).

Cet éventuel pouvoir de subversion des plaisirs populaires³⁰ est un aspect des cultures populaires qui m'intéresse puisqu'il pourra être mis en relation avec les divers procédés discursifs de mise en place d'une culture fondatrice, théorisés par Gérard Bouchard (2000) que j'aborde au troisième chapitre et que je mets en application dans les trois études de cas qui terminent cette thèse.

Poursuivons avec les plaisirs populaires qui se retrouvent chez John Fiske sous le diptyque corps/esprit. Je tiens à apporter une nuance à cette approche offerte par Fiske. Pour moi, corps et esprit ne sont pas considérés comme deux lieux distincts de fonctionnement des plaisirs. Loin de moi l'idée d'entrer dans un débat philosophique sur les liens entre corps et esprit dans l'expérience humaine, cependant je ne choquerai point en affirmant que le corps

²⁹ Pour parler du concept d'hégémonie d'Antonio Gramsci, Dick Hebdige utilise ce terme inventif (1979, p. 15). Il s'agit d'un équilibre qui se déplace constamment en fonction des gains et des pertes des dominants et des dominés.

³⁰ Voir aussi : Bakhtine 1968; Stam 1989; Gordon 2010.

est le support de l'esprit et que leur lien et leur interaction est fort complexe. Mais de diviser les plaisirs populaires entre corps et esprit leur insuffle une valeur biaisée, plaçant ceux du corps sous ceux de l'esprit. Dans le but de leur accorder une importance égale, au cours de cette étude le corps sera considéré comme le siège de tous les plaisirs (sensoriels ou rationnels).

L'approche des plaisirs populaires privilégiée par Fiske se rapproche énormément de l'*immediacy*, c'est-à-dire l'interrelation des concepts d'*intensification*, d'*identification* et d'*intimacy* (Jenkins *et al.* 2002, p. 6), que j'ai présenté en introduction. Ces trois concepts sont présents chez Fiske, mais affublés de libellés différents. Chez lui les plaisirs sensoriels sont de l'ordre de l'*intensification* (qui consiste en l'exacerbation des sensations quotidiennes dans le but de créer un changement de perception du monde) et on les retrouve dans des activités qui permettent un sentiment d'évasion (Fiske 1989a, p. 56) L'excitation et la perte de contrôle de notre propre corps dans une montagne russe, la surprise et la frayeur de regarder un autre corps avaler une épée, ou encore la perte d'inhibition résultant d'une beuverie, en sont quelques exemples. Le théoricien propose une explication des répercussions de ces plaisirs sensoriels sur l'individu et sur son appréhension du monde social dans lequel il évolue :

The orgasmic pleasure of the body out of control – the loss of self – is pleasure of evasion, of escape from the self-control/social-control by which, in Foucault's telling phrase, "men govern themselves and others". It is an escape from meaning, for meaning always is socially produced and reproduces social forces in the subject (1989a, p. 51).

L'évasion du corps par les excès est une sortie du corps social et politique auquel le citoyen appartient. Elle rend l'individu improductif et donc résistant aux forces de domination capitaliste et à leur idéologie productiviste qui exigent un citoyen efficace et rentable. Mais il

ne faudrait pas croire que les plaisirs corporels ont un effet de changement social et politique radical, il serait plutôt progressif : « Their resistance is one of refusal, not of a semiotic insurgence. Such a refusal of social control may not have direct political effects; its political effectiveness lies rather in maintaining a social identity that is separate from and oppositional to the one preferred by social discipline » (Fiske 1989a, p. 53). Il s'agit ici de la création d'une identité sociale par la négation temporaire de certaines contraintes.

Soyons bien clair. Rien ne laisse croire que les créations dites artistiques soient exemptes de plaisirs corporels – au contraire, la Symphonie n° 6 de Tchaïkovsky me procure toujours un frisson émotif – ou encore que la source du plaisir soit de moindre valeur. La valeur symbolique de tout objet ou pratique peut être accentuée par les discours des spécialistes, mais la réalité est que les différences de nature soulevée par ces penseurs, entre cultures artistiques et cultures populaires, sont parfois contestables³¹. La nudité féminine dans une peinture classique ou dans un film commercial peut avoir le même impact pour un spectateur; elle peut mener à l'excitation du corps autant qu'à une réflexion sur la manière donc le corps féminin est présenté par le créateur. Ce qui diffère est surtout l'interprétation de l'instance de réception en fonction de sa position sociale et de la valeur qu'elle accorde à la source du plaisir. Un critique risque d'accorder plus de valeur à l'esthétique de la représentation de la nudité (et n'avouera pas l'excitation qu'il pourrait ressentir), ainsi il a plus de chance d'expérimenter du plaisir face à une peinture classique et du dégoût devant un film de exploitation au style considéré nonchalant. De son côté, le spectateur habitué au cinéma érotique accorde davantage d'importance à l'excitation de son corps (expérience généralement tabou et mal vue par les élites sociales, donc un plaisir populaire) et, puisque ce n'est pas ce

³¹ C'est le constat de l'étude de Mélissa Thériault (2015).

qu'il recherche, n'accorde que peu d'importance à l'appréciation de la qualité cinématographique. Les plaisirs corporels ne sont pas absents des œuvres, mais ils sont interprétés de manière différente. Le spectateur se percevant comme un érudit peut rationaliser sa réception et laisser place aux plaisirs qu'il conçoit comme plus nobles. Il me semble alors concevable de définir l'expérience des plaisirs populaires comme une acceptation active et consciente des sources de plaisirs considérés comme « bas » et néfastes par une classe considérée comme supérieure.

Pour Fiske, les plaisirs de la raison ont deux facettes : celle de la *relevance* et celle de la *functionality* (1989a, p. 57). La *relevance* (qui s'apparente à l'*identification*) se retrouve dans la capacité de l'individu de s'identifier à une représentation et de créer une signification en lien direct avec sa situation sociale. On s'attache facilement au personnage du vagabond de Charlie Chaplin, car il incarne le plus petit dénominateur de la hiérarchie sociale, un individu sans pouvoir et sujet aux abus. Dans cet exemple, la *relevance* a de bonnes chances de fonctionner, puisque le bien culturel propose au spectateur un discours hégémonique tout en le plaçant devant des possibilités de résistance, dans ce cas-ci un protagoniste qui n'hésite pas à distribuer les coups de pied au derrière des gens en position d'autorité. L'instance de réception doit reconnaître les structures de la vie sociale qui l'entoure, pour ultimement pouvoir s'en échapper. La signification qu'elle construit est une distinction avec les forces de dominations, mais aussi un gain symbolique de pouvoir (*empowerment*) (Fiske 1989a, p. 67).

La *functionality* (qui résonne avec l'*intimacy*) est la capacité de l'individu d'utiliser la signification qu'il a attribuée au produit culturel et de l'*intégrer aux pratiques de sa vie quotidienne* : « which is to say that the meanings I make from a text are pleasurable when I

feel that they are *my* meanings and that they relate to my everyday life in a practical, direct way » (Fiske 1989a, p. 57). Un exemple probant nous concernant est le refus des Québécois de se soumettre davantage à la position de l'Église catholique concernant la sexualité dans les années 1960-1970, refus incarné par l'affluence massive des spectateurs aux films présentant des personnages se livrant au libertinage sexuel. Pour cette génération de spectateurs, la sexualité libérée et ludique présente dans le cinéma de sexploitation québécois s'intègre à la nouvelle réalité sociale qui délaisse l'idée d'une sexualité au service de la reproduction de la nation.

Ces plaisirs intellectuels, Fiske les qualifie de « *contrary meanings* » puisqu'ils prennent forme à travers une résistance symbolique aux forces hégémoniques (1989a p. 56). En somme, les plaisirs populaires du corps permettent évasion et production de sens contraire aux normes dominantes. L'effet des plaisirs populaires est un positionnement social à travers le refus de certaines normes imposées, mais je dois rappeler qu'il ne s'agit pas ici d'un refus total : « What is crucial here is that the thinking is *different*³², not free, not divorced from social reality: thinking differently involves the subordinate in making *their* sense of their subordination [...] (*ibid.*, p. 58). Les plaisirs populaires confirment et accréditent les relations de pouvoir dominant/dominé, tout en permettant une résistance symbolique à la domination. Ces deux phénomènes paradoxaux se produisent simultanément et permettent aux deux parties d'enregistrer des gains symboliques, mais à des niveaux politiques différents. Les forces de domination consolident leur position sociale au plan macropolitique, tandis que les subalternes font des gains au niveau micropolitique, c'est-à-dire dans les relations de pouvoir auxquels ils sont confrontés au quotidien dans leur famille, à l'école, ou au travail.

³² C'est Fiske qui souligne.

Conclusion

L'approche théorique offerte par les études culturelles reste l'une des mieux outillées pour permettre une compréhension juste du fonctionnement des cultures industrialisées. Elle offre une flexibilité et une polyvalence adéquates. Premièrement, elle permet de s'interroger sur l'intégration du cinéma dans la vie quotidienne à travers d'autres médias populaires, que ce soit la télé, les journaux, les magazines, etc., puisque les cultures de masse et populaires sont considérées comme un réseau complexe où l'impact de l'objet ne pourra être totalement compris qu'à travers son *rayonnement intermédiaire*. Deuxièmement, cette approche garde à l'esprit l'aspect social de l'expérience culturelle et génère des éléments de réponse quant aux combats perpétuels entre dominants et dominés et quant aux frictions entre les communautés culturelles grandissantes – dans le Québec des années 1950-1960-1970³³ – à travers l'acceptation ou le rejet des plaisirs que les œuvres proposent. Finalement, elle propose une approche du populaire centrée sur les plaisirs, qui me permettra d'expliquer l'impact et le rôle social du cinéma de comédie québécois.

Nous avons vu que la culture populaire prend forme en partie grâce à un rejet des élites, mais qu'elle atteint véritablement le statut « populaire » seulement dans l'acceptation et l'intégration dans la vie quotidienne d'individus qui perçoivent dans l'objet ou la pratique une forme de résistance symbolique aux forces sociales, économiques et politiques qui les dominent. L'expérience des plaisirs populaires permet aux individus de tisser des liens communautaires³⁴ imaginés. L'intérêt qu'on porte pour un objet ou une pratique culturelle permet de fraterniser avec ceux qui partagent le même attrait. Ce principe d'association

³³ Ces frictions entre communautés seront le sujet des chapitres IV et V.

³⁴ J'aborderai la création de liens communautaires au cours des deux prochains chapitres.

ressemble au principe de formation des nations – proposée par Benedict Anderson ([1992] 2002) et adapté par Gérard Bouchard (2000) pour les nations du Nouveau Monde – que nous aborderons plus loin. En fait, culture populaire et culture nationale partagent un même grand principe : permettre à un grand nombre d'individus provenant de sphères sociales diverses d'accepter un même objet culturel, souvent pour une multitude de raisons différentes.

Chapitre II

Le « cinéma populaire », ça mange quoi en hiver?

Hierarchisation culturelle : séparer le bon grain de l'ivraie

Avant d'aborder la problématique catégorie du « cinéma populaire », je dois faire état d'une idée savamment réfléchie par l'historien culturel Lawrence W. Levine. Elle était présente implicitement dans le premier chapitre : la hiérarchisation culturelle. Levine indique, dans son livre *Culture d'en haut, culture d'en bas : l'émergence de la hiérarchie culturelle en Amérique* (2010), que la culture ne dispose généralement pas d'une hiérarchisation naturelle, mais plutôt s'organise grâce à une savante construction, voire par une construction savante.

Il présente l'histoire de ce processus en explorant la place du théâtre de Shakespeare dans la culture américaine du 19^e siècle. Le chapitre *William Skakespeare en Amérique* montre avec acuité cette transformation. Les spectacles bigarrés, présentant des extraits des pièces de l'auteur jumelées à des *minstrel shows*, des danses ou du vaudeville, ont évolué en des représentations ritualisées, accessibles aux membres d'une élite culturelle qui était prête à accepter de nouvelles conditions de réception mise de l'avant par les institutions (Levine 2010, p. IX). Roger Chartier, dans la préface du livre, résume ainsi la double évolution qui conduisit à cette fragmentation :

[...] d'une part, un processus de retrait des élites, qui assigne aux pratiques culturelles une valeur distinctive d'autant plus forte qu'elles sont moins communes; d'autre part, un processus de disqualification et d'exclusion, qui rejette hors du répertoire canonique de la « culture » des œuvres, des objets et des pratiques désormais tenus pour vulgaires, inférieurs et populaires (Chartier 2010, p. VII).

D'un côté, on se distancie du commun de certaines pratiques pour privilégier celles qui ne sont pas accessibles à tous. De l'autre côté, on disqualifie, on pourfend, on discrédite ce qui déplaît. Ces attitudes ont, selon Levine, différents effets sur les cultures et sur ceux qui les pratiquent; elles servent autant à détrôner qu'à élever (2010, p. 168). Ici la pensée de Levine s'apparente à celle de Pierre Bourdieu qui voit les attitudes de négation et de rejet des élites culturelles comme un processus de distinction culturelle et sociale. Levine met en lumière un autre aspect du processus. Il défend l'idée de « sacralisation de la culture » chez une élite culturelle qui perçoit l'accessibilité et la simplicité de la culture industrielle à la fin du 19^e siècle comme des tares qui risquent de mener à un déclin de la culture en général.

Ce processus de sacralisation a divers effets qui m'intéressent particulièrement. Devant cette culture de masse qui apparaît pour plusieurs penseurs comme une ennemie du « grand art », les discours officiels donnent de l'importance aux caractéristiques qui, selon eux, distinguent « ontologiquement » les œuvres d'art des simples produits de consommation de masse. L'authenticité, l'originalité, le désintéressement et l'élévation de l'âme, pour ne nommer que celles-là, sont des qualités essentielles pour qu'un objet obtienne le statut d'œuvre d'art (Thériault 2015, p. 63-144). Cette sacralisation confère à l'œuvre « des propriétés spirituelles qui la rend[ent] inviolée, exclusive, et éternelle » (Levine 2010, p. 142). Le sacré de l'œuvre déborde sur son auteur, qui peut s'affubler d'une aura divine acceptée par les membres de l'institution artistique. Levine donne l'exemple du réalisateur Frank Capra qui par son credo « un homme, un film » oubliait la nature collective de la création cinématographique (*ibid.*, p. 177). Nous verrons plus loin que Capra n'était pas seul à promouvoir la grandeur de l'« auteur » de cinéma.

Si la distinction sociale est l'une des principales conséquences du processus de sacralisation, Levine rappelle qu'elle n'est pas la seule dont l'historien doit tenir compte :

Les fondements de cette nouvelle haute culture ne s'expliquent pas seulement par la quête de légitimité de nouvelles catégories et par l'effort des élites plus anciennes, qui étaient en train de perdre le contrôle de l'autorité politique et économique, pour préserver leur hégémonie. Les questions et les positions artistiques étaient également fondamentales (*ibid.*, p. VIII).

C'est ici que les idées de Méliissa Thériault (2015) prennent leur importance. La philosophe de l'art présente dans son livre les diverses stratégies de rhétoriques utilisées par les défenseurs du « grand art » pour marquer la différence avec les arts populaires et les arts de masses³⁵. Elle y décrit et déconstruit plusieurs des reproches adressés aux objets et aux pratiques populaires : mercantilisme, manque d'originalité, simplicité et accessibilité, etc. Ces reproches ont servi à renforcer la hiérarchisation culturelle et conséquemment la sacralisation de l'objet d'art, de son créateur et de ses admirateurs. Le travail de Thériault sera important pour la seconde partie de cette thèse, afin d'identifier les critiques et les arguments fallacieux, infondés ou contestables³⁶ utilisés par l'intelligentsia du cinéma québécois dans sa volonté de discrimination du cinéma populaire.

Hiérarchisation du domaine cinématographique

Le domaine du cinéma, autant sa pratique que son étude, ne se soustrait pas au phénomène de hiérarchisation culturelle. Après ses vingt premières années d'existence, certains passionnés ont senti le besoin d'exprimer l'idée que le cinéma pouvait être plus qu'un

³⁵ Ce que Thériault appelle « arts populaires » sont les cultures que nous qualifions de « folkloriques » (préindustriel) et ce qu'elle nomme « arts de masse » sont dans notre cas les « cultures de masse/populaires ».

³⁶ J'en fais la présentation et l'énumération en début de chapitre V.

simple divertissement de foire et qu'il possédait la capacité de toucher l'être humain profondément, voire d'élever son esprit. Un fort besoin de légitimation existait chez ces premiers cinéphiles, et des institutions furent créées pour soutenir et diffuser leurs discours. Je crois qu'il est pertinent de présenter brièvement ce phénomène ample et complexe dans l'historiographie française. L'importance de la langue française au Québec, dans le contexte des années 1960 et 1970, me force à faire état principalement de l'influence des discours provenant de la France, ceux-ci ayant plus de chance de trouver des oreilles attentives au Québec³⁷.

Philippe Gauthier propose dans sa thèse de doctorat une révision de l'historiographie du cinéma français qui jette un regard sur les intentions des historiens traditionnels (1890-1978). Il avance ceci :

L'une des caractéristiques fondamentales des histoires esthétiques de la première moitié du 20^e siècle est ce désir de participer au processus de légitimation du cinéma en tant qu'art, auquel participent parallèlement d'autres « instances légitimatrices » (Ory 2012 : 150) comme les revues, les cinéclubs et plus tard les festivals, les cinémathèques, les archives, etc (2013, p. 223-224).

Comme il le soulève un peu plus loin, la jeune histoire du cinéma français reprend, à ces débuts, certaines conceptions de l'histoire de l'art et de la littérature (*ibid.*, p. 225). Ainsi, les historiens font la promotion des notions d'« auteur », d'« écoles esthétiques » et d'« œuvre classique » (*ibid.*, p. 226). Gauthier soutient aussi que pour ces historiens traditionnels « la légitimité et la reconnaissance du cinéma en tant qu'art doit (*sic*) se faire notamment par la reconstitution de son passé qui serait parallèle à celui des arts déjà reconnus par les défenseurs

³⁷ Nous aborderons le processus de hiérarchisation du cinéma au Québec, ainsi que l'influence des penseurs et historiens français sur la jeunesse intellectuelle des années 1950-1960 dans la seconde partie de cette thèse.

de la haute culture » (*ibid.*, p. 225). Ce phénomène s'incarne par de fréquentes comparaisons et de nombreuses associations aux arts figuratifs, littéraires et théâtraux (*ibid.*, p. 226). Voici quelques exemples de discours qui soutiennent l'idée de sacralisation (de l'objet et du créateur) dans les institutions de l'histoire, de la critique cinématographique, des cinéclubs et des revues spécialisées qui prennent place au cours de la première moitié du 20^e siècle.

Ricciotto Canudo est reconnue comme l'un des premiers grands défenseurs du statut d'« Art » du médium cinématographique (voir Dotoli 1999). Ses écrits sur le sujet sont nombreux, mais c'est son *Manifeste des sept Arts* (1922) qui s'avère son discours de légitimation le plus senti. Le cinéma est pour lui le septième Art³⁸, un art qui concilie les six autres : « nous avons besoin du cinéma pour créer l'art total vers lequel tous les autres, depuis toujours, ont tendu » (Canudo 1995, p. 8). Canudo confère au cinéma une « aura » que ce « divertissement » n'avait pas jusqu'alors. Le même penseur est aussi important dans l'élaboration de l'institution du cinéclub, qui sert aussi à la reconnaissance du cinéma en tant qu'art. Il est le fondateur du C.A.S.A. (Club des Amis du Septième Art) faussement considéré comme le tout premier le cinéclub au monde³⁹. Et c'est sans surprise que le but premier du club soit décrit ainsi dans l'organe officiel : « a) Affirmer par tous les moyens le caractère artistique du cinéma. Le cinéma étant indéniablement un art, le septième » (Canudo dans Dotoli 1999, p. 32). Les cinéclubs remportent un succès considérable au peu partout dans le monde au cours des cinquante années qui suivent, servant certes à promouvoir le cinéma

³⁸ Canudo proposa au début des années 1910 le terme « Sixième Art » et changera pour « Septième Art » lorsqu'il renforcera son approche au début des années 1920 (Gauthier C. 1999, p. 19-20).

³⁹ Il existe aussi, à la même époque, des ciné-clubs moins élitistes qui ont pour but non pas l'éducation au cinéma, mais bien l'éducation par le cinéma. C'est le cas du « Cinéma du peuple » en France. Il s'agit d'un groupe anarchiste d'éducation par le film. Voir : Bacelar de Macedo 2017.

comme art, mais aussi à éduquer les spectateurs sur les grandes œuvres et les grands noms de la discipline.

À la même époque le critique Louis Delluc, en plus d'avoir le désir de créer la première revue cinématographique pour le grand public, propose le terme « cinéaste » pour parler des individus d'exception du monde du cinéma. Il réserve le titre : « [...] à ceux – animateurs, réalisateurs, artistes, industriels – qui ont fait quelque chose pour l'industrie artistique du cinéma. Il n'y a donc pas autant de cinéastes que de cinématographistes » (Delluc dans *L'herminier* 2008, p. 284). Delluc crée ainsi une ségrégation entre ceux qui ne sont que des techniciens et ceux dotés d'une mission artistique. Par exemple, pour lui, Chaplin était un « inventeur en son art comme Nijinski dans le sien » (Delluc 1985, p. 84). Il mérite donc le titre de cinéaste. Les écrits de Delluc sont un exemple éloquent d'une des caractéristiques du travail des premiers critiques et historiens traditionnels du cinéma : faire un recensement et une sélection d'« œuvres » et d'« artistes », qui aident à faire du cinéma un art.

Cette idée de créateur d'exception est poussée plus loin par Alexandre Astruc avec son concept de « Caméra-Stylo » (1948). Il met de l'avant la primauté du réalisateur parmi les autres créateurs de cinéma. Le cinéma devient une façon pour un artiste d'exprimer sa pensée comme le ferait un écrivain avec un roman (Astruc 1992, p. 325). Ici, Astruc emprunte la légitimité de la littérature pour y comparer le cinéma, encore considéré par beaucoup d'intellectuels comme un simple divertissement. Les propos d'Astruc sont le germe de la célèbre « politique des auteurs » dont François Truffaut et la plupart des critiques des *Cahiers du cinéma* sont les défenseurs au cours des années 1950 et 1960. Non sans ambiguïté, ce concept est utilisé et réutilisé à plusieurs fins. Antoine de Baecque, dans une anthologie des

textes fondateurs, résume bien les aspirations principales des premiers porte-étendards de l'« auteurisme » au cinéma : « [l]a politique des auteurs est cette manière d'aimer et de défendre le travail de certains cinéastes au nom d'une vision et d'une compréhension de leur talent de metteur en scène » (2001, p. 7). Il est difficile ici de nier le processus de sacralisation par les critiques des *Cahiers*. De Baecque ajoute que « [l]a politique des auteurs a même remporté haut la main sa victoire » (*ibid.*, p. 192-193), malgré le « double effet pervers » du processus, c'est-à-dire « celui d'une "auteurification" sans mesure et d'un emballement de l'éloge qui, l'un dans l'autre, construisent les pièges où se perd et s'annihile le jugement critique » (*ibid.*). Mon intention ici n'est pas de statuer sur la pertinence du concept ou d'en critiquer les dérives, mais plutôt de montrer que la passion et le désir de légitimation pousse les penseurs du cinéma français à mettre sur un piédestal, à tort ou à raison, des hommes et des objets, marquant ainsi une hiérarchisation culturelle qui s'avère influente et durable. N'oublions surtout pas que ce processus de sélection des « bons objets » permet aux critiques des *Cahiers*, consciemment ou non, une démonstration de leur érudition et conséquemment la consolidation de leur appartenance à une catégorie culturelle élitiste. Le processus de sacralisation sert à valoriser les éléments d'« exception » de la culture cinématographique, du même coup plusieurs créateurs ne sont considérés que comme des techniciens et leurs films sont abaissés au titre de simple objet du commerce (Gauthier P. 2013, p. 225). Les catégories de « cinéma d'art » et « cinéma populaire » s'implantent progressivement dans les discours pendant la première moitié du 20^e siècle, l'une surmontant l'autre, bien sûr.

Nous verrons dans la seconde partie de cette thèse que la « politique des auteurs » eut une influence considérable sur la jeunesse intellectuelle québécoise des années 1950, 1960 et 1970. Ce mouvement de pensée pousse la nouvelle élite, désireuse de faire table rase du passé,

à marquer du sceau de la nouveauté l'art cinématographique local, désormais « québécois ». Elle le fait en distinguant les « auteurs » et les « œuvres » qui servent le mieux leurs intérêts, mais aussi en mettant en place des institutions légitimatrices de leur discours. Cette attitude de rejet et de distinction consolide autant la catégorie du cinéma d'auteur que celle du cinéma populaire.

Expérience du cinéma populaire au Québec

L'omission et les reproches faits par une intelligentsia du cinéma s'avèrent être des points de départ intéressants pour identifier les films populaires, puisque cette attitude implique la présence de plaisirs corporels considérés comme primaires et ne s'alignant pas sur les goûts et intérêts des élites. Cette façon d'identifier le cinéma populaire ne convient pas totalement puisqu'elle se fonde seulement sur l'idée que l'objet populaire est de nature singulière. Rappelons que l'expérience du consommateur en fonction de sa position sociale de dominé est un critère d'identification plus convenable. Il est ainsi impératif de cerner cette expérience correctement, ce que nous ferons au cours du reste de ce chapitre.

Star-system et formations génériques

Explorons d'abord deux caractéristiques du cinéma de masse qui leur sont fréquemment reprochées par l'intelligentsia, mais qui sont cruciales dans l'ouverture des réseaux de communication entre l'instance de production et l'instance de réception : la mise en place d'un star-system et la présence de formations génériques.

L'apparition de la *star* et du star-system dans le cinéma hollywoodien est directement liée à la marchandisation à grande échelle du cinéma. Pour les studios américains verticalement intégrés des années 1920 jusqu'aux années 1950, la *star* est un argument de

vente simple à mettre de l'avant et très efficace auprès des spectateurs. Le visage et le nom de la vedette se retrouvent sur les affiches et les publicités et certaines d'entre elles en viennent même à représenter un genre ou deviennent littéralement les figures de proue des studios. On utilise les différentes qualités de la *star* pour susciter l'intérêt : sa beauté, son charisme, son talent, son naturel, etc. Mais n'oublions pas que malgré qu'elle soit promue par les studios « [l]a star est en fin de compte un produit du public : c'est lui qui fait la star » (Sill 2005, p. 31). Les studios proposent et le public fait son choix.

Ce phénomène représente donc le fruit d'un désir individuel et collectif du spectateur, et notamment du fan comme spectateur le plus sensible au charme de la star. La star est également miroir d'un besoin d'identification du spectateur. Pour lui, elle peut représenter la personnification de ses chimères : elle devient ainsi l'idole à admirer, le modèle à imiter, ou tout simplement le héros quotidien (*ibid.*).

Les stars cinématographiques américaines et françaises ont bien sûr un impact sur le public au Québec dans la première moitié du 20^e siècle. Elles permettent au spectateur d'avoir une vision sur des individus urbanisés et modernes qui profitent de cette transformation sociale qui leur est proposée. Bien que le Québec ne puisse s'offrir le luxe d'un système de production de film aussi développé que ceux des Américains et des Français, la société canadienne-française produit tout de même plusieurs vedettes locales qui incarnent les spécificités et les ambitions de la population. Ces personnalités apparaîtront sur les différentes scènes des spectacles de variétés au début du siècle pour ensuite passer à la radio, dans les journaux et à la télévision, un peu plus tard. Ce n'est qu'avec le développement de l'industrie du cinéma soutenue par un organisme de subvention publique à la fin des années 1960 que les stars locales font le saut au cinéma. Elles jouent un rôle semblable aux vedettes américaines,

mais elle marque une nouvelle étape dans le développement de la société québécoise qui désormais soutient des stars indigènes.

L'appartenance à un genre a assez souvent empêché un film d'obtenir le statut d'objet d'art, ou encore d'être digne d'intérêt des historiens (Keith Grant 2007, p. 5)⁴⁰. La définition d'un genre offerte par Barry Keith Grant pourrait effectivement mener un chercheur à reprocher à un film de genre un certain manque d'originalité.

Les films de genre sont ces longs-métrages commerciaux qui, à travers la répétition et la variation, racontent des histoires familières avec des personnages familiers dans des situations familières. De plus, ceux-ci encouragent des attentes et des expériences similaires à celles de films analogues que nous avons déjà vus (1988, p. xi, ma traduction).

Les genres cinématographiques peuvent aussi être compris comme une catégorie de films offrant un type de plaisir particulier (Keith Grant 2007, p. 2). Et pour plusieurs de ces genres, ce sont les plaisirs corporels « primaires » qui ont rebuté pendant longtemps les chercheurs :

Les analyses de ces systèmes d'excès ont été plus lentes à émerger dans les genres où les spectacles non linéaires se concentrent plus directement sur la représentation crue du corps humain. Les films pornographiques et d'horreurs sont deux de ces systèmes d'excès (Williams 1991, p. 3, ma traduction).

Ce rejet des genres cinématographique par l'intelligentsia, couplée à l'intérêt constant des masses pour cette catégorie, m'incite à considérer les genres comme un point de départ

⁴⁰ Je dois tout de même rappeler qu'à la fin des années 1960 les genres deviennent un objet d'études pour divers chercheurs Britanniques, Français et Américains tels que : André Bazin, Robert Warshow et Laurence Alloway. Malgré cet intérêt nouveau et la prolifération de nouvelles idées concernant les genres, surtout hollywoodien, Peter Hutchings rappelle que ces travaux ne marquent pas une rupture franche avec les préconceptions du passé (1995, p. 60). Certains penseurs offrent une réflexion sur les genres cinématographiques uniquement pour mieux comprendre la place et les travaux de certains « auteurs » dans le système de production hollywoodien (*ibid.*).

valide dans ma recherche d'identification du cinéma populaire. Les références au genre auquel un film appartient s'avèrent être l'une des premières façon d'ouvrir le dialogue entre un film et son public potentiel. Pour le spectateur moyen, « cinéma populaire » rime bien souvent avec « cinéma de genres ». Ce phénomène est le résultat d'une exposition constante aux discours de l'industrie cinématographique qui cherche sans relâche à attirer le plus grand nombre de spectateurs aux projections. Rick Altman expose clairement le lien inflexible entre industrie et spectateur dans le processus de formation des genres : « If it is not defined by the industry and recognized by the mass audience, then it cannot be a genre, because film genres are by definition not just scientifically derived or theoretically constructed categories, but are always industrially certified and publicly shared » ([1999] 2004, p. 16). Le genre s'avère donc être une proposition de l'industrie aux spectateurs.

Comme le soutient Dudley Andrew dans *Concepts of Film Theory* (1984), les formations génériques ont plusieurs utilités dans le processus de création et de présentation d'un film à un public donné. Ils servent de plan de production (*blueprint*), de structure sur laquelle le film repose (*structure*), d'étiquette qui assure une uniformité du message que l'on tente de transmettre (*label*) et de contrat qui forge les attentes des spectateurs (*contract*). De cette conception des genres cinématographiques, les notions d'étiquette et de contrat sont les plus intéressantes. Le genre en tant qu'étiquette permet d'ouvrir les réseaux de communication, c'est l'une des premières propositions aux spectateurs et elle est faite par voies publicitaires : affiches promotionnelles, bandes-annonces, publicités journalistiques ou télévisuelles, etc. Ce seront bien souvent les plus éloquents éléments sémantiques⁴¹ du genre –

⁴¹ Rick Altman a proposé dans son article *A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre* (1986) un modèle d'analyse des genres basé sur la reconnaissance des éléments sémantiques et d'une structure

un cowboy pour le *western*, un robot pour la science-fiction, etc. – qui seront mis de l’avant. S’il y a reconnaissance des éléments proposés, il y a possibilité d’acceptation du contrat qui dictera la position de visionnement.

Nous avons vu dans l’introduction que le spectateur canadien-français/qubécois du milieu du 20e siècle consommait à 80 % du cinéma américain. De ce fait, il n’est pas très risqué d’émettre l’hypothèse que les spectateurs francophones du Québec connaissent et comprennent bien les codes et les règles des genres du cinéma américain qui leur sont proposés, mais aussi qu’ils conçoivent le cinéma comme normalement divisé en catégories génériques. On comprend alors pourquoi la mise en place d’une industrie cinématographique canadienne-française dans les années 1950 passa essentiellement par la réutilisation de certains codes esthétiques et narratifs du mélodrame hollywoodien, mais avec des histoires et thématiques canadiennes-françaises. Les créateurs tentèrent de toucher la population en offrant un objet cinématographique à la forme empruntée, mais au contenu local.

Ce processus de réappropriation des formations génériques américaines (voir européennes par moment) s’est bien sûr reproduit avec la relance de l’industrie du cinéma commercial, chapeauté par les organismes de financement public à la fin des années 1960, et l’utilisation d’étiquettes génériques permet aux créateurs d’interpeler la population en mettant en branle une stratégie de reconnaissance de l’objet proposé. Devant un objet aux caractères familiers, l’individu est plus disposé à l’intégrer à sa vie quotidienne si l’intérêt est présent. Chaque genre amène son lot de codes qui influence la relation entre les instances productrices

syntaxique fondamental par le spectateur. Dans son livre *Film/Genre* ([1999] 2004), il améliore son modèle en y intégrant l’idée d’une analyse *pragmatic*. L’approche *Semantic/Syntactic/Pragmatic* présenté par Altman est celle privilégié tout au cours de cette thèse.

et réceptrices du spectacle cinématographique. Je ferai donc plus loin une analyse des emprunts des films du corpus aux genres dans lesquels ils s'inscrivent – dans ce cas-ci la comédie –, ce qui me permettra d'aborder la présence de formation générique étrangère sous le prisme d'une des stratégies de décrochage proposé par Gérard Bouchard : la réappropriation.

L'expérience vernaculaire moderne cinématographique

Il serait futile de tenter de mettre en place et de soutenir un modèle de réception cinématographique dit « populaire » aux délimitations closes et restrictives. Il ne s'agit pas d'affirmer : « voici comment le film a été compris par une communauté en particulier », mais plutôt de démontrer les nombreuses et diverses possibilités d'interprétation d'un discours qu'on discrédite hâtivement dans les sphères intellectuelles.

Par contre, cet ensemble de possibilités d'interprétation des films et la production de sens qui en découle s'inscrivent, pour Miriam Hansen, dans une seule grande expérience sensorielle, celle de la modernité (1999). Ici prévaut l'aspect social de ce terme polysémique plutôt que les acceptions politiques, artistique ou esthétique⁴². L'expérience moderne dont parle Hansen est celle combinée des progrès technologiques et des transformations sociales. Dans le système capitaliste, la réalité sociale et culturelle des détenteurs du capital et des élites traditionalistes diffère de celle de la population en général. Hansen précise donc que ces groupes ne vivent pas la modernité de la même façon et propose d'appeler « modernité vernaculaire⁴³ » l'expérience vécue par les classes moyenne et laborieuse. Germain Lacasse,

⁴² Voir Nouss 1995, p. 30.

⁴³ « I am referring to this kind of modernism as "vernacular" (and avoiding the ideologically overdetermined term "popular") because the term vernacular combines the dimension of the quotidian,

Johanne Massé et Bethsabée Poirier lient cette nouvelle expérience à ce que Walter Benjamin appelle « l'esthétique de la distraction » (2000, p. 268-316) :

Contrairement à l'esthétique dite traditionnelle, associée à la culture élitiste et intellectuelle, qui imposait aux spectateurs un regard méditatif sur l'œuvre d'art, l'esthétique de la distraction offre aux spectateurs une perception qui correspond à l'expérience de la modernité : un rythme accéléré, une vision du monde fragmentée, une ouverture sur la diversité, toutes caractéristiques des nouvelles sensations que procure la modernité (Lacasse et *al.*, 2012, p. 26).

Pour Miriam Hansen, le cinéma hollywoodien classique est l'un des plus puissants diffuseurs de cette expérience. Ce modèle narratif s'est imposé comme le « Véritable cinéma » dans les diverses communautés où il est diffusé. Selon la théoricienne, cette force ne réside pas nécessairement dans sa capacité d'offrir un système narratif hautement formalisé et compréhensible de tous (*classical narrative*), mais plutôt réside dans l'expérience sensorielle qu'il comporte: « [i]t was not just what these films showed, what they brought into optical consciousness, as it were, but the way they opened up hitherto unperceived modes of sensory perception and experience, their ability to suggest a different organization of the daily world » (Hansen 1999, p. 71). Ces postulats s'avèrent en concordance avec notre vision de la culture populaire comme expérience des plaisirs corporels excessifs et comme expérience de création de sens de la vie quotidienne en fonction d'une position sociale subordonnée. L'expérience sensorielle offerte par le cinéma hollywoodien, au-delà de l'efficacité narrative, propose une vision moderne du monde. La formation de cette expérience de modernité vernaculaire passe principalement par ce mode de perception sensoriel directement lié aux plaisirs qu'offrent nos

of everyday usage, with connotations of discourse, idiom, and dialect, with circulation, promiscuity, and translatability » (Hansen 1999, p. 60).

sociétés industrielles de consommation de masse. Bref, l'acceptation de cette expérience sensorielle du cinéma chez un individu doit être considérée comme un possible liant social qui permet la constitution de ce que nous qualifions de communauté vernaculaire moderne.

Aborder le cinéma hollywoodien du point de vue d'une certaine perception sensorielle du spectateur permet, selon Hansen, de nuancer notre compréhension de ce phénomène cinématographique dominant et de l'aborder dans son ensemble :

[...] if we understand the classical in American cinema as a metaphor of a global sensory vernacular rather than a universal narrative idiom, then it might be possible to imagine the two Americanisms operating in the development of Soviet cinema - the modernist fascination with the "low", sensational, attractionist genres and the classicist ideal of formal and narrative efficiency - as two vectors of the same phenomenon, both contributing to the hegemony of Hollywood film » (*ibid.*, p. 71).

Cette approche, qui considère l'expérience sensorielle cinématographique comme un amalgame de possibilités narratives et attractives⁴⁴, met en lumière le rapport de force entre le cinéma local, adressé à la population francophone du Québec, et le cinéma américain dans la province. La vision Hansennienne du cinéma de divertissement de masse m'incite à aborder le cinéma québécois comme une sous-culture qui se définit inévitablement dans une relation dialogique avec une forme culture dominante : le cinéma hollywoodien.

Si le système de production du cinéma hollywoodien use davantage du système de l'intégration narrative, le cinéma populaire québécois des années 1960 et 1970 tend fortement vers le système du cinéma des attractions (Lebel 2009). Cette sous-culture cinématographique

⁴⁴ Il s'agit du phénomène de tension entre l'intégration narrative, qui cherche à faire progresser le récit en maintenant le spectateur dans la diégèse, et le cinéma des attractions, qui exploite la puissance spectaculaire de l'image tout en limitant les possibilités narratives. Voir : Gunning [1986] 2006, Gaudreault et Jost 1990).

négoce son espace dans le champ culturel en privilégiant des éléments attractifs qui ne sont et ne peuvent être exploités par le cinéma hollywoodien. Pour résister à l'hégémonie culturelle, elle met en scène des récits, des lieux et des vedettes *locales* et offre à voir des attractions considérées par plusieurs comme *sensationnelle* et *basses*, la nudité féminine étant un bon exemple. La domination du marché québécois par le cinéma hollywoodien pousse certains créateurs québécois à offrir un produit qui tend vers le système du cinéma des attractions et qui exploite des éléments spectaculaires qui défient les limites de l'acceptabilité sociale auxquelles le cinéma hollywoodien, doit se soumettre. En somme, ils intéressent le public national grâce à certaines conventions cinématographiques connues mais y ajoutent des marques familières spécifiques.

Observer la production québécoise de cinéma de divertissement sous l'angle d'un rapport de force avec une culture hégémonique permet de mieux souligner les similitudes et différences avec le modèle hollywoodien, et ainsi ultimement faire ressortir les aspects hors-normes – et possiblement résistants – de cette expérience cinématographique locale. Somme toute, je crois que le public québécois, par sa consommation du cinéma hollywoodien, accepte une expérience de modernité vernaculaire, mais que l'acceptation et l'intégration des films populaires locaux dans leur vie quotidienne consolident une communauté vernaculaire moderne québécoise.

Cinéma populaire/cinéma d'expérience corporel

Le corps cinématographique et le corps du spectateur

Le corps cinématographique est une construction. Le corps humain au cinéma est désarticulé à la captation, généralement en 24 images par seconde, et réarticulé lors de la

projection. Le film permet au spectateur de voir un corps semblable au sien, mais aux facultés décuplées puisque les lois temporelles et physiques du monde réel ne le limitent plus. Comme l'avance Antoine de Beacque, le spectacle cinématographique peut faire passer le corps par les formes extrêmes de la « défiguration terrifiante » ou encore de la « refiguration idéale » (1996, p.11). Telle la machine qui l'offre à notre regard, ce corps acquiert des caractéristiques mécaniques, il devient manipulable et malléable.

Rae Beth Gordon expose dans son livre *De Charcot à Charlot : Mises en scène du corps pathologique* (2013) comment le cinéma porte en lui l'essence de la modernité, la vitesse (p. 202). Dans cette étude des analogies entre les nombreux cas publicisés d'hystérie dans les hôpitaux et les spectacles populaires au tournant du 20e siècle, elle en vient à démontrer que la machine cinématographique était un véhicule parfait pour ces corps aux mouvements incontrôlables et que leur présence sur l'écran – dans le cinéma comique burlesque, par exemple – ne pouvait qu'impressionner fortement les spectateurs de l'époque : « Ce mouvement exacerbé des corps à l'intérieur du cadre filmique a son miroir dans l'activité interne du corps des spectateurs : car les mouvements frénétiques perçus à l'écran produisent de l'activité nerveuse et musculaire chez le spectateur » (*ibid.*). Gordon montre avec justesse que la vitesse et le mouvement continu de l'expérience cinématographique incitaient le spectateur à entretenir une attitude corporelle nerveuse (*ibid.*, p. 203). L'image du corps cinématographique porte en elle une possibilité de transgression qui risque de façonner la compréhension de son propre corps par le spectateur :

Cette chorégraphie de corps qui dessinent des zigzags en changeant de direction (de gauche à droite et l'inverse, ainsi que de bas en haut et l'inverse) produit une réaction physiologique encore plus forte sur le

spectateur dont la « machinerie interne » reproduit ces changements abrupts de direction (*ibid.*, p. 205).

Le corps cinématographique parvient à faire vivre au spectateur des sensations qui transgressent l'expérience ordinaire et quotidienne de son propre corps et qui l'ouvrent sur de nouvelles possibilités. Le cinéma n'est pas la seule « machine de la modernité » à créer de « l'accoutumance aux sensations fortes⁴⁵ » selon Gordon, le train en est un autre et c'est son rapport à la vitesse et au mouvement continu, qu'il partage avec le cinématographe, qui en fit un sujet de prédilection de nombreux films au début du 20^e siècle (*ibid.*, p. 202). Chaque nouvelle machine, participant à la modernité technologique et proposée à l'expérience humaine, a la possibilité de redéfinir notre entendement des limites de notre corps et d'ainsi contribuer à transformer notre compréhension du monde. Cette thèse a été longuement défendue par le théoricien des communications Marshall McLuhan qui l'a résumé en cette simple phrase : « Le message, c'est le médium » (1968, p. 23). Il apparaît impératif de considérer principalement le corps cinématographique comme un corps/construction qui peut être déconstruit (le corps mutilé et démembré des films d'horreur) ou reconstruit (le corps manipulé par le montage pour permettre au comique burlesque de survivre à ses nombreuses chutes) au gré des créateurs.

Cette manipulation du corps permet une multitude de représentations différentes et Nicole Brenez, dans son analyse figurative du corps au cinéma, propose une base de réflexion pertinente avec ses quatre modèles figuratifs : l'organique (le corps comme organisme naturel et animal), le fétiche (le corps qui incorpore de l'altérité), le logique (le corps comme idée) et le mécanique (le corps/machine) (1998, p. 33). Les modèles mécanique et logique sont

⁴⁵ Ces mots sont de Jean Epstein et cité par Rae Beth Gordon (2013, p. 205).

privilegiés dans mon étude, car je crois qu'il faut réfléchir le corps dans le cinéma populaire sous l'angle de la manipulation par le médium, permettant la création d'un corps physiquement et socialement nouveau. Ces modèles sont intéressants lorsque le temps vient de décrire le processus de représentation du corps dans une société en pleine modernisation. Le corps cinématographique diffuse l'idée d'un corps social progressant dans un contexte spécifique engendrant une expérience singulière que l'on peut, sinon reconstruire, du moins cerner ou évoquer en précisant les éléments contextuels de l'époque étudiée.

Les modèles de Brenez deviennent d'autant plus intéressants lorsqu'on les soustrait aux problèmes méthodologiques de l'approche figurative privilégiée par l'auteur. Elle exhorte l'analyste à considérer que le film doit primer son contexte (*ibid.*, p. 10). Cette approche de la réception, privilégiant un objet filmique décontextualisé, m'apparaît hautement problématique au regard des tenants et aboutissant de la présente étude qui se veut historique et sociale. Elle suppose l'existence d'un spectateur idéal possédant des connaissances parfaites (ou presque) des codes, conventions et mécanismes du cinéma. Je ne nie pas la réalité de cette instance, ce spectateur existe bel et bien, mais il s'agit, dans le cas de l'ouvrage de Nicole Brenez, de l'auteure elle-même, sans plus. L'analyse figurative ne fait pas état des multiples réceptions possibles par un public, mais se limite à décrire une expérience de réception quasi parfaite, celle d'une intellectuelle qui est prisonnière d'un contexte social et culturel précis et discernable. Bref, décontextualiser le film revient à privilégier *une* contextualisation de sa réception parmi d'autres, et ainsi faire état d'une lecture « idéale » faite par un spectateur prétendument anhistorique.

Études de la réception

Nous touchons ici une très importante question de méthodologie historiographique que j'ai abordée en introduction et effleurée au cours du premier chapitre concernant les cultures populaires. Pour comprendre le rôle et l'impact d'une œuvre populaire, il est nécessaire de dépasser l'analyse de l'objet même, pour privilégier une étude de l'expérience de réception. J'ai supposé qu'il était préférable de considérer l'expérience de réception comme un lieu de tiraillement symbolique, de négociation, de négation et d'acceptation, qui permettent au récepteur de donner du sens à sa position sociale. Janet Staiger dans *Interpreting Film : Studies in the Historical Reception of American Cinema*, abonde en ce sens en développant l'approche des *Reception Studies* appliquée au cinéma. Elle veut ainsi éviter l'opposition binaire entre le lieu de création de sens situé dans le film (par un discours précis dans le texte) ou encore chez le spectateur (par une capacité de compréhension libre et universelle), pour ainsi pouvoir capter toute la richesse de la création de sens dans *l'expérience du cinéma* :

[...] reception studies is not textual interpretation. Instead, it seeks to understand textual interpretation as they are produced historically. As Jonathan Culler characterizes research in reception, it "is not a way of interpreting works but an attempt to understand their changing intelligibility by identifying the codes and interpretative assumptions that give them meaning for different audiences at different periods" (Staiger 1992, p. 9).

La réception d'un film aujourd'hui n'a que peu à voir avec la réception d'un même film dans le passé puisque les contextes sociohistoriques et les instances de réception diffèrent abondamment. Par conséquent, l'historien de la réception doit faire un important travail de contextualisation historique des spectateurs de l'époque concernée en évitant d'assumer qu'un spectateur soit totalement libre d'interpréter à sa guise, que les interprétations de l'auditoire soient homogènes ou encore que les spectateurs « lisent » de manière cohérente (*ibid.*, p. 31-

32). Il est donc nécessaire de cerner convenablement les nombreuses possibilités de réception possible. Un défi crucial de cette thèse repose sur cette idée qui implique de présenter un contexte sociohistorique large et l'ensemble des informations filmiques et extrafilmiques qui ont pu influencer la réception d'un film : « If an audience member believes that Hitchcock directed *The Birds* or Bela Lugosi died during the filming of *Plan Nine from Outer Space*, the interpretative frame may be part of the pleasure of the film's meaning for that viewer » (*ibid.*, p. 22). Une controverse, par exemple – celle du film *Après-ski* dans notre cas – contribue à multiplier les positions de réception, qui produisent en définitive des interprétations différentes de la même expérience.

Ce qui importe en définitive est de cerner les multiples positions de réception d'un groupe de spectateurs contextualisés et d'exposer comment l'expérience physique des plaisirs populaires du corps produisent une expérience symbolique personnelle, et ultimement sociale, qui peut influencer et modeler la compréhension du corps et du monde du spectateur. Par contre, il est important de ne pas isoler l'individu, mais plutôt de le réintégrer dans une expérience de masse, car une expérience partagée par des individus leur permet de tisser des liens et de s'imaginer comme appartenant à une même communauté ou encore à un ensemble encore plus grand, la nation.

Conclusion

Le cinéma populaire évolue dans un rapport hiérarchique plus ou moins consciemment élaboré par des élites désireuses d'investir et de contrôler le champ culturel. C'est au su de cette hiérarchie que la population prend une décision concernant les objets qu'elle accepte et ceux qu'elle rejette. Un film qui n'est pas soutenu par une vedette et qui ne s'inscrit pas dans

une formation générique précise a moins de chance d'interpeler des individus non érudits et d'être ainsi accepté et intégré dans leur vie quotidienne, mais ce n'est pas impossible si l'œuvre met de l'avant des plaisirs dits populaires. Tel un entrepreneur en construction qui valorise sa position sociale en traitant les intellectuels de « pousseurs de crayon⁴⁶ », l'amateur de cinéma de masse rejette les grandes œuvres cinématographiques non pas parce qu'elles lui sont inaccessibles, mais parce qu'elles sont, selon lui, « plates », « snobes » ou « prétentieuses ». Dans sa compréhension, l'expérience du cinéma populaire est positive et valorisante. Elle lui offre une évasion des pressions sociales qu'il subit dans son quotidien et lui permet de vivre une expérience par laquelle les rapports de force sont inversés, où le bon l'emporte sur le méchant et où le fort abdique devant le faible. Dans ces conditions, nous ne devons plus limiter notre compréhension du cinéma populaire à une recette précise réutilisable d'un marché à l'autre, mais l'entendre comme une *expérience* positive vécue par un individu au positionnement social subordonné. Cette subordination ne se limite pas à l'aspect économique de la vie de l'instance de réception. Ce n'est pas qu'une subordination de classe. Elle peut être liée à une multitude d'aspects différents de la vie du spectateur : son genre, son âge, son identité sexuelle, la couleur de sa peau, son emploi, etc.

Puisque c'est l'expérience du cinéma populaire dans un contexte social précis qui m'intéresse, les études de la réception s'avèrent une approche tout avisée pour aborder la comédie cinématographique québécoise du milieu des années 1960 au milieu des années 1970 : « [a]nother way of putting it is that reception studies tries to explain an event (the interpretation of a film), while textual studies is working toward elucidating an object (the

⁴⁶ Mon père utilisait fréquemment cette expression, mais ne l'utilise plus autant depuis que son deuxième fils a entrepris de longues études universitaires.

film) » (*ibid.*, p. 9). Donc, dans un premier temps, l'histoire d'un genre cinématographique s'entremêlera à l'histoire des multiples positions de réception du public de l'époque. Dans un second temps, j'analyserai des œuvres sous l'angle de la polysémie dans l'interprétation des spectateurs négociant avec les différents procédés discursifs (ou stratégies de décrochage) théorisés par Gérard Bouchard et que j'aborde au prochain chapitre. Je pourrai ainsi mettre en lumière le rôle et l'importance du cinéma populaire dans l'élaboration d'une conscience vernaculaire et moderne de la nation québécoise.

Chapitre III

« Cinéma populaire » et « nation » font-ils bon ménage?

Nation et Nationalisme

L'une des premières et principales conditions de la nation est, selon le théoricien Ernest Gellner, l'existence de l'état (1979, p. 4). Il définit l'état comme un regroupement d'institutions qu'il décrit comme des « specialized order-enforcing agencies » et qui ont pour but le maintien de l'ordre (*ibid.*). De son côté, Benedict Anderson rappelle que dans sa conception moderne « l'état est pleinement, absolument et également souverain sur chaque centimètre carré d'un territoire juridiquement délimité » ([1992] 2002, p. 32). L'état moderne peut ainsi être compris comme une unité politique s'exerçant sur un territoire géographique donné. Les individus participant à un regroupement national en devenir peuvent en premier lieu limiter l'existence de leur communauté à ce territoire politique accepté et traité comme légitime (Gellner 1979, p.4). Selon lui, cependant, bien que nécessaire à la formation du nationalisme, l'existence de l'état n'est pas une condition suffisante à son apparition. L'essor des nations modernes est étroitement lié à la mise en place des sociétés industrielles qui, dans leur désir de croissance perpétuelle, nécessitent une division du travail, ainsi qu'une certaine forme d'égalitarisme, et une instruction de masse, qui permettent un renouvellement des agents sociaux (*ibid.*, p. 19-38). Plusieurs théoriciens de la nation (Gellner 1979, Anderson [1992] 2002, Hobsbawm [1992] 2001) partagent l'idée que cette nouvelle configuration sociale transforme les paysans du monde agraire en professionnels qui doivent, pour le bon fonctionnement des systèmes économiques et politiques, partager et participer à une même culture. De ce phénomène homogénéisant put émerger le nationalisme, le sentiment

d'appartenance à une nation. Hobsbawm écrit que « [...] pour les besoins de l'analyse, le nationalisme vient avant les nations. Ce ne sont pas les nations qui font les États et le nationalisme; c'est l'inverse » ([1992] 2001, p. 27-28).

Les trois théoriciens s'accordent aussi sur l'idée que les nations sont des ensembles culturels inventés et construits par des élites culturelles et économiques. Gellner voit dans ce processus une certaine forme de supercherie des élites. Hobsbawm et Anderson nuancent cette idée d'invention de la nation, l'un en reprochant à Gellner de « privilégi[er] la perspective de la modernisation par en haut, ce qui le gêne pour apporter l'attention voulue à la vision par en bas » (Hobsbawm [1992] 2001, p. 29), et l'autre en réclamant l'utilisation du terme « imagination » plutôt qu'« invention » (Anderson [1992] 2002, p. 20). Dès lors, ils ne considèrent pas la constitution de la nation comme un phénomène seulement attribuable aux élites; tous les membres d'une communauté y ont un rôle à jouer. Anderson propose une définition simple, cohérente et polyvalente de la nation qui prend en compte et privilégie le caractère créatif du phénomène. Il l'a décrit comme « [...] une communauté politique imaginaire, et imaginée comme intrinsèquement limitée et souveraine » (*ibid.*, p. 19). Puisque cette définition est d'une grande importance dans mon argumentaire, elle mérite quelques clarifications.

Anderson n'est pas sans rappeler que la nation est *imaginaire* puisque « [...] même les membres de la plus petite des nations ne connaîtront jamais la plupart de leurs concitoyens [...], bien que dans l'esprit de chacun vive l'image de leur communion » (*ibid.*). Elle est aussi imaginée comme *limitée*, car : « [a]ucune nation ne s' imagine coextensive à l'humanité » (*ibid.*, p. 20). Dans l'esprit des membres, la nation a toujours des frontières qui peuvent être de

nature bien diverse : territoire, race, citoyenneté, etc., et ces limites ne sont pas nécessairement les mêmes pour tout le monde. De plus, tous les participants imaginent la nation comme *souveraine* : « [...] les nations rêvent d'être libres et de l'être directement, même si elles se placent sous la coupe de Dieu. L'État souverain est le gage et l'emblème de cette liberté » (*ibid.*, p. 20-21). Les nations veulent donc être libre de ce qui pourrait les empêcher d'être, et veulent, selon John Stuart Mill : « [...] vivre sous le même gouvernement, et désirent être gouvernés par eux-mêmes ou exclusivement par une partie d'eux-mêmes » (cité dans Hobsbawm [1992] 2001, p. 43). Finalement, elle est imaginée comme une *communauté*, comme une « camaraderie profonde, horizontale » (Anderson [1992] 2002, p. 21). Peu importe les disparités et les inégalités des membres, ceux-ci s'imaginent liés les uns aux autres.

Par conséquent, les nations ne seraient pas naturelles, homogènes et anciennes, mais seraient plutôt « imaginées », hétérogènes et récentes, liées à la mise en place des sociétés modernes. Anderson propose, pour mieux comprendre les origines des nations et des nationalismes, d'en examiner les racines culturelles, c'est-à-dire l'apparition d'une culture partagée par les occupants d'un même territoire qui peuvent, de ce fait, se transformer en nouvelle « communauté imaginée ». Il soulève lors de sa riche analyse trois éléments fondamentaux de la formation des nations :

Ce qui, de manière positive, a rendu les nouvelles communautés imaginables, c'est l'interaction à demi fortuite, mais explosive, entre un système de production et de rapports de production (le capitalisme), une technique de communication (l'imprimé) et la fatalité de la diversité linguistique (*ibid.*, p. 54).

La diffusion mercantile de l'imprimé, qui requiert, sur un même territoire, l'unification des divers dialectes en une langue littéraire commune, permet la diffusion à grande échelle des romans et de la presse qui rendent possibles les débuts des consciences nationales.

Le sens de cette cérémonie de masse – la lecture du journal est pour l'homme moderne un substitut de la prière matinale, observait Hegel – est paradoxal. Elle s'accomplit silencieusement, en privé, dans les méandres du cerveau. Pourtant, chaque communiant sait pertinemment que la cérémonie qu'il accomplit est répétée simultanément par des milliers (ou des millions) d'autres, dont il connaît parfaitement l'existence même s'il n'a pas la moindre idée de leur identité. De surcroît, cette cérémonie se répète sans cesse, à intervalles quotidiens ou semi-quotidiens, au rythme du calendrier (*ibid.*, p. 46).

Le média permet d'atteindre un nombre de personnes qui vont s'imaginer comme faisant partie d'une même communauté sur un territoire circonscrit. Une nation est dès lors formée d'une multitude de sujets différentes, qui, malgré tout s'imaginent comme ayant certains points communs, certains liens. Il est pertinent de supposer que le cinéma et les autres médias de masse du 20^e siècle, tels la radio et la télévision, ont joué un rôle important dans la formation de liens sociaux permettant à une communauté vernaculaire « québécoise » – qui se conçoit jusqu'au milieu du siècle comme « canadienne-française » – de s'imaginer comme un groupe distinct.

C'est pourquoi la nation a intérêt à être comprise comme un concept culturel mouvant⁴⁷ et articulant des idées par moment bien divergentes, et non pas comme *une* idéologie (*ibid.*, p. 19). Le processus de formation d'une nation est un lieu de création ou le

⁴⁷ Hobsbawm tient aussi à rappeler que : « [...] l'identification nationale, avec ce qu'elle est censée sous-entendre, peut changer et se modifier au fil du temps, même au cours de périodes assez brèves. À mon avis, c'est dans ce domaine que le besoin de voir entreprendre réflexions et recherches est le plus urgent » (1992, p. 30).

politique et l'idéologique sont évidemment mis à contribution par les participants. Dans l'intérêt du chercheur, Hobsbawm avance qu'« il faut donc analyser les nations et les phénomènes qui leur sont associés en termes politiques, techniques, administratifs, économiques, et en tenant compte de tout ce qu'exigent les conditions particulières » ([1992] 2001, p. 28-29). Ces « communautés imaginées » le sont dans des contextes sociaux et historiques singuliers qui peuvent autant mener à des dérives idéologiques (racisme, fascisme) qu'à de puissants discours d'amours et de fraternité.

Si la formation des nations modernes est un phénomène complexe toujours sujet à de nombreux débats, Hobsbawm avance tout de même avec assurance que : « [...] la plupart des spécialistes seraient d'accord pour dire que, quelle que soit la nature des groupes sociaux qui accèdent en premier à la "conscience nationale", les masses populaires – ouvriers, serviteurs, paysans – sont les dernières à être touchées » (*ibid.*, p. 31). Les membres des élites culturelles et économiques sont les premiers à développer une vision nationale propre et sont aussi les premiers à concevoir et transmettre des récits nationaux aux autres membres de la société.

Cette conception du processus de constitution d'une nation, à un moment de son histoire où des élites ont transmis leurs visions de la nation par des récits, pourrait facilement mener le chercheur à ne considérer que les narrations officielles pour prendre le pouls de la conscience nationale. Dès lors il m'apparaît pertinent de suivre un autre conseil d'Eric Hobsbawm : « [p]remièrement, les idéologies officielles des États et des mouvements ne permettent pas de découvrir ce qui se passe dans l'esprit des citoyens, fussent-ils les plus sincères de leurs partisans » (*ibid.*, p. 30). En observant cette précaution, le processus de communication décrit au cours des deux premiers chapitres – qui pense la culture comme un

lieu de tiraillement et de friction symbolique entre le discours transmis et l'interprétation – est approprié pour comprendre la transmission d'idées sur la nation dans les récits. Bien qu'une place importante soit faite au « citoyen moyen » et à ces possibilités d'imagination d'une communauté distincte par l'expérience cinématographique populaire, je dois tout de même remettre en contexte la pluralité des récits nationaux élaborés par les historiens et penseurs du cinéma québécois.

Histoires nationales et cinémas nationaux

La nation nécessite un « réfléchir ensemble » constant et mouvant qui n'est possible que si des liens sont imaginés entre les individus. Les beaux discours des élites (hymnes, chansons, poèmes, romans, journaux, etc.) qui appellent à l'unité nationale sont certes responsables de la naissance d'un sentiment de communion chez des citoyens aux identités bigarrés. Ces œuvres servent principalement à créer l'idée de l'homogénéité de la communauté⁴⁸. Ils le font en créant une culture dans laquelle les sujets y imaginent des intérêts communs. L'un des véhicules importants d'une symbiose culturelle est l'historiographie. Nicolas Offenstadt rappelle que la science de l'histoire à l'aube du 20e siècle est essentiellement pensée comme un outil de développement du sentiment national : « [...] chez bien des historiens de l'époque, patriotisme engagé et travail historique marchaient de pair » (2011, p. 47). Le travail de ces historiens classiques, qui transmettent l'idée d'une nation naturelle, comporte une caractéristique qui nous semble importante de souligner : l'oubli.

⁴⁸ Je ne voudrais surtout pas laisser croire que les « beaux discours » sont l'unique façon de diluer la diversité dans les nations. Gérard Bouchard énumère les actions symboliques et concrètes qui furent utilisées dans les collectivités du Nouveau Monde pour en arriver à de tels résultats. Voici quelques actions concrètes qui n'ont pas la noblesse que peuvent avoir certains procédés symboliques : la suppression physique par la guerre, le génocide, l'expulsion, la déportation, l'eugénisme, la stérilisation forcée de « sous-populations », la marginalisation, l'acculturation, l'assimilation forcée, etc. (2000, p. 378-380).

Si la nation requiert l'homogénéité de ces citoyens, elle force ainsi à un oubli collectif. Ernest Renan est l'un des premiers penseurs du concept de nation à mettre en lumière cet aspect de l'écriture des récits historiques nationaux : « l'essence d'une nation est que tous les individus aient beaucoup de choses en commun, et aussi que tous aient oublié bien des choses » (1947-1961, p. 892). L'écriture de ces histoires implique l'omission d'évènements tragiques qui peuvent attiser la haine entre les membres d'une même communauté, ou encore la transformation de faits historiques pour n'en conserver que les faits positifs et rassembleurs. De même, les historiens peuvent accorder plus d'importance et d'espace à certains acteurs ou situations de l'histoire qui ont plus de chance de galvaniser l'esprit de la nation, ou encore ne pas s'arrêter sur des pratiques culturelles populaires jugées vulgaires et de mauvais goût. Ici apparaît une piste de réponse concernant la modeste présence du cinéma populaire au cœur de l'histoire du cinéma québécois⁴⁹.

Le processus de formation des communautés d'érudits du cinéma, que nous avons vu au précédent chapitre, s'associe dans plusieurs États-Nations à l'écriture d'histoires nationales. Philippe Gauthier donne l'exemple de la France et des historiens de l'esthétique du cinéma de la première moitié du 20e siècle qui selon lui ont deux aspirations : une idéologique (le cinéma comme art) et l'autre nationaliste (le cinéma comme invention française) (2013, p. 227). À la même époque, le Canada français ne se soustrait pas à une telle vision. Le cinéma, qui est au départ vu par l'élite cléricale comme un ennemi de la nation, sera à partir de l'encyclique *Vigilanti Cura* (1936) envisagé comme un véhicule d'exaltation de la bonne parole catholique,

⁴⁹ Cette piste est explorée en profondeur dans la seconde partie de cette étude.

mais aussi d'un sentiment national canadien-français⁵⁰. La nouvelle communauté d'intellectuels laïcs du cinéma qui émerge ensuite au cours des années 1950 et 1960 en vient, elle aussi, à faire des choix qui supportent une construction identitaire nationale : les œuvres qui ont le plus de valeur sont aussi celles qui représentent le mieux la nation et ses intérêts. Nous verrons dans la seconde partie de la thèse que l'« écriture de l'histoire du cinéma » et les « intérêts nationaux », se joignent fort souvent.

Discuter la nation, c'est la créer un peu. La chercher, c'est la créer amplement. Proposer d'en discerner les limites m'expose au risque de mettre des balises qui ne sont que le reflet de l'idéologie qui m'habite. Je ne cherche pas à définir la nation, à trouver son essence. Je ne cherche pas non plus, contrairement à certains spécialistes des études des cinémas nationaux, à mettre en lumière les discours cinématographiques qui reflètent des éléments distinctifs d'une « identité unique » (Higson 1989) nationale, qui cernent une « national-cultural specificity » (Willemsen 1994) ou qui forment un « cinéma national ». Serge Cardinal expose brillamment les nombreux obstacles auxquels se bute le chercheur dans la recherche d'une « mentalité » spécifique qui émanerait d'un corpus filmique et d'une « conception du monde que possède une collectivité à un moment de son histoire » (1997, p. 16).

Ces régularités que vous extrayez de tous ces films doivent être distinctives, récurrentes et générales : vous cherchez ici à nommer une différence qui identifie tout un groupe sur toute une époque. Inévitablement, des difficultés de représentativité, d'exhaustivité et d'extensivité se lèvent. Au milieu d'un ensemble de films, dont vous avez peine à nommer les limites et à limiter le nombre, la détermination statistique et esthétique de régularités, pouvant

⁵⁰ Cette ouverture de Rome au cinéma ne plut pas à tous les membres du clergé canadien-français. Plusieurs continuèrent à afficher des réticences et de la résistance face au cinéma.

éventuellement trouver écho dans l'ensemble de la culture nationale, devient vite un délire de spécificité (*ibid.*, p. 18).

Il m'apparaît plus pertinent de chercher à comprendre comment les récits sur la nation se sont constitués successivement, et comment ils ont offert la possibilité à une communauté de s'imaginer malgré les différences des individus et la pluralité de leurs visions nationales. Les histoires du cinéma canadien-français/qubécois doivent ainsi être considérées comme un ensemble de récits nationaux qui proposent une délimitation particulière de la nation et qui statuent sur ce qu'elle est et sur ce qu'elle n'est pas, sans pour autant que ces frontières n'aient réellement existées sauf dans l'esprit des individus qui les ont acceptées. Cherchant un ensemble cohérent d'œuvres qui permet de saisir une identité nationale, les historiens des cinémas nationaux sélectionnent, condamnent et détournent le regard de la fatalité de la réalité : « Alors que vous tentiez de saisir l'identité nationale à travers un ensemble de films, vous n'avez trouvé que fragments auxquels manquait la totalité, vous n'avez trouvé que mouvements interprétatifs auxquels manquait une direction » (*ibid.*, p. 30). L'histoire que je présente ici se veut légèrement différente. Elle ne tente pas de cerner un corpus d'œuvres qui représentent justement l'identité québécoise, mais tente plutôt d'exposer les diverses possibilités d'influence d'objets culturels cinématographiques sur une communauté imaginaire. Cette histoire implique de ne pas chercher ce qui différencie le peuple Québécois cinématographiquement parlant, mais plutôt de comprendre le rôle d'une catégorie (cinéma populaire) dans les divers discours de construction de cette idée de nation. Ce n'est pas une histoire nationale au sens classique, mais une histoire d'imaginaires différents au sein d'une nation.

Accomplir ce travail me place devant un problème que Serge Cardinal expose ainsi : « Sans doute ne suffit-il pas de multiplier les catégories puisque chaque nouvelle division repose la question d'un Tout, chacune à son échelle. Surtout, il ne suffit pas de comprendre les différences comme une série d'oppositions » (*ibid.*). La clé se trouve selon moi, dans la considération constante qui doit être accordée au rapport dialogique entre les individus et les groupes. S'il y a opposition (dans notre cas entre communautés), il y a forcément reconnaissance de l'existence de l'opposant qui par son altérité offre à penser l'identité. Il me faudra donc

Échanger le multiple contre la multiplicité, et retrouver ainsi ce qui, dans l'efficacité du concept de mentalité, attirait le rapprochement du « dispars ». Mais un rapprochement qui, justement, n'élimine plus la différence, un rapprochement qui, au contraire, n'est possible que dans et par la différence, créant un « rhizome » où les productions identitaires sont dissymétriques, pièces de puzzle qui ne viennent pas du Même, mais de différents puzzles, violemment insérées les unes dans les autres, toujours locales mais jamais spécifiques, et leurs bords discordants toujours forcés, imbriqués les uns dans les autres, ou alors dans des rapports de contiguïté qui marquent des distances, dans des rapports d'éloignement qui produisent des connexions (*ibid.*, p. 31).

Histoire de la nation québécoise et cinéma québécois

Aussi noble les intentions de cette histoire puissent-elles être, faire face à cette étude me place devant un travail considérable et complexe. Cet examen est donc empreint d'une grande humilité, puisque je suis persuadé de ne pouvoir faire état que d'une trop mince parcelle du phénomène observé. Cependant, la certitude m'habite que ce modèle explicatif, que je m'efforce de présenter depuis trois chapitres et que je finirai d'expliquer bientôt, peut servir à d'autres qui pourront améliorer la compréhension du puzzle sinueux qui se présente devant nous.

Il m'a semblé important de m'éloigner des études des cinémas nationaux afin d'en éviter les failles et de revenir au concept de nation, d'en dépoussiérer les idées fondamentales, afin d'en exposer les mécanismes de constitution, de comprendre plus distinctement le rôle qu'y joue l'expérience cinématographique. Cela dit le Québec n'est pas la vieille Europe, et son contexte historique singulier appelle un regard sur la nation tout aussi singulier. C'est ici que les travaux de Gérard Bouchard me permettent de compléter mon modèle d'analyse.

En accord avec la pensée de la formation des nations de Benedict Anderson, Bouchard présente dans *Genèse des nations et cultures du Nouveau Monde* (2000) les différents schémas de constitution de diverses sociétés neuves tels les États-Unis, le Canada, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et le Québec. Il avance qu'il existe deux positions ou modèles face à la mère patrie : la reproduction à l'identique (ou schéma de continuité) et la reproduction dans la différence (ou schéma de rupture). Les nations du Nouveau Monde ont toutes, à un moment ou à un autre, tendance à emprunter l'un ou l'autre des schémas, mais il est toutefois rare qu'on les retrouve à l'état pur (Bouchard 2000, p. 25). Bouchard remarque que le Québec, dans son histoire, est bien souvent passé d'un modèle à l'autre et qu'au début du 20^e siècle le schéma de continuité a été entretenu principalement par les élites culturelles et économiques, tandis que les classes populaires entretenaient plutôt un rapport de rupture, conséquence de ce qu'il appelle la culture inscrite ou continentale, essentiellement offerte par l'expérience du territoire (*ibid.*, p. 27). Bouchard affirme même : « Par ailleurs, au sein de toutes les collectivités neuves, elle est celle dont les élites culturelles ont eu le plus de mal peut-être à assimiler le nouveau continent [...] » (*ibid.*, p. 60). Plus loin, il ajoute ceci :

En conséquence, les lettrés ont souvent affiché une attitude négative à l'endroit de la culture populaire, une attitude faite de méfiance qui

s'est exprimée dans une volonté de corriger plutôt que d'accréditer et de valoriser cette culture dans sa réalité profonde, dans son originalité, et d'en nourrir la culture savante (*ibid.*, p. 66).

Mais avec la Révolution tranquille, cette dichotomie se complexifie et la nouvelle élite culturelle intègre peu à peu des éléments de culture continentale. Selon Bouchard, la nouvelle élite culturelle réhabilite la culture populaire dans plusieurs domaines tels : la littérature, le théâtre, la poésie et le cinéma (*ibid.*, p. 161). Pourtant, il ne donne qu'un seul exemple concernant le cinéma québécois et c'est la présence d'un langage vernaculaire dans le cinéma de Pierre Perreault. Bien que les propos de Bouchard soient justes, je crois qu'ils méritent quelques approfondissements. Le rapprochement entre la nouvelle élite cinématographique et la culture populaire est avéré. Cependant, se pourrait-il que cette réconciliation n'eût été que partielle et que les élites aient entretenu, dans leur manière de réfléchir et de concevoir ce que doit être le « Cinéma », un certain rapport de continuité avec la mère patrie française? Se pourrait-il qu'ils aient contribué, par leur attachement à une démarche intellectuelle principalement française et européenne (notion du cinéma d'auteur, mouvement de la nouvelle vague, approches esthétiques d'un cinéma moderne, etc.), à entretenir d'une manière distincte les différences entre culture savante et populaire? Plusieurs membres de l'intelligentsia du cinéma au Québec se sont approchés de la culture populaire en y posant un regard bien souvent documentaire ou analytique (voir Scheppler 2009), et par moment en y participant de manière militante et communautariste (voir Froger 2009), mais plus rarement en contribuant à l'un des aspects les plus importants de cette culture : les plaisirs. Ils posent selon moi un regard particulier sur le populaire, ils le regardent comme une culture qui n'est pas leur. Les critiques et historiens n'offrent leur appui qu'à certaines œuvres, entretenant une distance face aux films populaires, car ils aspirent aussi à solidifier leur position en tant que nouvelle élite

du cinéma face à la vieille garde cléricale. Ce désir de distinction les a amenés à rejeter plusieurs aspects continentaux ou même américains du cinéma populaire produit au Québec. Au lieu d'accepter la modernité vernaculaire québécoise empreinte d'américanisme, ils l'ont décrié et ont assimilé les films populaires à des sous-productions états-uniennes. En défendant leur position dominante, les penseurs du cinéma ont selon moi contribué à l'oubli historique du cinéma populaire des années 1960-1970⁵¹.

Pourtant ce cinéma permit d'instaurer un rapport de rupture avec la culture métropolitaine française par l'utilisation de divers procédés discursifs et stratégies de décrochage. La population peut aussi s'approprier une autre culture dominante – celle du géant du sud, les États-Unis –, favorisant l'imaginaire d'une communauté distincte au sein de l'entité plus grande qu'est la nation québécoise. Une communauté ni états-unienne (bien qu'américaine), ni française, ni anglaise, qui rejette une identité canadienne-française catholique et qui possède des intérêts divergents de ceux de la nouvelle élite intellectuelle : une communauté vernaculaire moderne québécoise.

Les procédés discursifs et stratégies de décrochage

Bouchard présente diverses stratégies d'affranchissement utilisées par les communautés neuves dans leurs efforts d'autonomie envers une culture métropolitaine (2000, p. 373-377). Ces stratégies, qu'il énumère ainsi : la *réappropriation*, la *profanation*, le *déplacement latéral*, la *diversion*, l'*hybridation*⁵² et le *retournement contre soi-même* se retrouvent de manière récurrente dans les cultures du Nouveau Monde qui aspirent à

⁵¹ Je défends plus amplement cette idée au chapitre V.

⁵² Nous laissons de côté la stratégie de l'hybridation qui n'est pas très révélatrice lorsqu'appliquée au cinéma québécois de comédie.

l'émancipation. Sous diverses formes, nous retrouvons ces stratégies chez les élites culturelles québécoises en théâtre, littérature, peinture et cinéma. J'avance que ces différents processus sont aussi présents dans la culture populaire et qu'il est possible de les identifier dans les étapes de production, médiation et réception de la culture cinématographique du Québec. Voyons de quelle manière ces stratégies, jumelées à notre approche des cultures populaires et de leurs plaisirs du corps, nous permettront de développer une démarche analytique de la formation d'une communauté vernaculaire moderne québécoise.

Le déplacement latéral

Cette stratégie est décrite par Bouchard comme un « travail de déracinement en changeant carrément de métropole » (*ibid.*, p. 374). Socialement parlant, cette transition s'est produite à divers moments dans l'histoire du Québec. La plus importante est sans doute le changement de métropole provoqué par la cession de 1763 (*ibid.*). Cependant, le déplacement qui nous intéresse le plus est d'aspect culturel et concerne la progressive mise en place d'une culture de masse à la fin du 19^e siècle et de son évolution dans la première moitié du 20^e siècle. Cette culture, principalement états-unienne, vint tranquillement remplacer la culture du terroir aux racines européennes dont le clergé catholique était l'un des principaux porte-étendards. La collectivité neuve substitua une culture métropolitaine (terroir) à une autre (de masse) « choisissant d'en faire désormais la source de leurs emprunts, de leurs imitations et de leur dépendance » (*ibid.*). C'est pour cette raison que je fais état, au prochain chapitre, de la lente apparition et propagation des cultures de masse, en tenant compte principalement des éléments qui influencent mon corpus cinématographique.

La diversion

Ce stratagème consiste en l'élaboration d'une figure symbolique nouvelle supplantant des figures précédemment établies et devenues inadéquates (*ibid.*, p. 375). On remarque son emploi dans le corpus lorsqu'on met en place un personnage confronté à des identités visiblement différentes de la sienne. Un exemple flagrant de ce procédé se retrouve dans la comédie *J'ai mon voyage!* mettant en vedette Dominique Michel. Son personnage accède à une valeur symbolique différente (québécoise) par sa mise en opposition, premièrement à son mari d'origine française, et deuxièmement à l'entièreté du Canada anglais avec qui il ne peut communiquer. Cet élément narratif justifie les péripéties rocambolesques et la plupart des gags du film. Il s'agit d'un exemple éloquent des liens qu'il peut y avoir entre plaisirs populaires et stratégies d'affranchissement.

Paradigme du « bâtard » ou retournement contre soi-même

« C'est une forme d'anthropophagie qui consiste à se retourner contre soi-même, la culture fondatrice se nourrissant non pas des richesses des autres, mais de ses propres pauvretés, de ses carences réelles ou imaginées, dans une subversion tranquille et vorace » (*ibid.*, p. 376). Voici comment Bouchard explique ce procédé qui a fortement été utilisé en humour au Québec puisqu'il permet l'exploration des travers de notre identité sociale et la formation de liens communautaires à travers l'autodérision. Plusieurs personnages dans l'histoire du divertissement au Québec correspondent à ce modèle. Pensons à l'ouvrier bien naïf des monologues d'Yvon Deschamps, qui ne cessait de louer son « bon boss », personnage qu'il adapte à deux reprises au cinéma.⁵³ Pensons aussi au personnage burlesque et maladroit que Gilles Latulippe a interprété à la télévision et au cinéma dans les années 1960

⁵³ Dans *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* et *Le p'tit vient vite*.

et 1970⁵⁴. Les années 1980 ont ajouté à l'éventail le grotesque Elvis Gratton et la décennie 1990 a été peuplée par la célèbre famille Paré de *La petite vie* (1993-1998) qui offrait le portrait caricatural d'une famille québécoise. Tous ces personnages de fiction nous ont permis de rire ensemble de nos lacunes réelles ou imaginaires.

La réappropriation

Bouchard explique le principe de réappropriation de cette manière : « Dans ce cas, la culture fondatrice réalise son autonomie au sein de la culture métropolitaine, qu'elle fait délibérément sienne, mais en la retravaillant, plutôt que de l'affronter dans un combat qui semble ne jamais devoir être gagné parce que trop inégal » (*ibid.*, p. 373). Un premier exemple est l'utilisation, dans les années 1960 et 1970, de techniques de distribution directement inspirées du système hollywoodien⁵⁵. Un second exemple de réappropriation est l'utilisation de certains genres du cinéma hollywoodien (suspense, action, comédie musicale, etc.) ou du cinéma d'exploitation (sexploitation, horreur) pour en faire des objets cinématographiques adaptés au public local. En retravaillant certains genres présents dans des productions étrangères, les créateurs québécois présentent des œuvres facilement reconnaissables et possédants une saveur familière à laquelle les spectateurs locaux peuvent s'identifier.

La profanation

Ce procédé est l'un de ceux qui s'avèrent lumineux dans l'analyse de notre corpus. Bouchard présente la profanation comme « un procédé essentiellement iconoclaste par lequel une culture surmonte son complexe d'infériorité en saccageant les symboles de sa dépendance » (*ibid.*, p 373). Cette stratégie d'affranchissement est au diapason avec le

⁵⁴ J'y reviendrai au chapitre XI.

⁵⁵ J'aborde ceci au chapitre VII.

principe de résistance aux forces de domination chez John Fiske. Elle permet au subalterne de se démarquer de ces modèles et de produire du sens en lien avec sa propre situation sociale. Par exemple : le personnage interprété par Dominique Michel (jeune femme francophone) dans le film *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* ne cesse de vouloir créer le chaos autour de son patron anglophone, qui s'en retrouve ridiculisé plus souvent qu'à son tour. Ce film repose sur la création du rire par le « saccage » d'un symbole de domination culturelle et économique. La profanation est présente de diverses façons dans les comédies populaires de l'époque, par exemple l'utilisation d'un langage joual et grossier dans *La pomme, la queue... et les pépins !* de Claude Fournier, qui profane tant qu'il peut le français plus soigné de la bourgeoisie cultivée. Une autre forme importante que prend la profanation est la présence dans les films *Deux femmes en or*, *Après-ski* et *Les chats bottés*, de situations et de personnages dont la sexualité librement exposée bouscule les comportements puritains antérieurs promus par l'autorité religieuse catholique.

Conclusion

Comme nous l'avons exposé précédemment, les plaisirs populaires lient les individus dans une communauté qui possède une vision distincte mais hétérogène de ce qu'est la nation québécoise. Cette identité est, selon moi, constituée à partir de la consommation d'une culture populaire aux résonances locales qui joue le rôle de ce que Gérard Bouchard appelle une culture fondatrice. L'objectif de cette thèse est de dresser le portrait d'expérience cinématographique diverses autour d'un corpus de films dans son contexte global : politique, historique, culturel, social, etc. Je veux également soulever la présence des diverses stratégies de décrochage dans les étapes de production, médiation et réception des œuvres populaires, et attirer l'attention sur leurs liens avec les plaisirs sensitifs du cinéma. Le but de l'exercice n'est

pas de faire un rapport exhaustif de tous les éléments qui interagissent avec les stratégies d'affranchissement, mais bien de présenter les composants principaux les plus susceptibles d'avoir eu un effet sur la réception du spectateur.

Partie II

Modernité vernaculaire et hiérarchisation culturelle

Chapitre IV

La prolifération de « champignons de couches sociales en pleine moisissure⁵⁶ »

Portrait d'un déplacement latéral

La première moitié du 20^e siècle est marquée par l'élaboration d'un mode de vie dit « moderne ». Celui-ci est permis aux citoyens occidentaux par l'intensification graduelle du monde de l'industrie et l'accessibilité à de nouvelles technologies qui modifient considérablement leur quotidien. Le cinéma est certainement, dans le premier quart de siècle, l'un des facteurs principaux de la modernisation culturelle du Québec, mais il n'est pas le seul. Un portrait large de cette modernisation et des frictions sociales qu'elle suscite apparaît essentiel afin de saisir la place du cinéma dans cette expérience culturelle nouvelle où les relations intermédiatiques sont nombreuses. Nous verrons ainsi poindre à l'horizon une « dynamique de rupture » (Bouchard 2000, p. 368) entre la nation canadienne-française et la mère patrie française principalement incarnée par le phénomène de déplacement latéral qui implique l'acceptation d'une nouvelle métropole. C'est la culture états-unienne – synonyme de progrès technologiques, de libéralisme économique et de loisirs de masse – et ses interactions avec la culture locale qui caractérisent ce processus d'émancipation. Mais cette culture étrangère n'a pas été acceptée unilatéralement par la population; elle fut bien souvent retravaillée, adaptée, localisée.

Je propose donc ici un exercice d'histoire culturelle⁵⁷ du cinéma au Québec qui nous aidera à comprendre l'apparition d'une communauté culturelle vernaculaire dite québécoise

⁵⁶ Pelletier 1936, p. 279.

qui accepte majoritairement la modernisation de la société. Cependant, cet exercice ne peut être, en fonction de l'état des recherches, qu'un résumé laissant entrevoir de nombreuses pistes d'exploration. Certains travaux récents en histoire du cinéma au Québec participent à ce renouvellement de la méthode historique et offrent les fondations nécessaires au tour d'horizon qui sera présenté⁵⁸.

Une majorité des études historiques du cinéma au Québec dressent un portrait plutôt sombre de la société canadienne-française de la première moitié du 20^e siècle et mettent en général l'accent sur ses aspects traditionnels et religieux⁵⁹. Ces histoires donnent l'impression que l'expérience de la vie sociale était circonscrite à ces paramètres. Ils enveloppent ainsi le Québec pré-Révolution tranquille d'une aura réactionnaire et passéiste plutôt que de décrire le processus de négociation sociale qui met en confrontation culture savante et culture populaire, tradition et modernité. Pourtant, les travaux d'histoire sociale insistants sur la modernisation culturelle du Québec avant les années 1960 sont nombreux. Au point où l'historiographe Ronald Rudin, dans son étude *Faire de l'histoire au Québec* (1998), crut bon de vivement critiquer ses collègues modernistes⁶⁰ qui, selon lui, ont tenté de normaliser l'apparition de la modernité au Québec en produisant des récits historiques qui atténuent la domination cléricale catholique et ses fortes réticences face aux progrès modernes. D'un côté, on oppose des ennemis, de l'autre on estompe les relations acrimonieuses. Offrir un récit historique qui évite ces deux obstacles est l'un des objectifs de ce chapitre.

⁵⁷ Les écrits de Pascal Ory, Lawrence W. Levine et Yvan Lamonde ont été d'une grande aide pour préciser mon approche. Lamonde est sans doute l'un des historiens culturels les plus prolifiques du Québec, ayant abordé une multitude de domaines culturels différents. Le lecteur ne sera pas surpris de voir que ses travaux jalonnent l'entièreté de ce chapitre.

⁵⁸ Voir Lacasse 2000; Lacasse *et al.* 2012 ; Lacasse 2017 ; Pelletier 2012 et 2014.

⁵⁹ Cette idée sera explorée plus en détail au prochain chapitre.

⁶⁰ Voici quelques-uns d'entre eux : Paul-André Linteau, Serge Courville, Jean-Claude Robert, Jacques Rouillard et Normand Séguin.

Pour y arriver, une contextualisation sociale, économique et culturelle est nécessaire. Je ferai le portrait de l'établissement et le développement d'une modernisation culturelle en privilégiant l'angle qui constitue les intérêts premiers du citoyen moyen : l'avènement des progrès techniques, du matérialisme et des loisirs de masse en découlant. Par souci de concision et de cohérence, j'aborderai la modernisation culturelle du Québec principalement sous ce versant, tout en étant conscient qu'elle ne s'y borne point⁶¹. C'est une des limites de ce chapitre qui par moment aura des airs de terre en friche puisque les relations intermédiatiques du cinéma ont été jusqu'à maintenant peu explorées. Malgré tout, il sera possible de constater le déplacement culturel – préfigurant la cristallisation, quelques décennies plus tard, de la communauté moderne et vernaculaire québécoise – que l'élite clérico-nationaliste tente en vain de freiner. Une culture médiatique de masse s'est implantée – au grand damne de certains – en transmettant une expérience moderne du monde et ébranlant des traditions et des institutions bien ancrées, principalement l'Église catholique.

L'inlassable marche des machines et la transformation de la vie quotidienne

Yvan Lamonde nous rappelle en ouverture de son ouvrage intitulé *Ni avec eux ni sans eux : Le Québec et les États-Unis* (1996) qu'il n'a pas fallu à la société québécoise la postmodernité pour être culturellement plurielle et influencée par l'autre. Il ajoute : « [c]ette variété d'influences n'est pas pour autant décomposition, fragmentation ou éclatement; elle a donné lieu à un processus de métabolisation de multiples aspects des cultures française, britannique, américaine et romaine » (p. 9). Cette diversité culturelle est présente dans la culture urbaine montréalaise du 19^e siècle où la présence des bourgeoisies économiques

⁶¹ Pour un portrait de la modernité intellectuelle et scientifique au Québec, voir : Fournier 1986; Trépanier et Lamonde 1986 ; Lamonde 2011-2016.

anglophone et francophone permet à l'industrialisation de s'implanter. Ces deux élites tentent du mieux qu'elles le peuvent de reproduire la noblesse et le prestige de la culture de leur métropole respective (Lamonde 1991, p. 57). Pourtant, l'industrialisation grandissante sur laquelle elles consolident leur domination apporte, pour reprendre la riche image de Lacasse, Massé et Poirier (2012), son lot de diablerie⁶² dans les classes ouvrières croissantes :

L'urbanisation des pays industrialisés se fait à la cadence de la modernité, celle de l'accélération constante. Montréal en est un parfait exemple : la population de la ville passe de 90 000 en 1861, à 216 000 en 1891 et à 618 000 en 1921, grâce à l'arrivée de grands contingents d'immigrants européens, mais aussi de très fortes troupes de campagnards, dont une large proportion part aussi s'installer en Nouvelle-Angleterre, où les filatures embauchent des milliers d'ouvriers (Lacasse *et al.* 2012, p. 19)⁶³.

On assiste, au tournant du 20^e siècle, à d'importants mouvements démographiques en territoire québécois. De plus en plus d'individus, fuyant la pauvreté des régions⁶⁴, s'intègrent à la culture urbaine, berceau de la modernisation. Les déplacements étant facilités par la construction des chemins de fer, d'autres individus, environ 925 000 entre 1840 et 1930, choisissent de s'établir définitivement en Nouvelle-Angleterre où foisonnent les « factries » (Lavoie 1972, p. 78). En revanche, Yves Roby rappelle que les mouvements de va-et-vient de par la frontière sont fréquents et nombreux : « [l]e géographe Ralph D. Vicero, qui chiffre à 325 000 l'émigration nette des Canadiens français en Nouvelle-Angleterre avant 1900, mentionne en effet qu'un nombre au moins égal de personnes sont rentrées au Québec après un séjour plus ou moins prolongé en terre américaine » (Roby 1995, p. 136). Plusieurs Canadiens français partent et reviennent en rapportant leur gain monétaire durement gagné et

⁶² Les auteurs rappellent tout au long de leur ouvrage que certains membres du clergé catholique n'hésitent pas à utiliser une rhétorique diabolique pour qualifier les progrès techniques et la culture de masse liée à l'industrialisation.

⁶³ Les chiffres offerts par Lacasse *et al.* proviennent des *Recensements du Canada* (1851-1921).

⁶⁴ Pour un portrait plus détaillé des causes : voir Linteau *et al.* 1989a, p. 37.

un bagage culturel légèrement teinté des coutumes et des idées des voisins du sud. Ceux qui ne reviennent pas gardent contact avec leur famille et font par écrit le récit de leur vie dans les villes américaines. Cette immigration massive attise chez certains membres de l'élite cléricale une intense animosité face à la culture états-unienne : « On assiste donc, de 1870 à 1895, à une multiplication des représentations militantes de la laideur et de l'infamie des États-Unis » (Lamonde 1996, p. 44)⁶⁵. Mais cette attitude de contestation ne freine en rien la montée du libéralisme économique et de l'influence de la culture américaine sur les populations urbaines qui à l'orée du 20^e siècle l'accepteront de plus en plus.

Principalement représentée par Montréal et Québec au début du 20^e siècle, l'urbanisation de la province s'étend par la suite aux régions que l'exploitation des ressources naturelles par des intérêts étrangers, surtout américains, aide à développer (Linteau *et al.* 1989a, p. 437-447). Ainsi, la province devient majoritairement urbaine en 1921, pour atteindre le taux de 59,5 % en 1931 (*ibid.*, p. 470). La crise économique ralentit la progression de l'urbanisation qui n'aura augmenté que de 2 % au recensement de 1941 (Linteau *et al.* 1989b, p. 55). Finalement, le boom économique d'après-guerre relance la croissance urbaine qui atteint un taux de 74,3 % en 1961 (Lamonde 1996, p. 66). Les agglomérations en essors constituées d'ouvriers salariés, de cols blancs et de commerçants mettent en place de nouveaux marchés rapidement envahis par la production de masse qui change les mœurs. En fait, « [l]a production manufacturière, non artisanale, de certains objets popularise, rend plus accessibles, certaines pratiques : le patinage, la musique instrumentale ou le vélo, par exemple » (Lamonde 1991, p. 62). La vie quotidienne se transforme pour une large part de la

⁶⁵ Louis-Nazaire Bégin, Adolphe-Basile Routhier, M^{gr} Louis-François Laflèche et Jules-Paul Tardivel sont quelques-uns des membres de l'élite réfractaires à l'américanisation de la société canadienne-française, voir Lamonde 1996, p. 43-50 et Roby 1995, p. 132-135.

population, en particulier pour la classe moyenne grandissante qui devient, pour les classes laborieuses, la représentante de la réussite sociale, donc un objectif à atteindre.

Les technologies au cœur du matérialisme ambiant permettent un rapport au monde inédit; la perception de l'espace et du temps s'en voit bousculée, comme le rappelle Marshall McLuhan :

En effet, le « message » [...] d'une technologie, c'est le changement d'échelle, de rythme ou de modèle qu'il provoque dans les affaires humaines. Le chemin de fer n'a pas apporté le mouvement, le transport, la roue ni la route aux hommes, mais il a accéléré et amplifié l'échelle des fonctions humaines existantes, créé de nouvelles formes de villes et de nouveaux modes de travail et de loisir (1968, p. 24).

Il est désormais possible de faire de grandes distances en peu de temps grâce au train, au tramway, à l'autobus ou à l'automobile. Cette dernière passe de 106 véhicules en 1906 à 41 562 en 1920, pour atteindre 820 152 en 1960; cela représente 49 % des foyers du Québec et un ratio d'un véhicule pour 6,3 individus (Lamonde 1996, p. 57). En comparaison, les États-Unis, champions des véhicules motorisés, affichent en 1959 un ratio voitures/personnes d'un véhicule pour 2,9 individus. Bien que l'avènement de l'automobile au Québec soit modeste à ses débuts, sa progression est constante en milieu urbain avec un ralentissement pendant la crise (Hébert et Lamonde 1981, Tableau 79). Cela dit, l'automobilisation des milieux urbains entraîne des modifications importantes de l'espace de vie qui ne peuvent qu'influencer l'imaginaire :

En s'insérant progressivement dans les rues de la ville, l'automobile a obligé les instances municipales à modifier les voies publiques et, à une plus grande échelle, la morphologie urbaine, pour s'installer de façon visible et permanente dans le décor urbain et jouir d'une circulation fluide et sécurisée : il s'agit en définitive d'une véritable

révolution qui se traduit par de « nouveaux habitus » (Faugier 2009, p. 28).

L'automobile devient rapidement un symbole de réussite économique, de liberté et d'individualisme. Son acquisition marque la position et le prestige social de son détenteur, mais aussi son adhésion aux valeurs du libéralisme à l'américaine. Bref, le développement des transports se généralise au cours de la première moitié du 20^e siècle et permet du coup l'accroissement et l'accélération des déplacements et des échanges humains et culturels entre les communautés urbaines et rurales, mais aussi entre la province et ses voisins⁶⁶.

L'électrification de la société québécoise est, encore là, plus rapide en milieu urbain qu'en milieu rural. Dès 1930, le taux d'électrification des logements montréalais vacille entre 89 % et 99 %. Dans les centres ruraux, la progression des services d'électricité se fait plus lentement puisque les grands *trusts* de l'électricité ne souhaitent pas fournir les régions éloignées qui sont pour eux peu rentables, ainsi seulement 14 % des fermes en sont munies en 1931 (Lavoie 1971, p. 26). Il faut attendre la campagne pour l'électrification rurale, initiative du gouvernement Duplessis en 1945, pour que les régions aient accès massivement à l'électricité (Linteau *et al.* 1989b, p. 263). Cette dernière transforme le quotidien en allongeant les journées grâce à l'ampoule électrique, en facilitant la communication entre les individus grâce à la téléphonie ou encore en accélérant la diffusion de l'information grâce à la radio à partir des années 1920. Dans les années 1950, elle permet au capitalisme marchand d'offrir une

⁶⁶ Il est tout de même significatif de rappeler que la première route moderne construite dans la province, en 1912-1913, joint la frontière américaine afin de favoriser le tourisme et le commerce (Linteau *et al.* 1989a, p. 456).

foule d'appareils domestiques (aspirateur, lessiveuse, réfrigérateur et cuisinière⁶⁷) qui incarnent dans le quotidien le fulgurant progrès des sociétés modernes.

Dans son ensemble, la modernisation du Québec ne s'est pas faite d'un coup et s'est développée moins rapidement qu'en Nouvelle-Angleterre ou en Ontario. Elle s'est échelonnée sur presque un siècle pour pouvoir s'étendre à l'ensemble de la population. Par contre, la métropole montréalaise s'est modernisée rapidement, au même rythme que plusieurs autres villes nord-américaines, et a toujours été la première en territoire québécois à subir l'influence de l'*american way of life*. Du reste, si les habitants des régions rurales n'ont pas accès à toutes les commodités modernes, ils en subissent certaines répercussions (Linteau *et al.* 1989a, p. 563-567) et en connaissent bien l'existence par l'influence des villes et le développement exponentiel des médias de masse bon marché comme la presse quotidienne, qui offre une publicité toujours plus présente⁶⁸, et le cinéma. Il devient difficile d'échapper à l'esprit de la modernité.

Le passage du monde traditionnel au monde moderne ne se fait pas sans heurts. Des débats idéologiques entre les élites libérales et clérico-nationalistes jalonnent la première moitié du 20e siècle (Lamonde 1996, p. 51-66). La crise économique suivant le Krach boursier de 1929 ébranle les fondations du libéralisme économique ce qui permet à l'élite cléricale francophone de remettre en question les prétendus bénéfices sociaux de cette idéologie, pour ainsi défendre et promouvoir auprès de la population une vision sociétale conservatrice et

⁶⁷ Pour un portrait des transformations du milieu domestique au Québec, voir : Charland et Désautels 1992.

⁶⁸ Selon l'historien Sébastien Couvrette, la publicité de la presse quotidienne joua un rôle prépondérant dans la consolidation de l'image que la classe moyenne avait d'elle-même et des valeurs qu'elle prônait (2014, p. 30). Je reviendrai sur la présence et l'importance de la publicité en territoire québécois un peu plus bas.

traditionnelle (Linteau *et al.* 1989b, p. 114-121). Leur champ d'attaque est celui de l'américanisation⁶⁹ et leurs critiques sont nombreuses, mais leurs actions ne peuvent renverser la transformation déjà engrangée : « [d]e 1929 à la fin de la guerre, consentements, concessions ou résistances à l'Amérique donnaient raison à Hermas Bastien, philosophe nationaliste : on trouvait dorénavant au Canada français “une âme qui a déjà changé, un esprit qui s'est métissé” » (Lamonde 1996, p. 66).

Ce déplacement culturel dans les couches populaires se fait au profit de la modernisation technologique de l'expérience quotidienne en société et implique l'acceptation de divers éléments de la culture états-unienne, surtout dans la sphère des loisirs, qui par moment subissent certaines adaptations afin de plaire aux publics locaux. L'élite clérico-nationaliste voit, de ce phénomène, des signes d'américanisation, synonyme pour elle d'acculturation et de perte d'identité spécifique. De cette dynamique prend forme un clivage important entre culture savante, tournée vers la France, et culture populaire, tournée vers l'Amérique :

En conséquence, les lettrés ont souvent affiché une attitude négative à l'endroit de la culture populaire, une attitude faite de méfiance qui s'est exprimée dans une volonté de corriger plutôt que d'accréditer et de valoriser cette culture dans sa réalité profonde, dans son originalité, et d'en nourrir la culture savante (Bouchard 2000, p. 66).

⁶⁹ Pour l'élite cléricale, la culture états-unienne, et les divertissements modernes qu'elle offre massivement, devient emblématique de la modernité culturelle qui se développe. Le document intitulé *Notre américanisation* (Lamarche 1937), chapeauté par la *Revue dominicaine*, en est un exemple. J'y reviendrai plus bas.

Résultant de l'industrialisation, de l'urbanisation et de la modernisation technologique, l'accroissement des moyens financiers et du temps de loisir⁷⁰, pour un nombre toujours plus grand d'individus, rendent possible l'avènement des marchés du divertissement qui transforment foncièrement les habitudes culturelles de la population. D'une culture surtout artisanale, on mute vers une culture de masse. Pour le peuple, l'expérience de la modernité rime non seulement avec la possibilité d'une vie plus confortable, mais aussi avec l'accessibilité à des plaisirs nouveaux. Les divertissements et médias de masse qui vont apparaître à la fin du 19e et au début du 20e siècle sont, par moment, des transplantations littérales de la culture du géant du sud en territoire québécois, et à d'autres moments, nous le verrons, ils subissent un important processus de réappropriation.

La montée des divertissements et médias de masse

Dans un texte portant sur l'avènement de la modernité médiatique entre 1900 et 1950 au Québec, l'historien Elzéar Lavoie avance ceci : « [l]a Modernité, qui est conscience de rupture, crée son contraire la Tradition. Qui est, elle, le produit de la conscience de continuité » (1986, p. 253). Devant l'inlassable développement des médias de masse – et leur acceptation sans modération par la population – qui remet en question les fondements de la nation canadienne-française défendus et promus par l'Église catholique, l'élite cléricale affiche une attitude de défense. Elle ne voit pas dans le phénomène de modernisation culturelle une certaine forme de résistance dans l'expérience du consommateur qui implique d'accepter certains éléments et d'en concevoir d'autre comme étranger.

⁷⁰ L'industrialisation implique une transformation du temps libre traditionnellement considéré comme temps de repos et « consacré à l'accomplissement du devoir rituel », surtout les devoirs religieux (Corbin 1995, p. 15).

Le portrait culturel du cinéma qui suit fait état de cette dynamique, de ce mouvement, où la culture de masse tente par de nombreux moyens de s'intégrer dans la vie des gens pour être acceptée et devenir populaire. La force de la culture de masse ne réside pas seulement dans sa capacité d'être massivement distribuée, mais aussi dans les relations intermédiatiques qu'elle tisse. Le cinéma est un des fiers représentants de l'expérience culturelle de la modernité, mais il n'est pas le seul et doit être considéré en lien avec l'ensemble des divertissements qui portent et diffusent ce type d'expérience, qui dans les années 1960 est acceptée par une majorité et vue comme une incarnation de la nouvelle identité de la nation québécoise. J'amorce ce portrait par le versant public des divertissements et médias de masse puisque les développements technologiques au cours du 20^e siècle vont engendrer un phénomène de privatisation des pratiques culturelles de loisir et leur dissémination dans la sphère domestique.

Divertissements en public

Le Montréal de la fin du 19^e siècle voit l'avènement de nombreux lieux publics de divertissement qui impliquent la reconfiguration de la sociabilité des participants. Pour les Canadiens français, il est désormais possible de tisser des liens communautaires dans des espaces autres que le foyer et l'église et autour d'enjeux et de passions qui s'éloignent des préoccupations religieuses. L'accessibilité à ces nouveaux espaces de loisirs, hautement hybrides au départ, représente bien les possibilités du monde moderne, un monde qui offre désormais des espaces de liberté où il est possible de s'évader des vicissitudes de la vie quotidienne.

Les sports et la sociabilité des loisirs

L'implantation des sports amateurs et professionnels dans la région montréalaise au courant du 19^e siècle est un excellent exemple de l'implantation d'une nouvelle forme de sociabilité :

La sociabilité traditionnelle est basée sur des liens de parenté et de voisinage immédiat; elle est privée et s'exprime surtout à l'intérieur. [...] La sociabilité sportive repose sur des goûts et des intérêts partagés; elle s'exprime surtout à l'extérieur et en public. Chaque membre doit acquérir son statut par son mérite. C'est une sociabilité volontaire et ouverte, en ce sens qu'elle permet de renouveler sans cesse le réseau des relations d'amitié ou des connaissances (Guay 1997, p. 105).

Si les sports sont, au début du 19^e siècle, le « fait d'une minorité » bourgeoise et anglophone (Janson 1995, p. 7-18), les mouvements démographiques vers les centres urbains dans la seconde moitié du siècle permettent l'apparition d'un commerce du sport :

[...] dans les années 1867-1890, le phénomène le plus chargé d'avenir dans le monde du sport est le développement du sport spectacle, la multiplication des équipes de crosse, de baseball, de football, de hockey, et la formation de ligues. Au début, ce phénomène est limité aux grands centres urbains de plus de 100 000 habitants, c'est-à-dire Montréal et Toronto (*ibid.*, p. 22).

La crosse, d'origine autochtone, et les courses de chevaux remportent un fort succès en cette fin de siècle auprès des francophones⁷¹ (Guay 1997, p. 69), mais sont supplantées par quelques autres sports qui se développent par la suite. Le baseball, principal représentant du sport professionnel, devient au début du 20^e siècle le sport d'été favori des Canadiens français⁷², attirant bien souvent des milliers de spectateurs à St-Hyacinthe, Trois-Rivières et

⁷¹ Il faut souligner que les scènes sportives font régulièrement partie des thèmes abordés par les cinématographes des premiers temps (Gaudreault *et al.* 1996, p. 57 et 99; Lacasse 1988, p. 5-14).

⁷² Il est intéressant de soulever les propos de l'historien Donald Guay : « L'engouement des Canadiens français pour le baseball est attisé par la présence de Franco-Américains dans les clubs professionnels américains des ligues majeures [...] » (1997, p. 73-74).

Montréal (*ibid.*, p. 73). Ce n'est pas sans soulever l'ire des membres du clergé qui voient dans ce sport spectacle « [...] une expression malsaine du sport qui doit être réprouvée » (*ibid.*, p. 74). Malgré cela, les foules sont présentes dans les stades les dimanches après-midi, seule journée de congé des travailleurs.

C'est aussi dans les dernières décennies du 19^e siècle que les sports de combat comme la boxe et la lutte s'implantent au Québec. De provenance étrangère, ces sports font écho à la tradition des hommes forts et des fiers-à-bras, fascination toute canadienne-française. Ces deux spectacles subissent de vives réprobations de la part des autorités dues à la violence des combats, la moralité douteuse des compétiteurs et leur manque de respect des règlements (Guay 1987, p. 64). Ils deviennent tout de même deux des sports-spectacles les plus importants du Québec dans le siècle qui suit. Si la boxe intéresse le public surtout pour les pugilistes américains qui défraient les chroniques des journaux au tournant du siècle, la lutte, elle, crée plusieurs vedettes canadiennes-françaises, tels Larry Moquin et Maurice « Mad Dog » Vachon, qui attirent de larges foules jusqu'aux années 1980. Sans oublier Yvon Robert, considéré comme le plus grand lutteur de son époque, rivalisant en popularité, au milieu des années 1950, avec la légende du Club de Hockey Canadien, Maurice Richard (Laprade et Hébert 2013, p. 49).

De tous les sports, le hockey s'impose dans la population canadienne-française, s'élevant au statut de religion dans l'esprit de certains amateurs. Malgré des débuts modestes, il ne cesse de gagner en adeptes⁷³. La création de clubs sportifs francophones en tout genre, au tournant du siècle, est l'initiative de la bourgeoisie canadienne-française qui utilise les

⁷³ Pour l'histoire des débuts du hockey au Québec, voir : Guay 1990.

tensions nationales pour mousser la popularité de leurs entreprises (Janson 1995, p. 5; Guay 1997, p. 149-153). La fondation, en 1909, du Club de Hockey Canadien⁷⁴ consolide l'intérêt des Canadiens français pour le hockey. Grâce à ses exploits, le Club de Hockey Canadien attire de nombreux spectateurs et obtient une couverture de presse abondante. Vient s'ajouter à cela la description en direct à la radio des parties dans les décennies 1920, 1930 et 1940, ensuite à la télévision dans les années 1950. Le hockey devient au court du 20e siècle une expérience ludique et libératrice partagée par un grand nombre de Canadiens français.

L'avènement des sports et des espaces publics ludiques pose problème à l'élite cléricale puisque le dimanche est la seule journée de congé des travailleurs urbains (Guay 1997, p. 117). Le jour autrefois consacré au Seigneur devient un lieu d'affrontements concrets (par les joutes sportives) et symboliques. S'ensuit, dans la première moitié du 20e siècle, une négociation, pour la population, du temps consacré aux loisirs et aux devoirs religieux. Mais les loisirs, se démultipliant, s'invitent dans la bataille du dimanche et remportent les faveurs du peuple. Les parcs d'attractions, les théâtres de vaudeville et de burlesques, les cabarets et les vues animées, sans oublier la presse grand public, la littérature de masse, la radio et la télévision, deviennent des adversaires coriaces des pouvoirs cléricaux qui essuient plusieurs revers dans leur désir de contrôler et limiter ces pratiques auprès du peuple.

⁷⁴ Pour un portrait de l'importance culturelle et de la littérature concernant le Club de Hockey Canadien, voir : Lapierre 2012.

Amuseurs publics et projectionnistes ambulants

La population canadienne-française assiste, dans la seconde moitié du 19^e siècle, au développement du monde du cirque⁷⁵ et à la prolifération d'une foule d'amuseurs publics. Les Montréalais peuvent assister à ces spectacles de variétés présentant, spectacles équestres, acrobates, contorsionnistes, magiciens, hommes forts, funambules et autres saltimbanques, au jardin Guilbault entre 1845 et 1862⁷⁶. Selon Jacques Clairoux, Joseph-Édouard Guilbault, le propriétaire du jardin, est l'un des principaux responsables du développement de l'engouement des Canadiens français pour les arts corporels de la scène, ce qui permit à des talents locaux d'apparaître :

Ainsi bon nombre de Canadiens français s'adonnaient à l'art acrobatique. Le duo Chaput et Bergeron, athlètes équilibristes et contorsionnistes, électrisaient les foules au parc Sohmer. Les frères Ferdinand et Anthime Leroux excellaient pour leurs tours étonnants sur le trapèze et les barres horizontales. Par l'art de la gymnastique aérienne, les équilibristes, les voltigeurs, les funambules, ainsi que les contorsionnistes et les hommes forts, devenaient par leurs prouesses un curieux rival à toute autre forme de divertissement (1988, p. 111).

La grande vedette de l'époque est sans contredit Louis Cyr, « l'homme le plus fort du monde » et fondateur du premier cirque canadien-français. Ses prouesses physiques et ses tours de force épatent les foules un peu partout au Québec et en Nouvelle-Angleterre pendant plus de vingt-cinq ans (*ibid.*, p. 116). L'intérêt qu'il suscite dans la population amène « les athlètes du geste et du mouvement » à performer dans divers spectacles de variétés. Ainsi, en plus des cirques : « [l]es parcs d'attractions, les jardins, les hôtels, les tavernes, les cafés chantants, les vélodromes et les patinoires, les hippodromes, les expositions agricoles et les

⁷⁵ Pour de plus amples informations sur l'avènement du cirque au Québec, voir : Clairoux 1988, 1993 et 2009.

⁷⁶ Sur le jardin Guilbault, voir : Montpetit 1983.

foires ont été des lieux chéris des athlètes [...] » (*ibid.*, p. 109). Ses spectacles, mettant en scène des corps repoussants constamment les limites, font partie intégrante de l'expérience des loisirs de masse de l'époque. Ces corps, qui présentent des capacités étonnantes, fascinent les travailleurs, car ils font échos, de manière exacerbée, à leur réalité quotidienne où la force et les capacités manuelles sont des éléments majeurs de leur identité sociale. Mais ces corps excessifs ne sont possibles que grâce au développement de la machinerie d'entraînement et de la pratique de la culture physique comme mode de vie qui apparaissent avec la modernisation des sociétés occidentales. Bref, ces corps nouveaux se trouvent dans les mêmes lieux qui abritent tous les « graphes » et les « scopes » qui pullulent suite aux premières projections de vues animées du Cinématographe Lumière en 1896⁷⁷.

Avant l'arrivée des salles conçues spécifiquement pour les projections cinématographiques – mais ne s'y limitant point – vers le milieu de la décennie 1900, les présentations de vues animées sont présentes dans les *Dime Museums*, les parcs d'attractions et les théâtres de vaudeville. Elles sont aussi l'affaire d'une poignée de projectionnistes ambulants. La proximité du territoire fait que certains d'entre eux sont les représentants de compagnies américaines comme l'*American Biograph*, la *Waragraph Edison* et la *San Francisco Moving Pictures*. Plusieurs autres sont canadiens-français et se déplacent sur l'ensemble du territoire québécois, par exemple : William Shaw, Wilfrid Picard et Joseph Morin⁷⁸. Le vicomte Henry de Grandsaignes d'Hauterives et sa mère Marie de Kerstrat sont les plus connus de l'époque. Entre 1897 et 1910, ils parcourent le Québec et la Nouvelle-

⁷⁷ Pour plus de précisions sur l'histoire des appareils de projections cinématographiques au Québec entre 1896 et 1906 voir : Lacasse 1988, p. 5-14 et Gaudreault et *al.* 1996.

⁷⁸ Pour plus d'informations sur les projectionnistes ambulants voir : Lacasse 1988, p. 5-14; Véronneau 1995 et Pageau 2009, p. 32-36.

Angleterre présentant leurs spectacles commentés en français ou en anglais⁷⁹. On sait que leur activité eut son importance dans la consolidation d'une conscience nationale au Canada français, mais aussi qu'elle ne se limite point à la projection de films provenant de France et que ses tournées en Nouvelle-Angleterre les ont poussés à s'approvisionner aux États-Unis (2017, p. 42). Lacasse nous apprend aussi que les spectacles de l'Historiographe⁸⁰ en sol américain se produisent souvent dans les théâtres de vaudeville et les parcs d'attractions. Au Québec, les projections se font dans les églises et salles paroissiales en semaine, lors de leurs déplacements en région, et régulièrement au parc Sohmer, en territoire Montréalais, le dimanche (*ibid.*, p. 40). En somme, les amuseurs publics et les projectionnistes ambulants tels les Grandsaignes d'Hauterives ont sans contredit contribué à la diffusion de l'expérience de la modernité un peu partout au Québec et l'ont rendu accessible au citoyen éloigné des grands centres urbains.

Les parcs d'amusement et d'attractions mécaniques

[...] le parc Sohmer fait partie de ces espaces que sont grands magasins, gares, arénas, transports en commun, hôtels, salles de danses, etc., où des groupes complices d'inconnus se côtoient et se perçoivent comme participants d'une culture urbaine commune qui, « l'espace n'ayant pas besoin d'être parlé pour signifier », les réunit et fait d'eux des citoyens (Lamonde et Montpetit 1986, p. 17).

Inspiré de lieux de loisirs européens et américains tels les jardins musicaux, les cafés-concerts et les expositions universelles, le parc Sohmer est, entre 1889 et 1919, un espace de divertissement où les travailleurs peuvent profiter de la verdure, mais aussi de spectacles

⁷⁹ Pour plus de détails sur ce projectionniste-conférencier ambulant voir : Lacasse et Duigou 1985 et 1987 : Lacasse 2000 et 2017.

⁸⁰ Il s'agit du nom donné par Grandsaignes d'Hauterives à son appareil de projection qui, en réalité, était un cinématographe Lumière (Lacasse 2000, p. 106).

divers. Ce n'est pas le seul lieu de loisirs extérieurs à voir le jour à la fin de 20e siècle en territoire Montréalais⁸¹, cependant « le Sohmer dépasse ses prédécesseurs par la fréquence et la variété de ses programmes, toujours à un prix populaire » (*ibid.*, p. 34). En plus d'un orchestre permanent présentant deux spectacles par jour, sept jours par semaine, le parc se démarque en offrant une foule d'attractions allant des spectacles de variétés faisant se côtoyer acteurs comiques, marionnettistes et danseurs jusqu'aux artistes de cirque : acrobates, jongleurs et hommes forts, en passant, bien sûr, par les vues animées. Dès 1897, un appareil de projection cinématographique, nommé Radioscope, fait son apparition au parc. Des vues sont présentées chaque jour, en après-midi et en soirée pendant la saison estivale et le programme change chaque semaine. Selon Lamonde et Montpetit, les premières années les vues animées « [...] occupent une place périphérique et secondaire dans la programmation estivale du parc Sohmer [...] » (*ibid.*, p. 128). Ce n'est qu'au mois d'août 1900 que le cinéma, face à l'engouement du public, prend une place plus importante dans l'ensemble des attractions. Ainsi, la fréquence des projections s'accélère; elles auront maintenant lieu toutes les demi-heures (*ibid.*, p. 129).

Les deux spécialistes du parc estiment que les spectacles des vues animées ont été présentés jusqu'à la saison 1906 et lancent l'hypothèse que « [l]a concurrence est sans doute devenue plus forte au moment où Ernest Ouimet ouvre son premier ouimetoscope (sic) et où les lieux de projection se sont multipliés depuis dix ans » (*ibid.*). Gaudreault *et al.*, dans *Au pays des ennemis du cinéma*, rapportent que « différents exploitants s'y succèdent presque sans interruption jusque vers 1915 » (1996, p. 130). Toutefois, les publicités du parc pour la

⁸¹ Apparaîtront les jardins Guilbault et Viger, les parcs du Champ-de-Mars, de l'île Sainte-Hélène, Lafontaine et du Mont-Royal par exemple. Voir Montpetit 1983 et Lamonde et Montpetit 1986, p. 29-34.

saison 1920, publiées dans le journal *La Presse*, annoncent des « vues animées en plein air »⁸². Le dimanche 1^{er} août, le cinéma est l'attraction principale du parc Sohmer puisqu'un « photographe des vues cinématographiques » est présent pour « prendre le portrait » des visiteurs⁸³. Les images sont projetées le mercredi suivant et semblent avoir remporté un bon succès puisque les directeurs décident de reprendre l'activité tous les dimanches⁸⁴. Cette trace du cinéma dans la publicité de la saison 1920 laisse croire que les vues animées n'ont jamais totalement disparu du parc, mais que la multiplication des théâtres et des salles spécialisées ont amoindri la force des films en tant qu'argument publicitaire.

Le Parc Dominion, inspiré des *Trolley Parks* tels ceux de *Coney Island* dans l'état de *New York*, ouvre ses portes le 2 juin 1906. Ce parc d'attractions devient l'un des principaux concurrents du parc Sohmer qui ne réussit pas à rivaliser bien longtemps contre le « modernisme » du Dominion (Lamonde et Montpetit 1986, p. 104). Propriété de la *Suburban Tramway & Power*, le parc Dominion offre une impressionnante variété d'attractions mécaniques, dont une grande roue et une montagne russe appelée *Scenic Railway*, permettant ainsi à ses visiteurs des sensations fortes hors du commun. Lacasse confirme la présence des vues animées⁸⁵ comme l'une des « cent attractions » annoncées par leurs publicités⁸⁶. Cependant, la longévité du cinéma dans le parc et l'intérêt du public reste à découvrir. Chose certaine, le parc Dominion, entre 1906 et sa disparition dans les années 1930, est annoncé dans *La Presse* dans une section recoupant des divertissements hétérogènes : théâtres, parc

⁸² *La Presse*, 17 juillet 1920, p. 4 et *La Presse*, 24 juillet 1920, p. 4.

⁸³ *La Presse*, 31 juillet 1920, p. 4 et *La Presse*, 7 août 1920, p. 4.

⁸⁴ *La Presse*, 7 août 1920, p. 4.

⁸⁵ L'historien affirme qu'en juillet 1906 : « les parcs Dominion, Victoria et Riverside se hâtent de construire leurs stands de vues animées [...] » (1988, p. 16).

⁸⁶ *La Presse*, 28 mai 1921, p. 4.

d'attractions, concerts et surtout vues animées. L'abondance des attractions mécaniques du parc incarne parfaitement, au début du siècle, la fulgurante modernisation des loisirs qui sont offerts au public qui s'y déplace en masse pendant les saisons estivales.

Un autre important parc d'attractions mécaniques ouvre ses portes en 1923 dans la région de Montréal. Promu comme un « *Coney Island* canadiens »⁸⁷, le parc Belmont prend place dans l'arrondissement de Cartierville aux abords de la rivière des Prairies. Comme pour les parcs Sohmer et Dominion, c'est principalement en tramways que les citoyens se rendent tout au nord de l'île de Montréal pour profiter, entre autres, de la verdure, du grand air, de bains populaires, d'un orchestre champêtre, d'une salle de danse, de jeux d'adresse, de spectacles de cirque, de combats de lutte et de manèges mécaniques. Entre 1933 et 1949, c'est 700 000 visiteurs et plus qui fréquentent le parc chaque été (Proulx 2005, p. 153)⁸⁸. La diversité de ces attractions et le prix d'entrée abordable font du parc Belmont un lieu de divertissement de choix qui le reste jusqu'au début des années 1980.

Dans son livre intitulé *Les saisons du parc Belmont* (2005), Steve Proulx indique le début de spectacles de vues animées, gratuits, en plein air au cours de la saison 1925, mais ne précise pas la longévité de la pratique qui, selon lui, est fortement appréciée des foules (*ibid.*, p. 44). Il est difficile de dire à quel moment les séances de cinéma sont abandonnées, cependant les projections gratuites sont un argument de vente jusqu'au milieu des

⁸⁷ *La Presse*, 12 juin 1926, p. 16.

⁸⁸ Aux fins de compréhension du succès du parc, la population québécoise en 1931 et 1951 est de 2 874 662 et 4 055 681 respectivement.

années 1930⁸⁹. La programmation semble avoir exploité principalement le cinéma de comédie puisqu'on annonce souvent la présence de « cinéma comique » ou de « comédies gratis »⁹⁰.

Malheureusement, la connaissance parcellaire concernant le cinéma dans les parcs d'attractions ne permet pas encore de dresser un portrait précis de sa place dans l'ensemble des divertissements offerts. Cependant, il apparaît clair que les propos de Lauren Rabinovitz concernant les parcs d'attractions américains s'appliquent à ceux du Québec :

Dans tous les pays, les parcs d'amusement ont servi à donner un sens à la modernité industrielle – les chemins de fer, l'électricité, les nouveaux modèles de travail et de loisir – pour les diverses couches d'une population hétérogène. Les parcs ont contribué à faire du cinéma une institution culturelle pendant cette époque où l'un et l'autre se soutenaient et coopéraient dans un but culturel commun (2012, p. 168-169).

Il est possible de confirmer que pour deux des trois parcs exposés précédemment, le cinéma est une attraction appréciée d'un large public. Cependant, il ne faut pas l'oublier, une attraction parmi d'autres, qui participent à l'expérience vernaculaire moderne présente dans les parcs d'attractions, c'est-à-dire une expérience nouvelle, technologique, multiple, permettant mouvement, vitesse et prolongement du corps, et mettant de l'avant une sociabilité du loisir.

Les théâtres, les « scopes », les palaces...

Lorsqu'on s'intéresse à la culture populaire de cette époque, rapidement un fait surgit : il est pratiquement impossible de dissocier théâtre et cinéma. Les deux sont présentés un temps dans les mêmes salles – les vues animées n'étant au départ que des interludes pendant les spectacles de théâtre, jusqu'à ce que ce soit l'inverse! (Lacasse *et al.* 2012, p. 35)

⁸⁹ *La Presse*, 20 juillet 1935, p. 35.

⁹⁰ *La Presse*, 12 juin 1926, p. 16 et *La Presse*, 18 juillet 1931, p. 55.

Au cours du premier tiers du 20^e siècle, les théâtres au Québec offrent des spectacles hybrides, amalgamant sur une même scène vues animées, chants, danses, pièces comiques, monologues, acrobaties, prestidigitations, tours d'animaux, combats de boxe ou de lutte et plus encore. L'origine de ces séances éclectiques se trouve aux États-Unis dans les *minstrellies* et *variety shows* qui voient le jour au cours du 19^e siècle : « [d]onnés dans des bars ou, par la suite, dans des salles attenantes à des débits de boisson, ils attiraient un public tapageur, volontiers bagarreur et toujours éméché » (Legris *et al.* 1988, p. 37). En 1881, le New-Yorkais Tony Pastor développe une version de ces spectacles bigarrés exempte des aspects les plus irrévérencieux et la destine à un public plus modeste, constitué en partie de femmes et d'enfants qui n'avaient pas les moyens d'accéder aux salles de théâtres plus prestigieuses. Le vaudeville américain était né.

Le spectacle de vaudeville à l'américaine s'implante progressivement au Québec à partir de 1883 – les marchés de Montréal et Québec faisant partie des itinéraires de tournée des troupes américaines depuis 1860 (*ibid.*, p. 29) – à l'époque où le théâtre offert en province est exclusivement anglophone. Vers 1896, une entité monopolistique, appelée le *Trust*, s'établit dans la région de New York et étend de plus en plus son contrôle; le Québec n'y échappe pas. Jean-Marc Larrue souligne que la présence de ce regroupement de producteurs américains dans la province eut certes des effets négatifs (peu d'égard aux spécificités régionales, par exemple), mais aussi quelques effets positifs tels que la « régularité des spectacles » et l'accès aux « progrès scénographiques et techniques » tel l'éclairage électrique des scènes locales. Ainsi, « [Montréal] n'avait rien à envier aux autres grandes villes d'Amérique du Nord » (*ibid.*, p. 43).

Toujours selon Larrue, il ne faut pas croire que l'unilinguisme des spectacles n'attire que les anglophones. Au contraire, la nature surtout visuelle des représentations permet de transcender la barrière linguistique (*ibid.*, p. 38). Les francophones composent une majeure partie du public et le sont encore lorsque le vaudeville devient burlesque, avec l'ajout de la ligne de danseuses, au milieu des années 1910 (Hébert 1981, p. 26). Selon Chantal Hébert, la troupe d'Olivier Guimond (père), devant un public de plus en plus francophone, décide au début des années 1920 d'intégrer le français à leurs prestations qui jusque-là, sous les pressions des propriétaires de salles, doivent être uniquement dans la langue de Shakespeare. Pour plaire à ce public nombreux, sans s'aliéner leur employeur, les performeurs trouvent un astucieux accommodement : « [...] les répliques données d'abord en anglais étaient immédiatement traduites en français; le texte ainsi "bilinguisé" se rendait en deux langues jusqu'au "punch" final, lequel était exceptionnellement donné en primeur, en français, avant d'être répété en anglais! » (*ibid.*, p. 34). Hébert avance que c'est ainsi qu'un langage métissé, mélange d'anglais et de joul, prend place sur les scènes des théâtres populaires présentant burlesque, vues animées et revues d'actualités. Toutefois, les études consacrées aux bonimenteurs de vues animées prouvent que la langue française était présente dans de nombreux « scopes » et théâtres populaires bien avant 1920, du moins ceux situés à l'est de la rue St-Laurent.

Ayant appris la projection cinématographique lors de ces années de travail au parc Sohmer, Léo-Ernest Ouimet ouvre en 1906 la première salle présentant le cinéma comme spectacle principal d'un programme encore très varié. Pour la première fois, les vues animées sont l'argument de vente central de la représentation dans un lieu adapté à leurs particularités. S'apparentant au *nickelodeon* américain, le Ouimetoscope et les nombreux autres « scopes »

qui apparaissent pour profiter de l'enthousiasme de la population sont généralement des salles qui peuvent accueillir entre 200 et 1100 personnes. Le Ouimetoscope et le Nationaloscope (ancien Théâtre National) sont des salles luxueuses qui attirent au départ un public petit-bourgeois. Cependant, la majorité des « scopes » ont « été ouverts à la hâte dans des locaux mal aménagés, inconfortables, des magasins ou des entrepôts dotés de quelques rangées de chaises » (Lacasse 1988 p. 19) et attirent les spectateurs au portefeuille plus modeste. Les projections des vues, américaines et françaises, sont entrecoupées de chansons illustrées, de numéros comiques, ou d'acrobates divers afin de permettre les changements de bobines. Bref, si la population francophone a accès à ces spectacles expliqués dans leur langue, rien ne les empêche de traverser à l'ouest de la rue St-Laurent pour assister aux spectacles de vaudeville et de vues animées offerts dans les salles anglophones. Et à en croire certains portraits historiques, ils le font abondamment (Legris *et al.* 1988, p. 30 et Hébert 1981, p. 26).

Ainsi, les spectateurs francophones du début du siècle sur le territoire montréalais ont accès, dans les théâtres déjà existants, à des spectacles de variétés incluant des films et présentant du vaudeville et du burlesque américain en anglais; et, dans les « scopes », à des spectacles de variétés incluant, par moment, des actes de vaudeville et présentant des vues animées expliquées en français. Et ceux qui se pointent le bout du nez au Ouimetoscope – et ils sont nombreux – peuvent non seulement voir des vues américaines et françaises, mais aussi locales, grâce aux actualités filmées par le propriétaire (Lacasse 1988, p. 17). Cette production n'est pas sans importance puisqu'elle constitue un premier rendez-vous réussi entre le public canadien-français et une cinématographie locale, lui présentant des événements et des lieux qui lui sont familiers.

Entre 1919 et 1930, le cinéma présenté dans les salles et les théâtres est à 96 % américain (Lamonde 1996, p. 56). Cependant, il est présenté majoritairement dans des spectacles hétéroclites qui, pour Lacasse, constituent une forme de « résistance à une pratique plus linéaire et plus passive du cinéma » (2000, p. 170). En fait, la fragmentation de la représentation permet une adaptation du spectacle au public local en faisant se côtoyer du cinéma américain et des artistes de scène locaux qui, pour certains, deviendront de grandes vedettes telles Alex Silvio, Olivier Guimond (père) ou encore Rose Ouellette, dit la Poune. En somme, les spectateurs assistent à des représentations culturellement bigarrées qui diffusent largement la culture états-unienne tout en subissant d'importantes transformations locales grâce aux bonimenteurs de vues et aux comédiens burlesques. Il s'agit de spectacles diffusant la culture américaine tout en proposant une résistance à son hégémonie.

Les revues d'actualités⁹¹ revêtent une importance considérable dans le paysage de la comédie canadienne-française. À l'aide de l'humour et de la parodie, ces spectacles « traitaient du quotidien plutôt que de la tradition, leurs textes et leurs descriptions montrent qu'elles s'intéressaient particulièrement aux inquiétudes d'une société en rapide transformation et qu'elles en parlaient dans un langage qui pouvait rejoindre toute la société » (Lacasse et *al.* 2012, p. 53). La présence d'une langue vernaculaire dans les salles de spectacles permet à une multitude de spectateurs de se reconnaître, de s'entendre et de s'imaginer comme un ensemble unique d'individus, différents des anglophones, certes, mais aussi différents des élites qui prêchent le bon parlé français.

⁹¹ Pour un portrait détaillé de la pratique, voir Lacasse et *al.* 2012, p. 99-200.

Dans les années 1930, l'utilisation d'un français vernaculaire se généralise dans les troupes locales de burlesque. Par contre, les spectacles sont toujours fortement inspirés du vaudeville américain. Chantal Hébert affirme que l'emprunt de matériel – voir le vol – était une pratique courante dans les troupes francophones (Hébert 1981, p. 19). Plusieurs *burlesquers* canadiens-français font le plein de matériel lors des tournées de leur troupe en Nouvelle-Angleterre où ils achètent des canevas de pièces comiques ou des *bit books* (Hébert 1981, p. 26-28 et 1989, p. 32-40). Dans *Le burlesque québécois et américain* (1989), Hébert montre bien que malgré tous les emprunts de fond et de forme faits au spectacle américain, une réappropriation s'est effectuée, premièrement, en traduisant le tout en français et, deuxièmement, en retravaillant des thèmes et des situations pour les adapter à la sensibilité locale qui implique un rapport différent au mariage, à la sexualité et à l'argent (Hébert 1989, p. 235-246).

... et les salles de cinéma parlant

L'arrivée du film parlant en territoire Montréalais au début des années 1930 pousse plusieurs salles à se convertir au cinéma, mais ne met pas fin aux spectacles de variétés. La demande du public pour les films parlants français se fait sentir et divers entrepreneurs locaux tels Édouard Garant, Alban Janin et Joseph Alexandre DeSève se lancent dans l'aventure de la distribution (Lever 1995, p. 48). En 1934, les deux plus importantes compagnies fusionnent sous le nom de France-Film qui, ainsi, monopolise le marché. L'arrivée du film parlant français est vue très positivement par l'élite clérico-nationaliste. Le journaliste Marcel Valois n'y va pas à demi-mot pour valoriser l'importance de ce cinéma en affirmant :

L'influence du film tourné en France fut considérable sur la langue parlée et la mentalité des Canadiens français. Comme ils étaient flattés

de retrouver sur des lèvres d'acteurs, personnifiant autant des provinciaux que des Parisiens, des expressions qui étaient leurs! Avec une fierté oubliée, les descendants des vaincus de 1760 redressaient la tête. Ils s'avouaient que dans un milieu anglophone ils n'étaient jamais devenus des Britanniques, à peine des Américains (1970, p. 47).

C'était oublier que France-Film fait l'acquisition du Théâtre National en 1936 et y nomme Rose Ouellette comme directrice responsable de la saison estivale. Cette dernière s'affaire à engager tous les plus grands noms de la comédie populaire qui peinent à trouver du travail en raison de la conversion d'une multitude de salles de théâtre en cinéma l'été venu. Le National est, pendant près de deux décennies, le lieu principal de diffusion du burlesque en territoire Montréalais. Le théâtre connaît énormément de succès et tire son épingle du jeu face aux cinémas « first-run » des grands distributeurs en offrant un programme fort long qui laisse place autant à la projection de films français – généralement deux – qu'à la comédie sur scène, où l'on peut voir en chair et en os les vedettes locales. Cette scène hybride, où se côtoient diverses formes de spectacles – dont la comédie burlesque qui privilégie l'improvisation des comédiens –, est en définitive un espace d'une liberté considérable – dans les limites de l'acceptabilité sociale, bien sûr –. Les acteurs en chair et en os peuvent laisser libre cours à quelques gauloiseries et histoires grinçantes dans un langage vernaculaire qui au passage écorchent doucement les pouvoirs établis.

La diffusion des films de langue française progresse entre 1945 et 1960 pour représenter environ 20 % du marché, contre 64 % pour le cinéma américain qui poursuit sa domination (Lamonde 1996, p. 67). La salle de spectacle dirigée par la Poune est un bastillon de la culture populaire locale – diffusée, nous le verrons, à l'échelle de la province par la presse et la radio –, devant l'irréversible transformation des théâtres en salles ne proposant

que des films et la multiplication de nouveaux écrans au cours des années 1940 (Hébert et Lamonde 1981, p. 40). Bref, jusqu'au début des années 1950 – où l'avènement des cabarets et l'arrivée de la télévision dans les foyers viennent porter le coup de grâce à la belle époque du burlesque – les spectateurs francophones du Québec assistent à des spectacles usant d'une formule plus hétérogène que le laissent croire la plupart des histoires du cinéma national.

Les rapports acrimonieux de l'élite cléricale catholique avec le cinéma dans la première moitié du vingtième siècle sont bien documentés⁹². Les récits historiques du cinéma au Québec rapportent, avec raison, un clergé ayant un fort pouvoir d'influence sur les décisions prises par les instances gouvernementales. Le clergé peut s'enorgueillir de plusieurs victoires dans son combat contre le cinéma, comme l'instauration d'un bureau de censure, l'interdiction à toute les personnes de moins de seize ans d'entrer dans les salles commerciales ou encore l'interdiction des ciné-parcs. On doit aussi souligner l'importance de sa contribution à la sphère du cinéma local par le travail des prêtres-cinéastes, l'instauration d'un réseau de salles parallèles, son influence sur les productions de longs-métrages locaux des années 1940 et 1950 ou la mise en œuvre d'un système de cotes morales. Cependant, lorsqu'on replace le cinéma dans l'océan de la culture de masse, il devient nécessaire de relativiser l'efficacité des efforts cléricaux de coercition et de contrôle de cette culture honnit. Si le clergé réussit à ralentir la progression de la culture de masse dans certains domaines, ou encore à imposer certaines de ses idées, il ne peut tout contrôler efficacement. Rappelons-nous que le Québec des années 1920 est la seule province canadienne non-prohibitionniste, ce qui pousse une foule d'Américains à traverser la frontière pour aller profiter des débits de boissons montréalais⁹³.

⁹² Voir Lever 1977, Lever 1995 et Gaudreault *et al.* 1996.

⁹³ Voir Daignault 2006 et Laporte 2009.

Ce fait est crucial dans le développement du jazz, des night-clubs et de l'industrie de la sexualité. La bataille du dimanche est somme toute une défaite, les sports et le monde du spectacle (parcs d'attractions, théâtres et cinémas) ne se plieront jamais complètement à la sacralité du jour du Seigneur. Bien sûr, l'Église catholique accapare une large portion du discours public, mais face à une multiplication des espaces publics de divertissement, il devient difficile pour elle de garder le contrôle sur tous les fronts. Avec le développement perpétuel du commerce et l'infiltration dans l'espace privé des technologies de communication qui diffuse des loisirs, le clergé poursuit ses salves contre la culture de masse, mais celles-ci peinent à offrir réellement les résultats escomptés. La population adhère graduellement à une culture moderne qui renouvelle sa perception du monde.

Divertissements en privé

L'imprimé

L'imprimé est certainement l'un des premiers fournisseurs industriels de divertissement à s'infiltrer dans les foyers canadiens-français. Un amalgame de facteurs rend possible l'avènement de la presse de masse à la fin du 19^e siècle. Les classes ouvrière et moyenne se développent ainsi que leur pouvoir d'achat. L'alphabétisation va bon train; en 1891, les ¾ des Canadiens français sont alphabétisés : 82 % sont urbains et 67 % sont ruraux (Lamonde 2004, p. 108). Les techniques d'impression s'améliorent et réduisent ainsi les coûts de production et de vente (Lavoie 1986, p. 256). Ce nouveau lectorat – alphabétisé, mais peu instruit – et ces avancées technologiques permettent une diversification de la presse où quotidiens, hebdomadaires et mensuels se côtoient. Le photojournalisme fait son arrivée à partir des années 1870 et la présence d'images s'élargit progressivement dans la pratique de

l'édition journalistique au cours de 20^e siècle. Le succès de cette « presse du peuple » en vient même, selon Elzéar Lavoie, à décimer les journaux d'élite (*ibid.*, p. 259).

Quotidiens d'information

La Presse (1884 —), *La Patrie* (1879-1978) et *Le Soleil* (1896 —) s'affichent comme les premiers grands quotidiens d'informations à large diffusion⁹⁴ et s'inspirent des nombreux journaux sensationnalistes américains pour offrir une presse qui fait la diffusion du « dogme de la modernité » (*ibid.*, p. 258). Certaines idées fondamentalement modernes les traversent : l'idée du progrès (technique, matériel et moral), l'idée des nations, l'idée de la primauté de la démocratie, l'idée d'une nécessaire intervention étatique comme diffuseur de progrès et l'idée d'individualisme (*ibid.*, p. 258-259). Ils s'éloignent de la presse d'élite qui domine l'espace public au courant du 19^e siècle en minimisant « les nouvelles étrangères et nationales de routine pour valoriser les affaires municipales, les aqueducs et égouts [...], les hôpitaux et services de santé [...], les spectacles et les sports, les luttes des travailleurs, les petites annonces [...] » (*ibid.*, p. 257). Ils sont aussi des diffuseurs de divertissement, bien sûr en faisant la publicité des divers loisirs qui se développent (restauration, villégiature, activités sportives), mais aussi en proposant certaines nouveautés comme les romans-feuilletons, la bande dessinée et la section des jeux. Se développent aussi des segments spécialisés

⁹⁴ Une presse de même type se développe aussi dans les régions du Québec. On voit apparaître *Le Sorelois* (1879-1943) en Montérégie et dans le Centre-du-Québec, *Le Progrès de l'est* (1883-1924) à Sherbrooke, *Le Progrès du Saguenay* (1887 —) au Saguenay-Lac-Saint-Jean, *L'Écho de Charlevoix* (1898-1908) publié à Baie-Saint-Paul, *Le Progrès du Golfe* (1904 —) dans le Bas St-Laurent, *Le Clairon* (1912 —) à St-Hyacinthe ou *Le Nouvelliste* (1921 —) à Trois-Rivières. Ces journaux se concentrent tous sur des faits d'actualité locaux et s'avèrent cruciaux pour le développement culturel et commercial des régions de la province. Ils diffusent, loin des grands centres urbains, l'idée du commerce comme vecteur de la modernisation technique, matérielle et culturelle.

concernant la vie féminine, la mode vestimentaire, le courrier des lecteurs, le monde du spectacle, etc.

La principale source de financement de cette presse quotidienne bon marché est le revenu publicitaire, ce qui implique qu'un espace important est réservé à la réclame. Sébastien Couvrette nous rappelle que « [d]es années 1920 aux années 1940, le lecteur d'un quotidien à grand tirage comme *La Presse* et *le Star* sera soumis à une centaine de publicités différentes par jour » (2014, p. 34). On y retrouve tous les biens qui peuvent faciliter la vie quotidienne de la population et la rhétorique employée pour convaincre les potentiels acheteurs est celle du progrès technique et scientifique. Plus du quart des annonces offrent des produits miracles, enfants des nombreux progrès de la science médicale, qui règlent tous les maux du monde. Pilules rouges pour redonner vigueur aux femmes chétives, pilules orientales pour raffermir les bustes fatigués [Figure 1] ou encore ceintures électriques vivifiantes parsèment les pages des quotidiens. Ces



Figure 1 : Publicité, *La Presse*, 6 août 1910, p. 7.

« progrès » de la science médicale représentent le quart de la réclame des grands quotidiens au début du 20^e siècle (Couvrette 2004, p. 35). En plus des publicités de remèdes pour revigorer les corps éreintés par les affres de la vie moderne, on retrouve de nombreux messages faisant la promotion d'un corps jeune, beau et fort. Que ce soit les annonces mettant de l'avant la mode vestimentaire féminine du moment ou celles qui promettent un corps musculeux et fort [Figure 2], la publicité des grands quotidiens diffuse une image magnifiée du corps. Sous cet angle, la « modernité » qu'on peint, grâce aux nombreuses images qui jonchent ses feuilles qui

augmentent leur vente d'année en année, interpelle le lecteur en promettant un corps nouveau et libéré des nombreux tracés d'une vie paysanne traditionnelle. La publicité ne cesse de s'accroître dans les pages des grands quotidiens pour atteindre une part de 56 % de leur espace totale au milieu des années 1970 (Québec 1977, p. 7).

Qui dit modernité, dit bien sûr loisirs. Des sections réservées aux divertissements font rapidement leur apparition dans *La Presse* et *La Patrie*. Dans les années 1900, *La Presse* publie la rubrique *Musique Comédie Drame* qui présente les activités des théâtres et parcs montréalais sur une page. Même chose pour *La Patrie* avec une section intitulée *Nos théâtres*.



Figure 2 : Publicité, *La Presse*, 2 janvier 1904, p. 13.

Au milieu des années 1920, *La Presse* et *La Patrie* possèdent toujours une chronique similaire, d'environ trois pages, que les deux journaux titrent *Théâtre Musique Cinéma*. L'apparition des chroniqueurs du monde du cinéma se fait au courant des années 1920 et 1930. C'est généralement Gustave Comte qui tient ce

rôle au journal *La Patrie*, tandis que Léon Franque signe régulièrement les chroniques dans le journal *La*

Presse. Ces rubriques, qui en partie se spécialisent dans la publicité des lieux de divertissement, se concentrent graduellement sur le cinéma uniquement et poursuivent leur expansion au point de s'étaler sur huit à dix pages dans les années 1960 et 1970.

Tout au cours de la première moitié du 20^e siècle, certains membres de l'élite intellectuelle cléricale manifestent des signes d'hostilité face aux transformations du phénomène journalistique qu'ils attribuent à une trop grande inclination pour la culture

américaine (Lamonde 2004, p. 108). Malheureusement pour eux, cette tendance ne cesse de croître. Apparaît donc la riposte des élites traditionalistes sous la forme de plusieurs journaux : *L'Action sociale* de Québec en 1907, *Le Devoir*⁹⁵ à Montréal en 1910 ou *Le Droit* à Hull et Ottawa en 1913, entre autres. Ces organes voudront être des contrepoids au phénomène de modernité culturelle et d'américanisation que subit la province mais, pour survivre, ils devront eux aussi compter sur le financement par la publicité, ce qui, malgré eux, contribue à la puissance sociale du commerce, vecteur de modernité.

Presse urbaine et populiste

Les efforts de l'élite cléricale pour minimiser les impacts de l'américanisation de la culture canadienne-française n'empêchent en rien l'apparition d'une presse encore plus populiste dans les années 1920. Grandement inspirée des tabloïdes qui se sont développés en Angleterre et aux États-Unis, cette presse urbaine et ludique s'abreuve aux flots des faits divers les plus troublants et spectaculaires. Au Québec, elle est au départ incarné par un trio de journaux hebdomadaires (*Le Petit Journal* [1926-1978], *La Patrie du dimanche* [1935-1978] et *Photo-Journal* [1937-1978]) au tirage cumulatif d'environ 200 000 copies en 1940, pour atteindre les 600 000 copies au début des années 1950 (Lavoie 1986, p. 274). Elzéar Lavoie rappelle leur importance ainsi : « [...] ils alimentèrent la culture populaire apolitique et areligieuse moderne durant plus de trente ans. Ils furent caractéristiques d'une certaine sensibilité de toute une génération, qui raffolait des dieux du stade, et des "vues" et des ondes,

⁹⁵ Voici les propos de Georges Pelletier, directeur du journal *Le Devoir*, en 1936 dans la *Revue Dominicaine* : « Ces manchettes énormes, ces vignettes démesurées et trop nombreuses, ces dessins en série presque tous achetés aux syndicats de presse américains, ces suppléments de couleurs fortes où pêle-mêle passent princes de l'Église et de l'État, étoiles de cinéma, bœufs gras et béliers crépus primés aux foires de bétail, boxeurs, demi-mondaines, divorcés, *gangsters* et autres champignons de couches sociales en pleine moisissure, tout cela, que nous voyons jusque dans nos journaux, paraît à l'observateur d'œil aigu dériver nettement de la formule américaine de presse la plus vulgaire et qui heurte la mesure et le goût français, ou simplement un tant soit peu civilisés » (1936, p. 279).

et qui posait les problèmes sociaux et culturels en termes laïcs nouveaux » (Lavoie 1986, p. 277). Les hebdomadaires ludiques et quotidiens du dimanche augmenteront en nombre au fil des décennies pour atteindre leur apogée au cours des années 1960 où l'on retrouve une quinzaine de titres différents dans les kiosques. Le trio initial exploite des manchettes chocs, une myriade d'images et des sujets séduisants, scabreux ou divertissants. On offre beaucoup d'espace aux faits divers, au monde des sports professionnels et à la vie culturelle.

L'arrivée de *Radio-Monde* en 1939 marque l'apparition des hebdomadaires ludiques exploitant majoritairement la vie culturelle étrangère et locale. Mario Fontaine explique que cette naissance est directement liée au « [...] monde extraordinaire de la radiodiffusion [...] » qui fait entrer de nouvelles vedettes dans les foyers. La télévision a un impact similaire au début des années 1950. Dès lors, plusieurs nouveaux titres font leur apparition afin d'exploiter le royaume toujours plus vaste et faste du *show-business* local. Que font les vedettes dans leur passe-temps? Que mangent-elles pour déjeuner? Où vont-elles en vacances? Les hebdomadaires s'efforcent de répondre à toutes ces questions cruciales. En fait, ils consacrent environ la moitié de leur espace de rédaction totale à de l'information non-commanditée et la plus grande proportion (23 % de cet ensemble) est consacrée à la vie culturelle (Québec 1977, p. 61). Les hebdomadaires ludiques maintiennent un tirage global de plus d'un million de copies par semaines entre 1964 et 1971 (*ibid.*, p. 101-106). Il s'agit d'un phénomène culturel d'ampleur qui rythme la vie d'un tiers de la population francophone (Beaulieu et Hamelin 1973-1990, p. 276).

Suivant les moindres péripéties du monde artistique, plusieurs hebdomadaires se dotent d'une section dédiée au cinéma étranger d'abord, et ensuite au cinéma local lorsque celui-ci

prend de l'ampleur dans les années 1960. Au début des années 1970, la pratique est généralisée et l'on retrouve des rubriques telles : « Le cinéma québécois et ses vedettes » dans *Le Grand Journal Illustré*, « Pop cinéma » dans *Photo-Vedettes*, « Les films de la semaine » et « Le cinéma » dans *Le Petit journal* – cette dernière est pilotée pendant un temps par Jean-Claude Lord –, ou encore « Ah... Tu veux savoir? » signée par Pierre Brousseau dans *Photo-Journal*. Généralement, il s'agit d'un mélange de reportages sur les vedettes, d'entrevues et de critiques de films.

Cette presse qui exploite les affres et les abus sociaux de la vie moderne, est aussi toujours à l'affût du « goût du jour » en terme culturel, offrant à voir les dernières tendances qui projettent constamment le lecteur dans un avenir qu'on lui promet « meilleur ». Elle réunit le monde artistique international et local en un endroit et permet au lecteur d'en avoir une vision globale. De plus, elle lui permet de tisser des liens entre les différents domaines d'activités artistiques qui offrent à voir un *star-system* local. On en apprend sur « nos » vedettes, celles qu'on voit et/ou entend régulièrement, en fonction de l'époque, au théâtre burlesque, dans les cabarets, à la radio, à la télévision et au cinéma.

Périodiques : magazines en tout genre

Le développement foisonnant du médium du magazine au Canada français se fait à partir des périodiques de la fin du 19^e siècle qui « expérimentent essentiellement dans une dépendance culturelle postcoloniale des formules métropolitaines, françaises surtout, mais aussi britanniques, tant en ce qui concerne les titres et la mise en page que les rubriques » (Saint-Jacques et des Rivières 2012, p. 27). À l'aube du 20^e siècle, le marché des magazines locaux se transforme afin de concurrencer le magazine américain qui apparaît dans les

kiosques de la province. Les éditeurs locaux délaissent donc la forme du magazine « à la française » pour privilégier celle des revues continentales. Denis Saint-Jacques et Marie-José des Rivières ont exploré ce corpus, longtemps vu comme un simple dérivé du magazine américain, et ils en arrivent à la conclusion que les magazines canadiens-français de la première moitié du siècle sont issus d'une double ascendance. D'une part, leur structure est inspirée du magazine américain, mais avec des moyens plus modestes. D'autre part, ils laissent une large place – près de la moitié de l'espace de rédaction, en fait – aux récits de fiction français, sans même prendre la peine de les adapter pour les lectrices locales (*ibid.*, p. 34). Les deux chercheurs en arrivent à la conclusion que le magazine canadien-français est un objet singulier qui s'adresse à : « [...] une consommatrice américanisée pour la vie matérielle, mais française d'esprit et, faut-il le dire, de cœur » (*ibid.*, p. 34).

Certains des magazines modernes au début des années 1920 ne remportent pas le succès escompté. Le désir de dynamiser les tirages chancelants est certainement l'une des raisons qui expliquent l'exploitation de divers loisirs à la mode, tel le cinéma, dans leurs pages. Par exemple, la revue bimensuelle *Le Passe-Temps* (1895-1948), qui se consacre à la publication de partition musicale, tire profit de l'intérêt que porte la population vers le cinéma en plaçant en couverture une image des plus grandes vedettes américaines du moment et en créant une rubrique intitulée « Dans le monde du cinéma » et plus tard « Narration d'une vue animée ». Cette pratique est abandonnée assez rapidement et les autres revues qui tentent de faire leur place en exploitant le cinéma de façon aussi superficielle (*La Semaine* [1920] et *Le Studio* [1924-1925]) ne font pas long feu. Au tournant des années 1920, des magazines axés sur les salles obscures font leur apparition. L'éditeur Maison Poirier & Bessette, déjà propriétaire des magazines *Le Samedi* et *La Revue populaire*, lance *Le Film* en 1919. Ce

magazine atteint un public somme toute assez limité avec un tirage de 10 000 copies pendant ses dix premières années d'existence (Lavoie 1986, p. 263). Par contre, il jouit d'une longévité considérable; il est publié jusqu'en 1962. Son principal concurrent est *Le Courrier du cinéma* qui paraît de 1935 et 1954. Le succès important que remporte le cinéma pendant les années 1940 permet la publication de quelques autres revues qui sont plus éphémères : *Cinémonde* (1942-1947) et *Le magazine du cinéma et de la radio* (1942-1946). Au final, ces magazines qui ont retenu l'attention d'un certain public pendant la première moitié du 20^e siècle cèdent, dans les années 1960, leur place aux hebdomadaires ludiques qui centralisent, comme nous l'avons vu, toutes les facettes de la vie culturelle en un seul endroit.

Malgré le lien avec la culture de la mère patrie qu'affichent certains magazines laïcs, l'élite cléricale leur reste très réticente. Pour prémunir la population des effets les plus néfastes de ces publications américanisées et américanisantes, les communautés religieuses éditent leurs propres feuilles. Elzéar Lavoie rappelle que jusqu'à la Seconde Guerre mondiale : « [l]e public submergé d'annales [à tendance religieuse] qui le sollicitaient constamment pas (sic) ses réseaux primaires, et qui saturaient la faible part de son temps libre consacré à la lecture, s'émiettait entre quatre revues profanes en concurrence » (*ibid.*, p. 265). Sur le plan du tirage, les magazines religieux remportent la palme face aux revues dites modernes qui ne prendront contrôle du marché véritablement qu'en période d'après-guerre. Il s'agit du seul cas où l'élite cléricale semble avoir régenté assez efficacement un médium moderne en l'utilisant à son avantage pendant une longue période.

La paralittérature ou littérature populaire

Ici, je n'aborde pas l'implantation du médium littéraire dans sa globalité, ce qui demanderait beaucoup d'espace, mais me concentre sur l'une de ses facettes souvent négligée et mal vue, appelée non sans une certaine condescendance la paralittérature. Communément appelé *Pulp fiction* ou *Pulp magazine* par les Américains, il s'agit d'une littérature industrielle apparue au tournant du 20^e siècle. Imprimée sur un papier bon marché, elle est destinée aux masses. Les récits produits exploitent bien souvent des thèmes simples et spectaculaires où des personnages stéréotypés vivent des aventures rocambolesques. Histoires de meurtre, de détective, de science-fiction, d'horreur, d'amour et d'espionnage constituent la grande majorité des récits proposés par ces livres qui peuvent atteindre jusqu'à 120 pages.

Édouard Garand est l'un des premiers éditeurs à tenter l'expérience de la littérature de masse. Au début des années 1920, il lance des fascicules d'environ quatre-vingts pages, imprimées sur un papier journal et reliées par une couverture en papier glacé. Il offre des romans policiers, sentimentaux, psychologiques et historiques écrits par des auteurs locaux. L'entreprise poursuit ses activités jusqu'à la Seconde Guerre mondiale avec un tirage d'environ 10 000 exemplaires (Gagnon et Saint-Jacques 1984, p. 45). Après le ralentissement de l'entreprise de Garand, le roman en fascicule bon marché trouve refuge chez un autre éditeur : les éditions Police-Journal. Fondée par les frères Lespérances au milieu des années 1940, la maison d'édition se lance dans la publication de roman en fascicule hebdomadaire de 32 pages. Ce format, qui s'acquiert pour la modique somme de 10 ¢ dans les kiosques à journaux, restaurants et dépanneurs, remporte un succès considérable et devient la norme dans le monde de l'édition de masse. Plusieurs éditeurs voient le jour dans les années 1940 et 1950 et profitent d'un marché en plein essor : Les Éditions du Bavard, Les

Éditions Irène et Les Éditions Bigalles. Ce dernier est celui qui concurrence le mieux Police-Journal avec quatre séries d'aventures qui auront entre 200 et 300 épisodes chacune : *Les aventures amoureuses de la belle Françoise*, AC-12; *Les dangereux exploits du sergent Colette*, UZ-16; *Les exploits fantastiques de Max Beaumont* et *Les exploits fantastiques de Monsieur Mystère*. Cela dit, Police-Journal est l'éditeur qui remporte les meilleurs succès avec des séries fort appréciées d'un public ouvrier. On retrouve donc les séries : *Diane la belle aventurière* (nombre d'épisodes inconnu), *Les aventures extraordinaires de Guy Verchères* : *L'Arsène Lupin canadien-français* (nombre d'épisodes inconnu), *Les aventures policières d'Albert Brien : Détective national des canadiens-français* (plus de 500 épisodes), *Les exploits du Domino Noir* (plus de 850 épisodes) et, bien sûr, *Les aventures étranges de l'agent IXE-13*, *l'as des espions canadiens-français* (934 épisodes)⁹⁶. Cette dernière série est publiée du 21 novembre 1947 au 5 octobre 1966 sans interruption et atteint un bassin de plus de 20 000 lecteurs chaque semaine (*ibid.*).

Le clergé catholique et les intellectuels laïques associent – sans surprise – cette littérature industrielle aux tares sociales issues de la dégénérescence américaine. L'influence du géant du sud est pour eux néfaste et va à l'encontre de la souveraineté culturelle et de la nation canadienne-française (Lamonde 1996, p. 70-71). Claude-Marie Gagnon et Denis St-Jacques décrivent l'apport symbolique d'un IXE-13 dans la culture canadienne-française, ce qui explique assez bien l'hostilité des élites intellectuelles et culturelles face à la littérature de masse :

⁹⁶ Toutes ces séries sont pilotées par le même écrivain, Pierre Daigneault, sous différents pseudonymes : Pierre Saurel, Hercule Valjean, Marcel Darien et Paul Verchères. Il s'agit sans aucun doute du plus prolifique écrivain de cette vague de littérature populaire.

En 1947, [l]a série d'espionnage Ixe-13 représente une première au Québec. Cette sorte de héros, actif, positif, à l'aise dans le monde technologique, avait tout pour séduire des lecteurs devenus indifférents aux traditions agriculturistes et restés étrangers aux angoisses des intellectuels en mal d'être. Ixe-13, Marius, Gisèle, Von Tracht et Bouritz, Taya, « la reine des communistes chinois », autant de personnages qui allaient mettre en place, à partir des intrigues qui les liaient, une vision du monde en rapport étroit avec celle des lecteurs de masse de l'après-guerre (1984, p. 45).

En plus d'une foule de héros positifs en résonance avec la modernité sociale et culturelle toujours grandissante, ces différents récits permettent à une frange non négligeable de la population de se familiariser avec une multitude de genres différents, au même titre que ce qu'offre le cinéma, la radio et plus tard la télévision. Il s'agit d'un changement qui peut paraître subtil. Cependant, ces choix plus vastes incarnent l'esprit du commerce; un modèle qui permet désormais à chacun de consommer ce qui lui plaît.

La radio

Issue des développements de la T.S.F. pendant les vingt premières années du 20^e siècle⁹⁷, la radio prend son tournant « grand public » dans la province de Québec avec la création de la station de radiodiffusion privée CKAC (1922), propriété du journal *La Presse*. La présence de poste de radio dans les foyers de la province de Québec ne cesse d'augmenter au cours des décennies suivantes. Par contre, si l'acquisition de récepteur par les ménages va bon train dans les régions urbaines – 37,5 % d'entre eux possèdent un poste de radio en 1931 – , le Québec rural tire de la patte avec seulement 8,4 % des ménages possédant un appareil, comparativement à 30 % en Ontario (Lavoie 1971, p. 23). C'est au cours de cette décennie qu'une majorité de foyers de la province se munissent d'une radio, ce qui permet à une large part des citoyens de tisser des liens autour d'une langue et d'une culture commune.

⁹⁷ Pour plus d'informations, voir : Pagé 2007, p. 27-65.

Dès les balbutiements de la radio au Québec, les auditeurs montréalais ont accès, en plus de CKAC, à certaines stations américaines, à cause de la proximité du territoire et de l'absence de réglementations concernant la diffusion des ondes (Filion 1994, p. 14). À partir de 1929, CKAC signe une entente avec la station américaine CBS qui lui fournit du contenu anglophone afin de compléter sa programmation, qui devait s'interrompre en après-midi et les jours de fête. Ce partage du temps de diffusion offre à l'auditoire de CKAC la possibilité de consommer la culture musicale des voisins du sud :

On constate que ces programmes servent à combler les manques d'émissions de musique classique en fin de soirée, mais surtout constituent l'essentiel de la programmation de divertissement du samedi et du dimanche. Musique populaire de Philadelphie, musique de danse du New Jersey, musique classique de Saint-Louis, orchestre symphonique Columbia, musique semi-classique intitulée *The Family Hour*, musique latino-américaine *Viva America*, orchestre de Al Goodman, tous les artistes américains considérés comme « vedettes » sont ainsi mis en valeur par la programmation de CKAC dont les titres d'émissions s'identifient aux artistes. C'est l'intégration culturelle à l'Amérique (Pagé 2007, p. 229).

Cette programmation partagée entre du contenu local et états-unien, entre la langue française et anglaise, se poursuit à CKAC même après l'apparition de stations entièrement anglophones en territoire montréalais au milieu des années 1940 (*ibid.*, p. 227). L'arrivée de Radio-Canada en 1937, qui va privilégier « [...] un ensemble d'émissions d'éducation des adultes et de formation civique, composé de contenus désignés comme “causeries, discours, débats et discussions publiques” [...] » (*ibid.*, p. 236), ne change pas l'approche de la station de *La Presse*. Celle-ci poursuit ses activités dans le créneau du divertissement au point où l'historien Elzéar Lavoie n'hésite pas à affirmer que « [...] CKAC fut le vrai médiateur de la culture populaire moderne au Québec francophone, au cours des années 1930 [...] » (1986, p. 279). CKAC, qui fait une place au vedettariat à l'américaine, permet à nombre d'artistes

locaux de diffuser leurs talents sur leurs ondes. Ainsi, chanteurs, chanteuses, comédiens de burlesque et de revues d'actualités, que les Montréalais peuvent entendre sur les planches des théâtres de vaudevilles et burlesques, dans les cabarets montréalais⁹⁸ et sur de plus en plus d'enregistrements sonores,⁹⁹ se retrouvent à la barre d'émissions hebdomadaires de la station. Les auditeurs des années 1930 et 1940 voient aussi apparaître une foule de radioromans et de feuilletons sériels autant sur les ondes de CKAC que sur celles du service français de la CBC. Pagé a calculé la masse de pages manuscrites produites pour les quatre plus importants genres radiophoniques entre 1930 et 1970 : le radiroman remporte la palme avec 258 200 pages produites pour 71 émissions différentes. Les dramatiques par épisode (120 émissions) et les séries humoristiques (111 émissions) sont aussi produits en masse avec respectivement 69 980 et 65 300 pages (2007). L'écart important entre le radiroman et les séries dramatiques et humoristiques s'explique partiellement par la formule quotidienne des radioromans versus la formule hebdomadaire des séries. Par contre, nul doute que ces trois genres radiophoniques sont les plus écoutés par la population pendant trois décennies.

Les radioromans *Un homme et son péché* (1939-1962, Radio-Canada) de Claude-Henri Grignon, *Le curé de village* (1935-1938, C.K.A.C et 1949-1955, Radio-Canada) de Robert Choquette et *Le Survenant* (1952-1955, Radio-Canada) de Germaine Guèvremont font certainement partie des grands succès de l'époque. Ils s'inscrivent désormais dans la mémoire collective grâce à leurs subséquentes itérations au cinéma et à la télévision. Cependant,

⁹⁸ Pour plus d'informations sur l'importance des *night-clubs* (anglophone), des cabarets (francophone) et des clubs de jazz en territoire montréalais et leur influence sur la culture francophone, voir : Bourrassa et Larrue 1993, p. 115-127; Bouliane 2013, p. 1-28.

⁹⁹ Monopolisée par les compagnies américaines jusqu'aux années 1960, l'industrie de l'enregistrement sonore laisse une place à plusieurs artistes locaux qui remportent beaucoup de succès grâce à la musique folklorique, mais aussi dans les genres de la variété et de la comédie. Voir : Thérien 2003.

l'amateur de radioromans se trouve devant un choix multiple de récits qui font le portrait de la vie quotidienne un peu partout au Québec. Plusieurs radioromans s'éloignent des tribulations de la vie paysanne pour décrire les réalités de la vie urbaine. C'est le cas de *La pension Velder* (1938-1942, Radio-Canada) et *Métropole* (1943-1956, Radio-Canada) de Robert Choquette, de *Faubourg à m'lasse* (1949-1953, CKAC) de Pierre Dagenais et de *La famille Plouffe* (1952-1955 et 1961-1967, Radio-Canada) de Roger Lemelin. Il serait faux de croire que la culture radioromanesque ne fait que transmettre une culture traditionaliste, elle fait aussi le portrait d'une société en pleine modernisation qui doit progresser avec les plaisirs et les difficultés que cela implique.

La radio est un médium de modernisation intense grâce au développement et la diffusion du radio-journalisme, des émissions d'affaires publiques, de science ou d'éducation civique. Ce qui déplait le plus à l'élite cléricale est la diffusion de discours laïcs sur la société, discours désinvestis de la pensée religieuse, et l'utilisation de la langue parlée urbaine qui éloigne, selon elle, la population du « bon parlé français »¹⁰⁰. Lavoie explique qu'« avant la radio, la parole publique était le monopole des clercs et des avocats, qui s'érigeaient, avec complicité, en détenteurs de la parole collective » (1986, p. 277). Le discours radiophonique entre dans les foyers et échappe, la plupart du temps, au contrôle de l'Église. Par contre, cette dernière résiste à cette tendance en créant une panoplie d'émissions religieuses, dont *L'heure*

¹⁰⁰ Selon Elzéar Lavoie, le « bon parlé français » trouve refuge à Radio-Canada qui censure la langue parlée urbaine. CKAC détient ainsi l'exclusivité de la « langue du peuple » pendant plus de trente ans. L'idée que le langage du peuple est néfaste reste longtemps ancrée dans l'esprit des penseurs comme en font foi les écrits du journaliste Marcel Valois en 1970 : « [s]auvés, semblait-il, de l'américanisation, les Canadiens français furent mis en face d'un ennemi dangereux venu de l'intérieur sous le couvert d'un faux folklore et d'une vulgaire phonographie du parler populaire. Des scripteurs apparurent qui flattèrent le bas peuple et les ignares. Leur influence fut, hélas! aussi grande que celle d'un Robert Choquette ou d'un Claude-Henri Grignon qui respectaient la langue tout en gardant les vocables, les tournures et l'accent provincial qu'exigeaient les personnages de leurs radioromans (sic) » (Valois 1970, p. 48).

catholique à CKAC et *L'heure dominicale* à Radio-Canada, qui sont diffusées du début des années 1930 au début des années 1950. Pierre Pagé rapporte que les émissions religieuses comptent pour environ 4 % de la programmation des réseaux francophones au court de la décennie 1950 (2007, p. 256). Il rappelle aussi la longévité de la diffusion du chapelet qui, sur les ondes de CKAC, se poursuit de septembre 1950 à septembre 1970. Cependant, il insiste sur le fait qu'« il était devenu évident que les auditoires étaient ailleurs qu'à l'écoute du chapelet radiophonique depuis fort longtemps » (*ibid.*, p. 257); la télévision les ayant certainement séduit.

La télévision

L'histoire de la télévision au Québec débute avec l'apparition du réseau de télévision de Radio-Canada (CBFT) et la diffusion des premières images le 2 juin 1952. L'implantation d'un poste de télévision dans une majorité des ménages de la province se fait en un peu plus de trois ans pour en atteindre 88,9 % en 1960 (Lamonde 1996, p. 68). Le médium agit comme un aspirateur culturel. Pendant la décennie 1950, il attire une foule d'artisans qui ont fait leurs premières armes à la radio, dans les théâtres classiques et populaires, dans les cabarets et dans le domaine du cinéma. Radio-Canada, étant le seul joueur pendant la première décennie d'existence du médium et n'ayant au départ que très peu de contenu original, diffuse tout événement culturel d'intérêt public tel que les sports les plus en vue comme le hockey, le football et la lutte. On fait une très grande place au court-métrage d'éducation (souvent produit à l'ONF), mais on propose aussi des longs-métrages en français et en anglais. La diffusion qui ne se fait que pendant quelques heures par jour au début s'élargit et plusieurs émissions de variétés viennent au monde comme *Le Café des artistes* (1953-1955), *Portes ouvertes* (1955-

1957) ou *Music-Hall* (1955-1962), toutes trois animées par Jacques Normand et présentant une foule d'artistes locaux. Aussi, plusieurs radioromans sont transformés en téléromans et obtiennent toujours le même succès auprès des spectateurs.

La donne change avec l'arrivée en 1961 de Télé-Métropole (CFTM-TV), sous l'initiative, entre autres, de Joseph-Alexandre DeSève. Le canal 10, comme on l'appelle à l'époque, s'affiche délibérément plus populiste que le Canal 2. Si l'approche culturelle du réseau télévisé de Radio-Canada est en parfaite synchronie avec celle de son pendant radiophonique, on peut considérer que le réseau Télé-Métropole est en continuité directe avec la station de radio CKAC; privilégiant toutes deux le divertissement de leur public et affichant un franc penchant pour la culture américaine. Si la lutte pour les cotes d'écoute entre les deux stations est toujours féroce pendant les décennies 1960 et 1970, Télé-Métropole sort régulièrement son épingle du jeu pour s'attirer les faveurs d'un plus grand nombre de spectateurs qui, aussi, passe un plus grand nombre d'heures devant leur appareil¹⁰¹.

Réal Charbonneau produit en 1963 une étude intitulée *Une semaine de télévision, 18 au 25 novembre 1962 : Étude comparative de la programmation CBFT, CFTM-TV, CFCM-TV, CKRS-TV*. Celle-ci, bien qu'utilisant un échantillon fort mince, nous permet tout de même d'avoir une idée de la programmation des deux principaux diffuseurs. Cette semaine-là, Radio-Canada consacre 49,9 % de sa programmation aux divertissements (variétés, jeu-questionnaires et concours, téléromans, émissions sportives, opéras/opérettes et longs-métrages). De son côté, Télé-Métropole consacre 73,6 % de sa programmation aux divertissements. Les émissions américaines sont les émissions étrangères les plus nombreuses.

¹⁰¹ *La Presse*, 26 février 1970, p. 2; *Télé-Radiomonde*, 13 mars 1971, p. 2; *Le Soleil*, 21 mai 1977, p. G12.

Elles occupent 30 % du temps total de diffusion de CFTM-TV et 8,2 % de CBFT. Au canal 10, les téléromans sont à 84,4 % américains d'origine. Les films, eux, sont partagés à parts égales entre américains et français pour les deux réseaux. Le diffuseur privé, qui s'attire de plus en plus les faveurs du public pendant la décennie 1960, est définitivement tourné vers le géant du sud, tandis que la société d'État, elle, ne peut se soustraire à ses responsabilités d'information et d'éducation.

La position radio-canadienne semble être vue plus positivement par les membres de l'élite cléricale que l'approche américanisée de Télé-Métropole. Toutefois, les années 1960 et 1970 sont l'époque du déclin de la présence cléricale dans le discours public. Ainsi, en plus de ses interventions plus sporadiques dans les médias, l'Église a d'autres chats à fouetter voyant le changement des mœurs de la jeune génération face à la sexualité. Au final, le clergé catholique – supplanté par la nouvelle élite moderne montante, nous le verrons – doit abdiquer et concéder la victoire à la modernisation technologique et culturelle, forces sociales irrépissibles soutenues par un monde du commerce et de la consommation désormais tout puissant.

Conclusion

Ce portrait, malgré son aspect pour le moins touffu, me permet de tirer quelques conclusions importantes concernant la modernisation culturelle du Québec dans la première moitié du 20^e siècle. On assiste d'abord à un amalgame hétéroclite de divertissement de masse qui a pour principale raison d'être de répondre à la demande grandissante d'une population ouvrière urbaine qui cherche à remplir ses temps libres. En réaction au temps de travail régularisé, on voit apparaître un temps libre qui est consacré à la détente, mais surtout aux

loisirs. Apparaît ainsi une multiple offre de divertissements auxquels le cinéma vient participer. Ces divertissements ne se développent pas en vase clos, mais se côtoient, s'interpénètrent et s'influencent. En fin de compte, ils participent tous à une expérience culturelle moderne qui implique l'apparition de divers genres littéraires, radiophoniques, télévisuels et cinématographiques pour satisfaire une masse hétérogène d'individus. En découle aussi l'avènement d'un système de vedettariat où une foule de nouveaux héros, réels ou fictifs, sont idolâtrés. Bien que l'influence des vedettes américaines soit palpable, la culture de masse locale place en avant-scène plusieurs héros populaires pour une communauté en manque de figures historiques et contemporaines attrayantes.

La modernisation technologique et culturelle favorise définitivement un éloignement de la population face à la religion, d'abord en chamboulant la quotidienneté et les habitudes spirituelles de la population, ensuite en faisant la promotion d'un confort de vie atteignable à l'extérieure des préceptes de la vie religieuse. Les progrès de la vie moderne, issue du matérialisme et du consumérisme, sont diffusés massivement par les médias de masse, que ce soit la presse, la radio ou la télévision. Cette « vie moderne » fabrique son négatif : la « vie traditionnelle » et lui confère une aura passéiste. Le tout ne s'institue point sans résistance de l'élite cléricale. Cette dernière met en place diverses manœuvres pour arrêter la progression de la modernisation, mais ne réussit au mieux qu'à la ralentir; c'est le cas dans les régions rurales entre 1930 et 1950.

La culture de masse locale diffuse une représentation du Québec qui intègre et accepte le monde de la consommation à l'américaine. On assiste à un déplacement latéral général de la culture du peuple, qui se tourne graduellement vers les États-Unis. L'Amérique en vient à

supplanter la France comme métropole culturelle, malgré les actions de l'élite culturelle locale. L'influence de la culture américaine transforme la culture locale qui, par un travail de réappropriation, propose une culture nouvelle et spécifique aux habitants de ce territoire francophone sur le continent américain.

En conclusion, on assiste à une implantation croissante, cependant moins rapide que dans les sociétés voisines, de la modernité technologique dans la vie des citoyens, mais aussi à une transformation de leur quotidien qui est de moins en moins rythmé par les saisons, mais de plus en plus rythmé par l'industrie et le commerce, même dans les loisirs. S'ensuit une transformation de la perception du monde pour la population, mais aussi une modification de l'appréhension du corps. Le corps possède désormais une vision et une écoute qui lui permettent de voir et d'entendre les populations des contrées éloignées. Ce corps subit les effets de la vitesse mécanique qui permet la productivité et son corollaire, la fréquence et l'intensité des loisirs ludiques et des représentations qu'ils propagent. Tout cela constitue un nouveau corps politique encore subalterne mais qui veut renégocier sa place dans une Amérique économiquement et culturellement impérialiste.

Chapitre V

« Pour l’abrutissement du monde »¹⁰²

Violence symbolique et comédies cinématographiques québécoises

« Plate », « pas drôle », « minable » et « mal foutu » sont des qualificatifs fréquemment utilisés dans les textes critiques concernant les comédies cinématographiques produites au Québec au début des années 1970. Ces comédies populaires, avec leur budget limité, leur esthétique simpliste et leur humour bon enfant ou vulgaire déplaisent à certains intervenants qui, par moment, usent d’un langage violent pour les décrire et ainsi les faire symboliquement dégringoler dans l’abysse des navets cinématographiques. Cette attitude de mépris et d’incompréhension, rencontrée moult fois au hasard des recherches, m’a convaincu qu’il y a là un problème non seulement esthétique mais social, un problème de violence symbolique. La consultation subséquente de diverses histoires générales du cinéma québécois est venue accroître mes suspicions : l’histoire du cinéma québécois souffre d’un oubli de la comédie. En fait, ces films s’y trouvent, mais ils n’ont qu’une place bien mince dans les récits historiques officiels. Les études directement consacrées à ces comédies se font aussi rares¹⁰³. Dans ces conditions, il est pertinent de chercher à comprendre leur omission dans les histoires

¹⁰² Cette expression fut utilisée comme titre d’une critique acerbe du film *Tout feu, tout femme* écrite par Monique Mathieu pour le quotidien *Montréal-Matin* en date du 27 mars 1975.

¹⁰³ L’exercice le plus louable est certainement le récent livre de Robert Aird et Marc-André Robert intitulé *L’imaginaire comique dans le cinéma québécois : 1952-2014* (2016). Les auteurs nous offrent une étude des thématiques récurrentes de la comédie québécoise, mais la large échelle temporelle abordée (1952-2014) les empêche d’étudier en profondeur le présent corpus. Quelques dossiers concernant la comédie cinématographique en général, ou celle spécifique au Québec, se trouvent dans les revues spécialisées, mais la place réservée aux comédies des années 1970 est bien maigre (voir : Tadros 1973, Rousseau 1993, Barrette 2008 et Coulombe 2009).

du cinéma québécois. Il m'apparaît légitime de demander dans quelle mesure et pourquoi elles ont été laissées de côté. Mais surtout, comment cette absence s'est-elle orchestrée?

Expliquer l'ostracisme envers les comédies par leur nonchalance esthétique et technique est une hypothèse simple qui camoufle, selon moi, une réponse plus complexe. L'évincement de ces films de l'histoire du cinéma est lié à l'établissement d'une nouvelle élite culturelle cinématographique dans le contexte des changements politiques et sociaux de la Révolution tranquille. Les comédies ont été victimes d'une violence symbolique¹⁰⁴ importante de la part de l'intelligentsia qui agissait, consciemment ou inconsciemment, dans un désir de « distinction » (Bourdieu [1979] 2007). Désireuse de consolider son statut de nouvelle élite face à l'ancienne élite cléricale, cette intelligentsia moderne effectua un processus de sélection culturel, encensant les « bons objets » et pourfendant les « mauvais ». Et puisque ces « mauvais objets » ne répondaient pas aux critères de ce qu'ils considéraient être de l'art cinématographique, les critiques et historiens ont adopté différentes attitudes plus ou moins violentes pour les discréditer et façonner un écrasement symbolique. De ces « luttes symboliques » (*ibid.*, p. 271) entre communautés résulte un processus de hiérarchisation culturelle dans le monde du cinéma « québécois » et le cinéma de comédie est l'un des grands perdants de cette joute de pouvoir.

Je propose donc une étude des attitudes et discours offerts par des intervenants « légitimes »¹⁰⁵ afin de montrer comment s'est mise en pratique cette violence symbolique Bourdieusienne. Je cherche à montrer que le cinéma de comédie a été passablement effacé de

¹⁰⁴ Pour Bourdieu, la violence symbolique est un mécanisme de domination sociale ou un groupe impose aux autres des idées et des comportements, leurs octroyant un caractère « naturel » et universel bien qu'ils soient, en réalité, construits et socialement situés. Voir : Bourdieu 1970 et [1979] 2007.

¹⁰⁵ N'ont été retenus que les quotidiens et hebdomadaires qui forment l'ensemble de la critique légitime selon Yves Lever (1995, p. 447-462).

l'histoire, et que l'amnésie qui en résulte participe d'une certaine violence symbolique, ou répression. C'est tout un pan de l'histoire culturelle du Québec qui est retiré du patrimoine et dont l'absence participe à la production d'une mémoire amputée. Puisque l'exercice consiste essentiellement à prendre le pouls de l'élite, je m'en tiens aux documents auxquels une légitimité a préalablement été accordée : dictionnaires, histoires, articles historiques et critiques de revues spécialisées, ainsi que les critiques des quotidiens grands publics¹⁰⁶.

Avant de me lancer dans l'analyse des attitudes et des discours, je reviens sur la conjoncture sociale à l'orée de la Révolution tranquille pour en dégager l'image du « triangle communautaire » au sein duquel l'idée du « cinéma québécois » est débattue, qui fait aussi apparaître les contours du processus de hiérarchisation culturelle que cette triangulation sous-entend. Quelques concepts théoriques seront approfondis afin de soutenir mon approche analytique. Finalement, le portrait de la violence symbolique sera fait par la description des processus de légitimation positif et négatif. Le premier consiste en la mise en place d'institutions et de discours de légitimation; le second se compose de deux attitudes singulières de la part de l'élite culturelle face aux « mauvais objets » populaires : l'omission et le dénigrement.

Contexte social et hiérarchisation culturelle

Le Québec des décennies 1960 et 1970 subit de forts changements sociaux et culturels – les politiques réformistes et le néonationalisme sont sans doute deux des traits les plus

¹⁰⁶ Par souci de rigueur et transparence, je tiens à porter à l'attention du lecteur que les documents susmentionnés ne représentent pas l'entièreté des écrits métatextuels entourant le corpus de films choisis. Bien qu'ils aient été consultés, les journaux de type « quotidien du dimanche » et « hebdomadaire ludique », qui paraissent en grand nombre dans les années 1960-1970 (voir Fontaine 1978), n'ont pas été retenus pour ce chapitre. La raison est plutôt simple : ils ne sont pas, aux yeux des historiens et spécialistes du cinéma, des sources légitimes d'informations. Nous les aborderons au prochain chapitre.

importants du nouveau visage qu'adopte la province. Globalement, le Québec s'accorde sur l'idéologie du « rattrapage », comme l'explique Linteau *et al.* : « [i]l s'agit d'accélérer un processus de mise à jour et de modernisation qui [...], au Québec, a été considérablement freiné par le conservatisme du gouvernement Duplessis » (1989b, p. 422). Trois répercussions de ce rattrapage m'intéressent particulièrement. Premièrement, une nécessaire laïcisation de l'État est amorcée, interrompant la très grande promiscuité du clergé et du pouvoir étatique. L'Église perd l'influence qu'elle avait sur l'ensemble de la population à peine dix ans plus tôt. Deuxièmement, on améliore l'accès à l'éducation, ce qui permet à plus de citoyens francophones d'entreprendre des études universitaires. L'accroissement rapide d'une nouvelle élite intellectuelle en résulte. Troisièmement, on assiste à une explosion de la culture de masse « où l'influence des États-Unis joue un rôle déterminant » (Linteau *et al.* 1989b, p. 751). Une modernisation politique et technologique s'implante rapidement, ainsi qu'une extension du temps consacré aux loisirs individuels.

Ce bien mince résumé des changements politiques, sociaux et culturels de l'époque permet tout de même de souligner la mise en place d'un « triangle communautaire » entre le clergé catholique, la nouvelle élite intellectuelle moderne et ce que je nomme la « communauté vernaculaire moderne ». Ces communautés se sont côtoyées et disputé des espaces symboliques: le bon goût et la morale religieuse pour la première, l'art et les changements sociaux pour la seconde, le consumérisme et les loisirs pour la dernière. De ces luttes résulte une hiérarchisation culturelle, où chaque groupe place « sa » culture en haut de la pyramide, le poids de sa valeur écrasant symboliquement les cultures considérées comme subalternes.

Nous avons abordé au chapitre II le phénomène de hiérarchisation du cinéma en France et il serait bien difficile de défendre la thèse selon laquelle le Québec ferait exception, de sorte que ce processus de hiérarchisation n’y aurait jamais vu jour. En fait, l’avènement de la modernité intellectuelle au Québec, au courant des années 1950, est un phénomène bien documenté (voir Lamonde et Trépanier 1986), mais le portrait de cette naissance et de ses implications est à faire dans le domaine des études cinématographiques¹⁰⁷. Pour expliquer convenablement l’émergence d’une nouvelle élite cinématographique moderne québécoise, puis le processus de hiérarchisation culturelle qu’elle met en place, et finalement la lutte symbolique qu’elle fait aux comédies, approfondissons divers concepts qui permettent d’établir une approche méthodologique adéquate.

L’historien de la culture Lawrence W. Levine présente le processus de hiérarchisation culturelle dans l’Amérique du 19^e siècle et défend la thèse que : « les catégories primaires de la culture étant le produit d’idéologies qui ont sans cesse été sujettes à modifications et à transformations, les périmètres de nos divisions culturelles ont été bien plus perméables et variables que fixes et immuables » (2010, p.22). Un phénomène de transformation idéologique se met en branle dans le Québec d’après-guerre, accompagné par une reconfiguration des critères de délimitations culturelles préalablement établis. Le champ¹⁰⁸ culturel est un terrain de lutte symbolique où le clergé catholique et la nouvelle élite moderne prennent à mal la culture populaire. Levine fait état de cette attitude de la part des élites

¹⁰⁷ Je ne voudrais pas faire paraître l’élite cléricale et l’élite moderne comme deux blocs monolithiques en constante situation d’affrontement. Le lecteur comprendra que la réalité est beaucoup plus nuancée et subtile, et que le phénomène mériterait une étude plus approfondie.

¹⁰⁸ Il s’agit du champ au sens de Pierre Bourdieu, c’est-à-dire l’espace social où les agents vont défendre leurs intérêts et les idées qui les définissent en produisant des discours afin de se créer du capital symbolique ([1979] 2007, p. 249-287).

désireuses de défendre leurs intérêts, et il présente la double mécanique de légitimation qu'elle entraîne. D'une part, les élites assignent une « valeur distinctive » à certains objets et pratiques culturelles, d'autre part elles mènent un processus de disqualification et d'exclusion (2010, p. 168-174). C'est cette procédure binaire qui me pousse à dresser, d'abord le portrait d'une légitimation positive, qui accrédite un objet ou une pratique culturelle, et ensuite d'une légitimation négative qui disqualifie et rejette.

L'apparition de la nouvelle communauté d'intellectuels, au courant des années 1950, sous-entend son désir de contrôle du champ cinématographique au Québec. Tenu sous le joug du clergé catholique depuis le début du siècle, ce champ est investi d'un discours réclamant un cinéma local qui doit défendre l'idée d'une nation catholique et canadienne-française (Lever 1995, p. 79). L'élite intellectuelle moderne revendique pour sa part une nouvelle identité nationale pour le peuple du Québec, une identité qui n'est plus définie par sa religiosité mais plutôt par sa laïcité. Le terme « cinéma québécois » remplace, au cours des années 1960, « cinéma canadien » ou « cinéma canadien-français » (qui sont par contre toujours utilisés pour parler de la vague de long-métrage produit au Québec entre 1944-1954) pour marquer le changement de paradigme identitaire. Les écrits historiques produits au tournant des années 1970 acquiescent à l'existence d'un cinéma « québécois » différent de tout ce qui l'a précédé. Diverses oppositions apparaissent entre les deux élites. Ces oppositions ne diffèrent pas de celles qui se constatent dans d'autres domaines : tradition contre modernité, espace rural contre espace urbain, et, plus particulièrement esthétique cinématographique classique contre esthétique cinématographique moderne¹⁰⁹. Ces affrontements sont assez

¹⁰⁹ Par exemple, la nouvelle élite moderne accréditera les œuvres québécoises dont l'esthétique est en adéquation avec celle du cinéma de la nouvelle vague française, parangon du modernisme

communs aux champs culturels en transformation. Comme l'explique Bourdieu : « [l]e mouvement du champ artistique [...] vers une plus grande autonomie s'accompagne d'un processus de différenciation des modes d'expression artistique et d'une découverte progressive de la forme qui convient en propre à chaque art ou à chaque genre [...] » ([1992] 1998, p. 229). La prise en charge du champ cinématographique par la nouvelle intelligentsia, au courant des années 1950-60-70, se fait en partie par le rejet des idées de l'ancienne élite, mais aussi en affirmant sa valeur et sa capacité de remplacement. La production et la sélection d'objets culturels et de discours nouveaux permettent une définition de la communauté émergente, et une définition de leurs intérêts et ses goûts spécifiques. L'opposition à la culture populaire, qui est consommée et accréditée par un ensemble bigarré d'individus, apparaît ainsi inévitable. Cette lutte symbolique implique un désir, pas toujours conscient ou avoué, de « distinction » (Bourdieu [1979] 2007, p. 294-364). En acceptant et rejetant certains biens et pratiques culturelles, l'agent social marque et consolide sa position dans la hiérarchie. En sachant reconnaître un bien convenable, il se drape de sa convenance. Bourdieu résume sa pensée en disant que « [l]e goût classe, et classe celui qui classe [...] » (*ibid.*, p. VI). La capacité à distinguer « l'art » de ce qui n'en est pas devient le laissez-passer pour intégrer une groupe d'élite qui sait se satisfaire de plaisirs sublimés et accessibles à peu : « [c]'est ce qui fait que l'art et la consommation artistique sont prédisposés à remplir, qu'on le veuille ou non, qu'on le sache ou non, une fonction sociale de légitimation des différences sociales » (*ibid.*, p. VIII).

cinématographique. L'essence du « cinéma québécois » se trouvera surtout dans le cinéma documentaire ou dans les films de fiction en empruntant l'esthétisme. Il suffit, pour preuve, de constater l'abondance d'ouvrage consacré à l'ONF, au cinéma dit de fiction direct ou aux auteurs de ces films, comparativement aux documents sur le cinéma de fiction « commerciale ».

Il apparaît pertinent de souligner le phénomène, par moment insoupçonné des acteurs principaux, de répression inhérente aux luttes symboliques. Par le processus de légitimation positif, la nouvelle élite moderne dicte et impose sa conception de ce que devrait être le « Cinéma québécois ». Elle en définit les contours et les limites. Ultimement, elle rejette ce qui n'est pas conforme, indépendamment de l'intérêt ou du désintérêt de la population. Ce phénomène est d'autant plus symboliquement violent que l'élite moderne mène un « combat » sur plusieurs fronts : d'un côté, on fait face à la communauté cléricale et de l'autre à la communauté vernaculaire, sans oublier les querelles internes¹¹⁰. En voulant redéfinir ce qui est bien et bon et légitime, elle contribue inévitablement à une hiérarchisation culturelle du domaine du cinéma au Québec. En omettant et dénigrant certains objets et pratiques culturelles, elle les relègue au bas de l'échelle symbolique, avec les gens qui auraient pu y prendre plaisir. Elle assoit ainsi sa domination au point de la rendre ordinaire et normale, tout en discréditant ce qu'elle marginalise.

Portrait du processus de légitimation positif

Mise en place d'institutions et de discours de légitimation

Est mis en lumière dans cette section le processus de « sacralisation¹¹¹ » du cinéma québécois. Ce processus a été élaboré et supporté par des institutions – l'éducation cinématographique, la critique, la cinémathèque et l'histoire – qui se sont établies et développées dans les décennies suivant la Seconde Guerre mondiale. Leur établissement nécessita l'éducation d'une nouvelle génération de passionnés aux qualités de l'art

¹¹⁰ Réal Larochelle, dans *Le dictionnaire du cinéma québécois*, décrit certaines des frictions à l'intérieur de l'intelligentsia moderne. Voir Coulombe et Jean [1988] 2006, p. 631.

¹¹¹ Ce terme est emprunté à Lawrence W. Levine (2010).

cinématographique. Par la suite, ces aficionados transpirent les discours qui consacrent œuvres et auteurs légitimes.

La mise en place à partir de 1949 de ciné-clubs par la Jeunesse étudiante catholique (JEC), associée aux mouvements d'action catholique¹¹², est un évènement d'importance, qui permet de comprendre la naissance de la nouvelle élite intellectuelle du cinéma au courant des années 1950. Olivier Ménard dresse un portrait de l'implantation des ciné-clubs dans les institutions d'enseignement du Québec et soulève au passage « l'idéologie de rupture » qui prévalait dans l'organisme. La JEC s'aventure sur des « terrains moins connus » (Ménard 2007, p. 63) comme ceux de l'exploration de la forme et de l'esthétique du cinéma. Les membres des ciné-clubs réclament la fin de la censure et la possibilité de découvrir des œuvres importantes du cinéma mondial tel que le cinéma soviétique, alors interdit (Lever 1995, p. 131). Malgré la reprise de contrôle des ciné-clubs étudiants par les autorités religieuses en 1953¹¹³, et l'orientation plus serrée qu'elles imposent, les jeunes cinéphiles avides de connaissances poursuivent leur formation d'érudit et creusent le fossé idéologique avec l'ancienne autorité. Les ciné-clubs permettent à cette génération de développer une vision singulière du cinéma et de faire d'eux des « lettrés cinématographiques » (Ménard 2007, p. 73) possédant ce que Bourdieu appelle la capacité de « lecture de l'œuvre d'art » qui implique que « [l]'œuvres d'art ne prend un sens et ne revêt un intérêt que pour celui qui est pourvu du code selon lequel elle est codée » ([1979] 2007, p. II). On fait dans ces organisations étudiantes

¹¹² Il s'agit de l'initiative communautaire faisant l'apostolat des laïcs, et non pas du journal *L'Action catholique* (1915-1962).

¹¹³ L'épiscopat canadien-français n'appréciait guère l'indépendance et les libertés prises par les JEC entre 1949 et 1952 (Lever 1995, p. 131).

l'apprentissage des codes du cinéma « moderne » qui servent de règles de reconnaissance et de sélection de l'art cinématographique « québécois » à venir :

Le néo-réalisme italien y jouit d'une grande vogue (ah! *Le Voleur de bicyclette*), de même que le cinéma japonais au fur et à mesure de sa disponibilité; des Américains, plusieurs westerns trouvent grâce aux yeux des animateurs cinéclubs, mais non la « trop superficielle » comédie musicale! Quant à la production locale, seuls quelques documentaires méritent l'analyse; les mélodrames étant regardés de haut et sans aucun intérêt (Lever 1995, p. 132).

Toujours au dire de Lever, les cinéclubistes sont influencés par les écrits des érudits français du cinéma tels Henri Agel, Amédée Ayfre, André Bazin et Robert Claude (*ibid.*). La diffusion de ces codes se fait essentiellement par les revues cinématographiques affiliées aux cinéclubs : *Découpages* (1950-1955) et *Séquences* (1955–). Mais bientôt, plusieurs jeunes intellectuels, parmi lesquels on dénombre plusieurs anciens membres de cinéclubs¹¹⁴, se munissent d'organes de diffusion de leurs propres discours sur le cinéma : *Images* (1955-1956), *Objectif* (1960-1967), *Champ libre* (1971-1973) et *Cinéma Québec* (1971-1978). Leurs discours sont influencés en grande partie par les critiques et revues françaises du cinéma comme *Positif*, *Cahiers du Cinéma* et *Cinétique* (Lever 1995, p. 136-137, 224-228, 451-454).

Hubert Sabino, dans son étude des quatre¹¹⁵ plus importantes revues de cinéma de la Révolution tranquille (2010), fait état des idées et intérêts défendus par chacune d'elles. Il montre que *Séquences* et *Objectif* s'intéressent peu au cinéma local émergent produit à l'ONF ou de façon indépendante au début des années 1960. *Séquences* y trouve peu d'intérêt, principalement parce que la revue défend l'idée d'un cinéma artistique catholique, ce que ce cinéma n'est pas. Pour sa part, *Objectif* promeut une cinéphilie « affranchie du joug

¹¹⁴ Par exemple, Robert Daudelin, Jacques Lamoureux, Jean Pierre Lefebvre et Jacques Leduc participeront à la revue *Objectif* reconnue pour son anticléricalisme (Lever 1995, p. 226).

¹¹⁵ *Séquences*, *Objectif*, *Champ libre* et *Cinéma Québec*.

catholique », mais reste tiède face au cinéma direct puisque ses rédacteurs considèrent que les films de ce mouvement sont exempts de valeur artistique et d'apports personnels des cinéastes (*ibid.*, p. 140 et 145). Mais cette position, autant chez *Séquences* que chez *Objectif*, est remise en cause au milieu des années 1960 et une ouverture au cinéma local se révèle. Ce changement de vision n'est certainement pas étranger au fait que la critique française et le Festival de Cannes s'intéressent au jeune cinéma canadien et lui accordent un certain appui (Straram 1966, Prédal 1967 et Martin 1968). Ce n'est pas sans créer certaines dissensions au sein des comités de rédaction. *Objectif* disparaît en 1967 et *Séquences* devient indépendante du clergé catholique au début des années 1970 tout en se purgeant de ses rédacteurs dissidents (Sabino 2010, p. 140).

Plusieurs des rebelles se retrouvent dans la revue *Cinéma Québec* qui amorce ses parutions en mai 1971 et qui a pour objectif clair de coller au cinéma local (Lever 1995, p. 451). Au cœur de la revue se trame un processus de sélection d'« œuvres » et d'« auteurs » légitimes « québécois » (Sabino 2010, p. 114), occasionnant, je tiens à le rappeler, de nombreux désaccords entre les intervenants. Malgré tout, certains auteurs ressortent du lot. Si des cinéastes comme Gilles Carle et Denys Arcand reçoivent des appuis mais ne font pas l'unanimité, d'autres ont leur laissez-passer d'auteurs plus facilement, surtout si leurs films s'éloignent des productions commerciales et privilégient une portée sociale et politique (*ibid.*, p. 130-135). Michel Brault, Marcel Carrière, André Forcier, Gilles Groulx, Arthur Lamothe, Jacques Leduc, Jean-Guy Noël, Pierre Perreault et d'autres obtiennent une certaine forme d'anoblissement en devenant les figures de proue d'un cinéma véritablement « québécois ». Leurs œuvres se voient accorder un statut similaire et sont, dans les histoires du cinéma qui naissent à l'orée des années 1970, reconnues comme les œuvres fondatrices d'une

cinématographie québécoise. En somme, les revues spécialisées en cinéma permettent l'élaboration d'une institution de la critique cinématographique légitime au Québec, influençant bien sûr une nouvelle génération¹¹⁶ de cinéphiles qui se distingue par sa capacité à reconnaître les œuvres et les auteurs valables.

Divers lieux de promotion et de conservation – et ultimement de sacralisation – de la culture cinématographique québécoise s'instaurent parallèlement à l'établissement de l'institution de la critique spécialisée. La cinémathèque canadienne naît le 17 juillet 1964¹¹⁷, elle est l'initiative de jeunes passionnés ayant, pour la plupart, participé aux mouvements des ciné-clubs¹¹⁸. Son mandat en est un de promotion, de conservation et de diffusion du cinéma d'ici et d'ailleurs. En 1971, elle est rebaptisée *Cinémathèque québécoise* afin de mieux représenter sa nouvelle ambition, celle de promouvoir le cinéma québécois. En plus des maîtres du cinéma mondial, plusieurs cinéastes locaux ont droit à une rétrospective. Claude Fournier – au temps où il ne s'était pas compromis avec ses fictions populaires – et Raymond Garceau auront la leur en 1966, Claude Jutra et Jean Pierre Lefebvre en 1973, Gilles Carle en 1976, Bernard Gosselin en 1977, Gilles Groulx en 1978, George Dufaux en 1979, etc. Ils sont majoritairement issus de l'ONF, privilégient une approche documentaire et sociale du cinéma ou ont été anoblis par le *Festival de Cannes*. Choix convenables, ils représentent certainement le meilleur de la production locale et leur accorder l'honneur d'une rétrospective confirme la

¹¹⁶ Rappelons quelques chiffres de publication qui permettent de mieux saisir l'influence des revues sur une communauté restreinte de jeunes érudits du 7^e art, qui se distingue par sa capacité à reconnaître les œuvres et les auteurs valables. Hubert Sabino rapporte qu'*Objectif* était tiré à un millier d'exemplaires au meilleur de sa forme, *Séquences* a eu jusqu'à 3000 abonnés par années au cours des années 1960, et *Cinéma Québec* trouvait généralement de 4000 à 5000 preneurs (2010, p. 154).

¹¹⁷ Créée en 1963 sous le nom de *Connaissance du cinéma*, l'institution sera rebaptisée *Cinémathèque canadienne* en 1964. Voir : <http://www.cinematheque.qc.ca/fr/cinematheque/la-cinematheque-quebecoise-50-ans/historique-en-bref/historique-en-bref>.

¹¹⁸ Guy L. Côté, Jacques Giraldeau, Michel Patenaude, Avram Garmaise, Roland Brunet, Guy Comeau, Rock Demers, Talbot Johnson, John Rolland et Roy Little (*ibid.*).

valeur de leur travail et consolide leur statut d'artiste. Ce processus de sélection d'auteurs valables est aussi perceptible par le survol de la revue officielle de la cinémathèque *Copie Zéro* (1979-1988). Elle paraît quatre fois l'an et sur les 38 numéros publiés¹¹⁹, huit présentent le portrait d'un cinéaste et valorisent leur filmographique. On retrouve : George Dufaux (n° 1), Michel Brault (n° 5), André Forcier (n° 19), Anne-Claire Poirier (n° 23), Michel Moreau (n° 27), André Melançon (n° 31), Claude Jutra (n° 33) et Denys Arcand (n° 34-35). Des cinéastes dont le statut d'auteur est, à l'époque, largement reconnu.

Sans entrer dans les détails, il est tout de même important de soulever que c'est au courant des années 1960 que sont créés d'autres institutions de légitimation qui jouent un rôle similaire à celui de la cinémathèque : les festivals de cinéma¹²⁰ et le *Conseil pour la diffusion du cinéma québécois*. Le *Festival du cinéma canadien* décerne des prix, forme de distinction particulièrement forte, pour récompenser les meilleurs réalisateurs et productions. En résulte l'anoblissement des mêmes auteurs et œuvres : Claude Jutra avec *À tout prendre* (Grand Prix 1963), Pierre Perrault et Michel Brault avec *Pour la suite du monde* (Prix du Jury 1963), Gilles Groulx avec *Le chat dans le sac* (Grand Prix 1964), Gilles Carle avec *La vie heureuse de Léopole Z.* (Grand Prix 1965) ou encore Jean Pierre Lefebvre avec *Il ne faut pas mourir pour ça* (Grand Prix 1967)¹²¹. Le *Conseil québécois pour la diffusion du cinéma*, financé par le Ministère des Affaires culturelles de la province de Québec, est créé en avril 1969 avec un

¹¹⁹ 18 sont des annuaires répertoriant la production de longs, moyens et courts métrages au Québec. Les autres portent sur des organismes (ONF, ACPAV), des domaines techniques (le montage, la photographie de plateau) ou des approches du cinéma (la vidéo, le documentaire et le cinéma expérimental).

¹²⁰ Le *Festival international du film de Montréal* est créé en 1960 et fait la promotion du cinéma international tandis que le *Festival du cinéma canadien* (1963-1967) se concentre sur les productions locales. La *Semaine du cinéma québécois* (1973) prend, en quelque sorte, le relais du *Festival du cinéma canadien* en se concentrant sur la production québécoise. Elle est maintenant connue sous le nom de *Rendez-vous du cinéma québécois*.

¹²¹ Pour la liste complète des lauréats, voir Lever 1995, p. 521-522.

mandat général de promotion et d'aide à la diffusion du cinéma québécois de tout type. Yves Lever rapporte dans son *Histoire générale du cinéma au Québec* la propension qu'aura l'organisme à privilégier, au détriment du cinéma commercial, « le cinéma à forte coloration culturelle et même politique » (Lever 1995 p. 401). Les membres du conseil d'administration organisent des rétrospectives, des tournées dans les régions du Québec et même la publication de livres intitulés *Cinéastes du Québec* qui accréditent et valident encore les auteurs choisis¹²² de notre cinéma national. Au dire de Lever, encore une fois, « ces monographies font partie des documents essentiels pour l'analyse du cinéma québécois des années 1960 et du début des années 1970 » (*ibid.*, p. 566).

La pratique de l'histoire du cinéma au Québec fait son apparition seulement au début des années 1960¹²³. Le clergé catholique, qui a produit un grand nombre de documents sur le cinéma dans la première moitié du 20e siècle¹²⁴, n'a contribué à aucun ouvrage mettant véritablement de l'avant une perspective historique. Les premières histoires sérieuses sont l'œuvre de jeunes intellectuels issus des ciné-clubs, de la critique cinématographique ou de la cinémathèque canadienne (Daudelin 1967; Marsolais 1968; Bérubé et Patry 1968). Ces jeunes historiens apparaissent comme de fervents alliés de la production locale de l'époque. Ils affichent un grand enthousiasme pour les jeunes auteurs et ne cachent pas le travail de valorisation qu'effectuent leurs écrits :

¹²² Gilles Groulx, Gilles Carle, Jean Pierre Lefebvre, Pierre Perrault, Arthur Lamothe, Jean-Claude Labrecque, Claude Jutra, Denys Arcand, Jacques Godbout, Fernand Dansereau, Michel Brault et Jacques Leduc ont une monographie qui leur est consacrée.

¹²³ Le recueil de textes de Michel Guillet intitulé *Cours d'Histoire du cinéma canadien et cinétude*, produit en 1962 et 1963, m'apparaît comme une œuvre pionnière de l'histoire du cinéma au Québec. Guillet accorde autant d'importance à la francophonie qu'à l'anglophonie, autant d'importance au cinéma indépendant qu'à l'ONF, le tout sans jugement sur la valeur et la qualité des films produits.

¹²⁴ L'essentiel des contributions cléricales aborde, avant 1936, la toxicité du cinéma et la censure qu'il devrait subir et, après 1936, l'éducation pour et par le cinéma.

Dresser un bilan analytique de notre cinéma implique d'abord de le valoriser par la pénétration des œuvres méconnues. Il faut montrer que notre cinéma « redonne gorge » à notre réalité. Dépassant la stricte importance sociologique, le cinéma québécois a bien quelques racines et une trajectoire. Bien peu de critiques ont, semble-t-il, effleuré sa fécondité (Bérubé et Patry 1968, p. 9).

Ils s'efforcent de mettre en place une histoire nationale « québécoise » du cinéma en n'abordant majoritairement que la production francophone et en dévalorisant la vague de long-métrages de la période 1944-1955 qu'il qualifie de « préhistoire » (Daudelin 1967, p. 9; Marsolais 1968, p. 21). Les trois documents sont marqués par l'idée de la « naissance » et de la nouveauté. Daudelin explique qu'il fera le portrait des premiers « auteurs de films », ceux « qui ont tenté de nous donner un cinéma » (1967, p. 19). Jean Quintal, dans le livre de Bérubé et Patry, évoque *À tout prendre* (Claude Jutra, 1963), *Pour la suite du monde* (Michel Brault et Pierre Perrault, 1963) et *Trouble-fête* (Pierre Patry, 1963) comme trois œuvres fondatrices (1968, p. 16). Dans le sillon de la « politique des auteurs » des *Cahiers du cinéma*, on produit une hiérarchisation bien précise, où seulement quelques réalisateurs sortent du lot. Chez Daudelin, certains obtiennent le titre de « cinéastes¹²⁵ », quelques-uns d'« artisans », d'autres de simples « techniciens ». Pour donner de la valeur à ses choix, il utilise la légitimité d'institutions artistiques reconnues en qualifiant Groulx et Brault de poètes (1967, p. 20 et 29). De son côté, Marsolais use, entre autres, de la légitimité du penseur français Edgar Morin¹²⁶ pour défendre *À tout prendre* et met bien en évidence les liens entre l'œuvre de Jutra et celles d'un Jean Rouch ou d'un Marcel Proust, créateurs hautement estimés (1968, p. 78-80). Pour leur part, Bérubé et Patry (1968), dans leur introduction, nous rappellent l'appui moral des *Cahiers du cinéma*, prestigieuse institution de la critique cinématographique française.

¹²⁵ Groulx, Brault, Jutra, Carle, Garceau et Lefebvre.

¹²⁶ Voici les propos de Morin rapportés par Marsolais à propos du film de Jutra : « Ce film marque une date, car on a enfin trouvé un ton juste pour parler de soi au cinéma » (1968, p. 78).

Il est difficile de nier que le phénomène de mise en place d'institutions qui vient d'être décrit participe à un processus de hiérarchisation, voire de sacralisation, de la culture par l'élévation de certains objets ou pratiques. Les comédies ne font pas partie des objets qui s'élèvent au-dessus des masses, nous le verrons. Elles subissent les violences symboliques de ces anoblissements, de ce désir de distinction, dans la mesure où s'il existe une culture « haute », il en existe bien sûr une « basse ». Levine rappelle que la sacralisation n'est qu'une facette du processus, l'autre étant le détronement de la culture non reconnue (2010, p. 168).

Portrait du processus de légitimation négatif

Deux attitudes violentes : omission et dénigrement

Mélissa Thériault (2015) a procédé à un examen des phénomènes de hiérarchisation culturelle et de rejet des objets populaires dans le domaine de la philosophie de l'art. Elle déconstruit les arguments fallacieux couramment utilisés pour discréditer en bloc les objets et pratiques populaires. Les reproches les plus communs sont soulignés :

On attribue souvent aux pratiques populaires des caractéristiques négatives telles que le défaut d'originalité, le caractère simpliste ou le recours à des formules, de même que leur caractère intéressé en raison du potentiel commercial. De même, leurs prétendus effets néfastes sont décriés : les conséquences morales néfastes, l'incitation à la passivité, l'aliénation sociale et intellectuelle ainsi que la contribution au déclin de la culture sont utilisées pour justifier la démarcation et refuser aux arts populaires le statut d'art « valables » (2015, p. 63).

Cette étude apparaît comme un outil d'analyse pertinent pour écrire adéquatement le récit d'un processus de dénigrement que la nouvelle élite moderne ne put éviter. Mais contrairement à Thériault, qui prêche pour la reconnaissance de « l'art populaire », je ne cherche pas à valoriser mon corpus – ou conférer aux films le titre « d'objet d'art » – aux yeux d'une intelligentsia contemporaine. Je cherche simplement à faire le portrait d'un mécanisme

de violence symbolique qui les réprime, afin de mieux comprendre leur statut singulier, comportant la disqualification et l'effacement, dans l'histoire du cinéma québécois. Ces deux attitudes ont ultimement le même dessein : inciter l'oubli.

L'omission ou amputer la mémoire

Malgré leur devoir d'exhaustivité, les dictionnaires du cinéma québécois, au nombre de trois (Houle et Julien 1978, Coulombe et Jean [1988] 2006, Jean 2014), comportent une bonne part d'omission. J'ai été surpris de constater l'absence, pour la majorité des comédies, d'entrée spécifique leur étant destinée. Dans le dictionnaire de Houle et Julien, seul *Deux femmes en or* et *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* ont leur propre entrée; les autres films sont survolés brièvement dans une section intitulée « Téléaste » (qui sera abordée lors de l'examen de l'attitude de dénigrement). Dans les deux autres ouvrages plus récents (Coulombe et Jean [1988] 2006, Jean 2014) la seule œuvre présentée est *J'ai mon voyage!* ; la plupart des autres films sont nommés au passage dans un article concernant leur réalisateur. Bissonnette, Cardinal, Carrier, Fournier (Roger) et Richer sont aussi classés sous le terme « Téléastes » dans l'ouvrage de Houle et Julien, seul Héroux et Fournier (Claude) ont l'honneur d'un article leur étant spécifiquement consacré. Le réalisateur de *Les deux pieds dans la même bottine*, Pierre Rose, est comme son film absent de tous les dictionnaires. Jean Bissonnette est introuvable dans chacune des éditions du dictionnaire de Coulombe et Jean (1988, 1991, 1999 et 2006) ; Louis-George Carrier est présent dans les trois premières, mais est tombé sous le couperet dans la plus récente. Les quatre autres réalisateurs ont un article assez court (en moyenne de ¼ à ½ page), excepté Denis Héroux (deux pages) et Claude Fournier (deux pages), qui survole la carrière. On y nomme au passage le titre des films, sans plus. Lorsqu'on

compare dans le dictionnaire de Coulombe et Jean (2006) la longueur des entrées consacrées aux réalisateurs de comédies à celles des auteurs reconnus tel que Jutra (quatre pages), Lefebvre (quatre pages), Carle (trois pages), Brault (trois pages) ou Arcand (deux pages), on comprend mieux l'importance moindre accordée aux premiers¹²⁷.

Il n'existe aucun article universitaire proposant de s'interroger sur ce corpus. *J'ai mon voyage!* et *Deux femmes en or* sont les seuls films à avoir été étudié à quelques occasions¹²⁸. Des onze monographies historiques générales publiées après 1975, huit¹²⁹ survolent ces comédies ou soulignent minimalement leur existence. De celles qui daignent leur accorder quelques lignes, quatre seulement le font avec une certaine neutralité, du moins en pondérant les jugements. Par contre, le portrait est souvent mince et lacunaire. Dans son ouvrage, Lever (1995, p. 309) énumère plusieurs titres, mais ne fait aucune mention de *Pousse mais pousse égal* et ni de *Les deux pieds dans la même bottine*, pas même dans l'index. Christian Poirier consacre deux paragraphes à trois comédies « populaires nationalistes » qui ne constituent, selon lui, qu'une « exception dans le corpus filmique québécois » (2004, p. 110-111). Bill Marshall, dans son *Quebec National Cinema* aborde rapidement *La pomme, la queue... et les pépins!* et discute des films mettant en vedette Dominique Michel. Ceux-ci sont replacés adéquatement dans le spectre plus large de la culture populaire au Québec, en soulignant notamment les liens importants entre cinéma et télévision dans la province. Il laisse cependant de côté plus de la moitié des œuvres du corpus pour se concentrer sur celles aux « qualités

¹²⁷ Les directeurs du dictionnaire, Michel Coulombe et Marcel Jean, pourraient toujours répliquer que ces auteurs ont eu de plus longues carrières et qu'elles sont donc plus longues à décrire. Nous devons prendre ce facteur en considération.

¹²⁸ Voir Gauthier P. 2008-2009, Blain 1988 et Rochon 2004.

¹²⁹ Les huit ouvrages sont indiqués en gras : **Véronneau et al. 1978; Bonneville 1979;** Major 1982; Dorland et al. 1987; **Garel, Paquet et al. 1992; Lever 1995; Marshall 2001;** MacKenzie 2004; **Poirier 2004; Jean [1991] 2005; Aird et Robert 2016.**

nationales » les plus importantes. Le livre de Aird et Robert (2016) est celui qui aborde le plus longuement certains des films du corpus. Huit sont explorés convenablement, trois sont nommés au passage et trois sont manquants. Les deux auteurs perpétuent une appréciation négative de plusieurs des œuvres, surtout celles mélangeant comédie et sexualité. Dans le cas des études historiques les plus récentes, je soupçonne l'indisponibilité des copies de visionnement d'être en partie responsable des absences. L'omission et le dénigrement initiaux ont fait leur œuvre auprès des instances de conservation du patrimoine cinématographique qui n'ont pas cru bon d'investir dans la préservation de certaines de ces comédies¹³⁰.

Dans les revues spécialisées (*Séquences*, *Objectif*, *Champ libre* et *Cinéma/Québec*), l'omission est palpable. Sur les quatorze films du corpus, cinq n'ont aucune mention – pas d'article, pas de critique – et sept des neuf¹³¹ autres ont une ou deux critiques, surtout négatives. L'omission des comédies dans les écrits des spécialistes du cinéma québécois est donc constante, bien qu'un intérêt envers le corpus apparaisse à partir des années 2000. Mais lorsqu'on survole l'ensemble des écrits produits entre 1975 et aujourd'hui, cette ouverture ressemble plus à une légère brèche. Les ouvrages portant sur le cinéma populaire québécois ou leurs réalisateurs sont rarissimes, tandis que ceux explorant les auteurs du cinéma québécois, leurs œuvres ou la production de l'ONF par exemple, abondent. Ils sont d'ailleurs les sujets les plus étudiés dans les universités, considérant les mémoires et thèses qui leur sont consacrés. Si l'on s'adonne moins à l'omission dans les journaux – du fait que leur publication est plus fréquente et qu'ils couvrent l'actualité –, on laisse par contre libre cours au dénigrement.

¹³⁰ Par contre, je tiens à porter à l'attention du lecteur que la tendance change grâce au projet philanthropique *Éléphant, mémoire du cinéma québécois* piloté par la compagnie Québecor qui permet désormais le visionnement de plusieurs des comédies de mon corpus.

¹³¹ Seul *Pas de vacances pour les idoles* et *J'ai mon voyage!* n'ont pas été complètement dénigrés par la critique.

Le dénigrement, ou malmener l'impur

Les reproches faits aux comédies sont nombreux et de natures variées. Allant de la simple remontrance concernant le manque de qualités techniques, jusqu'à la condamnation pure et simple en vertu d'une prétendue toxicité qui transformerait les spectateurs en quasi dégénérés. Contrairement aux historiens qui pèchent par omission, les auteurs de critiques de films sont plus souvent tentés par la hargne. Des 59 articles parus dans les journaux et revues qui ont été retenus, 34 sont négatifs (57,5 %), treize pondérés (22 %) et douze positifs¹³² (20,5 %). Les textes les plus acerbes proviennent des revues spécialisées et les plus positifs sont issus des quotidiens grand public comme *Le Journal de Montréal*. Évidemment, leur public cible est à prendre en considération : le rejet des objets populaires est plus fréquent devant un public d'érudits.

La fonction et le commerce

La production de comédies grand public est dictée par des impératifs économiques particuliers, qui selon la critique invalideraient l'intérêt artistique des œuvres. L'aspect commercial des comédies déplaît. On considère que leur ambition commerciale les disqualifie du statut « d'œuvre d'art » dont la stricte définition exclurait l'intérêt pécuniaire. Thériault explique que cette attitude s'est répandue « [...] avec le tournant subjectiviste survenu à l'époque des lumières qui s'est accompagné d'une autonomisation de l'œuvre d'art (à l'image de celle des individus) » (2015, p. 104).

Selon cette ligne de pensée, les films sont attaqués sous plusieurs angles. On soulève des objections quant à l'utilisation de ce qui semble être des « recettes » pour attirer les

¹³² Par contre, aucun des articles « positifs » n'est exempt de commentaires négatifs.

spectateurs et ainsi obtenir du succès. Elles sont souvent décrites comme des plans machiavéliques de la part des créateurs, qui délaisseraient l'art pour le commerce afin de piéger une masse de spectateurs crédules. Par exemple, l'utilisation de vedettes de la télévision – présentes dans tous les films du corpus – est vertement réprouvée par Claude Daigneault qui dit, concernant Denis Héroux : « [...] il fait du commerce en vendant des images de personnages imposés par la télévision [...] ¹³³ ». Et de renchérir : « Héroux dispose de bonnes vieilles recettes éprouvées [...]. La première consiste à choisir des comédiens [Dominique Michel, Jean-Guy Moreau, Gilles Latulippe] que les téléphages adulent et perçoivent confusément comme représentatifs d'eux-mêmes ¹³⁴ ». Pour l'auteur, les spectateurs ne sont, ni plus ni moins, que des poissons aveugles pris dans un filet tendu par leurs vedettes comiques préférées. Avec plus ou moins de hargne, cette remontrance est présente dans les critiques de tous les autres films.

Une autre « recette » commerciale qui soulève les vitupérations est l'utilisation de publicités à grande échelle. André Leroux est exaspéré par les techniques publicitaires du film *Tout feu, tout femme* : « Le battage publicitaire qui a entouré sa sortie commerciale a été orchestré de telle façon que, malgré tout le mal qu'on pourra en dire, il y aura toujours un public assez curieux pour remplir les salles où il est présenté ». Encore ici, en plus de dévaloriser le film, on s'attaque aux spectateurs qui se déplacent pour ce genre de spectacle. En quelque sorte tout à fait candides, ils succomberaient tout bonnement à l'arnaque. Les tactiques promotionnelles plus ciblées sont aussi vues d'un mauvais œil. Pierre R. Desrosiers

¹³³ Daigneault, Claude. 1975. « Denis Héroux : le Patof du cinéma québécois ». *Le Soleil* (Québec), 8 février, p. D8.

¹³⁴ *ibid.*

du journal *Le Soleil*¹³⁵ et Robert Lévesque de *Québec-Presse* désapprouvent les liens commerciaux entre la station de radio CKAC, que Lévesque qualifie de racoleuse et commerciale « dans le mauvais sens du terme¹³⁶ », et le film *Le p'tit vient vite*.

La « recette » commerciale qui déclenche le plus intensément l'ire de la critique se trouve dans les stratégies de financement privilégiées par Denis Héroux qui n'hésite pas à accepter le placement publicitaire dans son cinéma. Il semble impossible pour la critique d'outrepasser cette facette des films :

L'impression qui m'est restée est celle d'avoir visionné un long commercial de la Brasserie Labatt à la télévision [...] À partir de ce moment on peut s'interroger sur la nature d'un cinéma comique qui fait appel à la publicité simpliste pour s'exprimer.¹³⁷

Pour l'auteur de ces lignes, l'aspect publicitaire apparaît comme un défaut qui l'empêche d'apprécier pleinement la comédie, qui selon lui n'est alors pas du cinéma, mais de la publicité camouflé. Là où le spectateur ordinaire n'a certainement vu qu'un clin d'œil aux publicités télévisuel de la bière Labatt mettant en vedette Yvan Ducharme, Jean-Guy Moreau et Willie Lamothe, Robert Lévesque perçoit plutôt une ingérence de la brasserie Brascan, dont il rappelle les activités financières qu'il associe à l'impérialisme économique¹³⁸. Chez la nouvelle élite, on réproouve majoritairement le monde du commerce et des affaires, alors le moindre lien entre les films et des formes d'activité commerciale est vu d'un mauvais œil et constitue un élément propre à l'abaissement de l'œuvre. On trouvera des préoccupations

¹³⁵ Desrosiers, Pierre R. 1972. « Un p'tit venu trop vite... ». *Le Soleil* (Québec), 21 octobre, p. 31.

¹³⁶ Lévesque, Robert. 1972. « 'Le p'tit vient vite' de Deschamps: un avortement en signe de piastres! ». *Québec-Presse* (Montréal), 22 octobre, s.p.

¹³⁷ Daigneault, Claude. 1973. « La semaine du cinéma de divertissement ». *Le Soleil* (Québec), 13 octobre, p. 38.

¹³⁸ Lévesque, Robert. 1973. « Labatt 'recommande' Lamothe et Ducharme à Denis Héroux ». *Québec-Presse* (Montréal), 15 juillet, s.p.

similaires chez certains critiques lors de la sortie de *Pousse mais pousse égal* quelques années plus tard : « [u]ne cerise sur le gâteau, c'est l'aspect strictement publicitaire du film. [...] il passe une dizaine de "commerciaux" sur une certaine chaîne d'hôtels appartenant à des intérêts américains¹³⁹ ». Les intérêts financiers « étrangers » apparaissent comme une forme de domination culturelle insidieuse, puisque dissimuler sous les couverts du divertissement de masse. La comédie apparaît, pour l'élite, comme un véhicule idéologique diffusant les aspirations marchandes des producteurs et distributeurs. Sous cet angle, elles n'ont rien d'artistique, sont violemment marquées au fer et classées dans la catégorie des objets illégitimes, voire pernicieux.

L'argument « ontologique »

La forme de dénigrement la plus commune est celle qui concerne les qualités techniques et esthétiques de ces films. Elle se rattache à ce que Mélissa Thériault appelle « l'argument ontologique » qui :

[...] présuppose dès le départ une démarcation de nature, qui s'avère en fait être une démarcation évaluative détournée : pour définir le caractère non artistique de l'art populaire [...], on s'appuie sur un élément qui lui ferait défaut et qui expliquerait son infériorité par rapport à l'art véritable (2015, p. 66).

Pratiquement toutes les critiques¹⁴⁰ soulignent fortement les problèmes techniques du film *Le p'tit vient vite*¹⁴¹. Christiane Berthiaume le qualifie de « film floué¹⁴² », tandis que

¹³⁹ Daigneault, Claude. 1975. « Denis Héroux : le Patof du cinéma québécois ». *Le Soleil* (Québec), 8 février, p. D8.

¹⁴⁰ Seul Georges-Hébert Germain, dans *La Presse* du 20 octobre 1972, ne se formalise pas trop des défauts techniques du film : « quelques petits rouges déteignent parfois dans un coin ou un petit bleu paresseux se laisse fondre dans le paysage, mais faut le savoir » (p. A6).

¹⁴¹ Le film a été tourné grâce à un procédé nouveau à l'époque qui consistait à capter les images avec des caméras de télévision pour ensuite « souffler » l'image sur pellicule 35 mm pour être projeté en salle.

Robert Lévesque met en garde contre des « couleurs affreuses¹⁴³ ». Dans *Séquences*, on parle de « [...] visionnement [...] pénible à cause de la mauvaise qualité de la copie » et d'un « [...] échec total au niveau des couleurs, de la densité lumineuse et des contrastes » (Camerlain 1973, p. 28). De son côté, Jean-Pierre Tadros fait comprendre au lecteur le supplice qu'il a enduré qui s'apparente à de la torture : « [...] dans *Le p'tit vient vite* les couleurs s'ingénieront à vous écorcher les yeux avec des nuances criardes, dont le ridicule est tout juste tolérable sur un écran de télévision (couleur) mal réglée »¹⁴⁴. Le film de Carrier comporte des anomalies visuelles notables sur lesquelles la critique s'est longuement arrêtée et qui représentent une tare si importante pour eux qu'ils n'envisagent pas la possibilité pour un spectateur d'oublier ces lacunes techniques et tenter d'apprécier les gags de la comédie.

Lorsque les films ne présentent pas de problèmes visuels aussi criants, on leur reproche un « défaut d'originalité » (Thériault 2015, p. 67). Thériault explique que la notion d'« originalité », qu'on peut définir en termes d'*unicité* et de *nouveauté*, est devenue un critère de grande importance dans la conception de l'art, suite à la rupture avec la culture médiévale qui impliquait un respect de la tradition (*ibid.*, p. 68). L'œuvre d'art doit donc être unique et innovatrice, tandis que les objets populaires que sont les comédies sont associés à l'idée de reproduction sérielle. Leurs ressemblances avec les comédies américaines ou françaises sont souvent relevées comme une imperfection, et leurs liens avec la tradition des sitcoms télévisuelles québécoises sont perçus comme leur plus vile infirmité.

¹⁴² Berthiaume, Christiane. 1972. « 'Le p'tit vient vite' : un film floué ». *Dimanche-Matin* (Montréal), 29 octobre, s.p.

¹⁴³ Lévesque, Robert. 1972. « 'Le p'tit vient vite' de Deschamps: un avortement en signe de piastres! ». *Québec-Press* (Montréal), 22 octobre, s.p.

¹⁴⁴ Tadros, Jean-Pierre. 1972. « 'Le p'tit vient vite' FUDDLE DUDDLE moi-même... ». *Le Devoir* (Montréal), 28 octobre, s.p.

Manon Péclet dans le *Dimanche-Matin* fait le lien entre les comédies françaises de Pierre Étaix et Pierre Richard, le comique américain Jerry Lewis et le film de Pierre Rose en disant « [qu'] il n'y a rien d'original dans le sens le plus pur du mot. "Les deux pieds dans la même bottine" c'est une pâle copie de comédie¹⁴⁵ ». Claude Daigneault, dans *Le Soleil*, fait part aux lecteurs que l'histoire du film est « calquée sur le modèle des aventures des "Three Stooges" que nous allions voir à la salle paroissiale en 1948 pour dix cents¹⁴⁶ ». On rappelle comme un défaut l'héritage burlesque de Gilles Latullipe dans *Pousse mais pousse égal*¹⁴⁷ et l'on compare le film à du « cinéma muet à l'époque où l'on croyait que c'était un amusement de foire¹⁴⁸ ». On dit de *Ya toujours moyen de moyenner!* que « [c]e n'est plus du cinéma, c'est du vaudeville filmé¹⁴⁹ », ou encore que les personnages de *Tout feu, tout femme* ont des « [...] allures de sous-humains sortis directement d'une bande dessinée de dixième ordre¹⁵⁰ ». La plupart des critiques décrivent les films comme peu inventifs, à l'humour dépassé et prévisible, copié sur des œuvres et des pratiques culturelles négligeables, qui selon eux ne peuvent plaire à un public contemporain.

On leur refuse aussi les titres qui sont accordés aux œuvres légitimes, en les qualifiant plutôt de « demi-film¹⁵¹ », de « comédie de télévision, sur grand écran¹⁵² » ou encore « [d']

¹⁴⁵ Péclet, Manon. 1974. « Les deux pieds dans la même bottine », *Dimanche-Matin* (Montréal), 20 octobre, s.p.

¹⁴⁶ Daigneault, Claude. 1974. « Le temps des navets », *Le Soleil* (Québec), 19 octobre, p. D5.

¹⁴⁷ Perreault, Luc. 1975. « Du cinéma à la va comme je te pousse ». *La Presse* (Montréal), 15 février, p. E12

¹⁴⁸ Daigneault, Claude. 1975. « Denis Héroux : le Patof du cinéma québécois ». *Le Soleil* (Québec), 8 février, p. D8.

¹⁴⁹ Daigneault, Claude. 1973. « La semaine du cinéma de divertissement ». *Le Soleil* (Québec), 13 octobre, p. 38.

¹⁵⁰ Leroux, André. 1975. « Une bonne *Gifle* conventionnelle/un Richer minable ». *Le Devoir* (Montréal), 12 avril, p. 19.

¹⁵¹ Desrosiers, Pierre R. 1972. « Un p'tit venu trop vite ». *Le Soleil* (Québec), 21 octobre, p. 31.

œuvrette détestable et haïssable, produit bâtard de l'union de la télévision et du cinéma » (Charest 1972, p. 43). Les liens évident entre ces films et la télévision québécoise de l'époque, dont ils sont majoritairement issus, sont soulignés et deviennent le reflet de leur impureté et de leur médiocrité puisque la télévision est perçue comme un médium mineur et limité. À ce sujet, les propos de Ginette Charest sont éloquentes :

Le cinéma ne peut enrichir ce qui au point de départ se caractérise par la pauvreté de son image. Un film présenté au petit écran souffre déjà de la réduction, que dire alors d'une réalisation télévisuelle présentée sur un grand écran [*Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*]. Le grossissement de l'image est suivi par un appauvrissement de toutes les composantes du langage cinématographique (*ibid.*, p. 43).

Les artisans issus du monde « inférieur » de la télévision ne peuvent que venir affaiblir, par manque d'originalité et de talent, une production cinématographique dans laquelle les spécialistes cherchent toujours des chefs-d'œuvre pour constituer une cinématographie nationale de valeur. Pour classer les réalisateurs qui ne méritent pas le titre de « Cinéaste », Houle et Julien dans leur dictionnaire créent une catégorie singulière, celle de « Téléaste » (1978, p. 283). On y classe tous ceux qui n'auraient « qu'accessoirement ou tardivement travaillé dans le domaine cinématographique proprement dit » (*ibid.*). On assiste ici à un effort de distinction claire entre ce qui est et ce qui n'est pas du cinéma, en utilisant comme critère de sélection le lieu d'apprentissage des créateurs et le manque d'originalité de leurs œuvres.

Un autre argument mis de l'avant – toujours en lien avec l'aspect télévisuel des films – est le caractère simpliste des productions, soit dans la forme, soit dans le processus créatif. Les comédies n'auraient pas la complexité de l'art cinématographique véritable, qui ne peut être appréciées par tous (Thériault 2015, p. 84). On reproche couramment la simplicité du scénario

¹⁵² Scully, Robert Guy. 1973. « Le dernier Héroux est-il décevant ...ou déprimant? ». *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} octobre, p. 12.

ou le dépouillement des images. Concernant *J'ai mon voyage!*, Jean-René Éthier rappelle que « son scénario manque d'ampleur. Le film n'est, en somme, qu'une mosaïque de petits sketches plus ou moins reliés entre eux [...] » (1973, p. 27). Pour *Pousse mais pousse égal*, Luc Perreault affirme : « [d]e toute façon, le scénario de Gamache est tellement pauvre qu'il est inutile d'y rechercher une signification au second degré¹⁵³ ». De son côté, le scénario de *Tout feu, tout femme* est, selon Monique Mathieu, tout bonnement « [...] grignotté (sic) par les mites¹⁵⁴ ». Bref, les critiques sont unanimes, les scénarios sont « mal foutu[s]¹⁵⁵ », remplis de « personnages stéréotypés » (Gay 1972, p. 5) où « [l]'intrigue est mince au possible comme dans une pièce de boulevard¹⁵⁶ ». Les décisions prises par les créateurs pour réaliser des œuvres qui s'adressent à un large public – comme l'écriture d'un scénario aux situations et aux personnages facilement reconnaissables – sont fortement dénigrées par la critique qui n'y voit qu'un manque de compétence, plutôt qu'un processus de création différent.

Au-delà du travail du scénariste, celui du réalisateur est tout autant rabaissé. On considère que ce qu'il accomplit au cinéma est investi de la simplicité des productions télévisées pour tenter de plaire à un public friand de télévision. Pour Jacques Camerlain, la réalisation de Carrier pour *Le p'tit vient vite* est faible puisqu'elle « s'apparente au type de réalisations de la télévision avec décors en carton-pâte, caméra fixe, quelques travellings, sans plus » (1973, p. 28). Un manque d'audace est reproché à la réalisation de Bissonnette pour *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* puisqu'elle « ne casse rien... et ne veut rien casser

¹⁵³ Perreault, Luc. 1975. « Du cinéma à la va comme je te pousse ». *La Presse* (Montréal), 15 février, p. E12.

¹⁵⁴ Mathieu, Monique. 1975. « Pour l'abrutissement du monde ». *Montréal-Matin* (Montréal), 27 mars, p. 68.

¹⁵⁵ Daigneault, Claude. 1974. « Le temps des navets ». *Le Soleil* (Québec), 19 octobre, p. D5.

¹⁵⁶ Daigneault, Claude. 1973. « La semaine du cinéma de divertissement ». *Le Soleil* (Québec), 13 octobre, p. 38.

d'ailleurs » (Lavoie 1972, p. 41). Les images de *Les Aventures d'une jeune veuve* sont jugées « banales¹⁵⁷ » et l'on blâme Denis Héroux pour ses films aux nombreux plans de télévision puisqu'ils « contiennent peu de choses » et « qu'ils sont montés à la hâte¹⁵⁸ ». Une désapprobation que Denis Héroux connaissait bien : « Héroux ne s'embarrasse pas de subtilités humoristiques. Il choisit les ingrédients les plus connus, les trucs les plus faciles, les moyens les plus simples¹⁵⁹ ». La simplicité du processus de création d'une comédie destinée à un large public n'est pas en adéquation, semble-t-il, avec l'élaboration d'une œuvre d'art cinématographique qui implique une maîtrise plus subtile et recherchée du médium.

Les attaques orchestrées par les « membres » de l'intelligentsia, tout au long de la première moitié de la décennie 1970, soulignent au crayon gras ce qu'ils considèrent être des faiblesses « naturelles » des comédies populaires. Qu'ils aient tort ou raison de les attaquer a peu d'importance, le résultat reste le même. Ces réquisitoires ont servi à tracer la ligne entre le valide et l'invalidé et à marquer une distance claire entre l'érudit et ces objets médiocres.

Le sophisme de la pente fatale

Outre les défauts « naturels » et de fonction qui empêchent l'élite d'offrir la moindre considération à ces films de divertissement, on les accuse d'avoir des répercussions morales néfastes, mais aussi de faire fuir les spectateurs des salles tout en appauvrissant la culture québécoise. Thériault résume ainsi l'argument, lié au sophisme de la « pente fatale » : « on critique souvent l'art de masse et l'art populaire parce qu'ils contribueraient grâce à leur pouvoir de séduction à maintenir certaines formes de domination culturelle, incitant le public à

¹⁵⁷ S.D. 1974. « Le boulot de Dodo ». *La Presse* (Montréal), 28 décembre, p. B7.

¹⁵⁸ Scully, Robert Guy. 1973. « Le dernier Héroux est-il décevant ...ou déprimant? ». *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} octobre, p. 12.

¹⁵⁹ Daigneault, Claude. 1973. « La semaine du cinéma de divertissement ». *Le Soleil* (Québec), 13 octobre, p. 38.

la passivité et à l'inaction » (2015, p. 119). D'un côté, les pratiques populaires serviraient de façade empêchant la population de s'intéresser à l'art véritable, d'un autre elles appauvriraient la culture en la faisant glisser vers la médiocrité. Dans les textes consultés, les comédies sont bien sûr vues ainsi; elles ne transmettraient que bêtise et vulgarité et contribueraient à la mauvaise perception qu'a la population du cinéma québécois.

Reflétant l'univers social et les préoccupations d'une large partie de la population – tel que leur intérêt pour le divertissement – la comédie est néanmoins décrite comme étant de mauvais goût, vulgaire et « quétaine ». La plupart des critiques commentant *L'Apparition* concluent à la vulgarité de l'œuvre. Léo Bonneville est certainement l'un des critiques les plus féroces et il n'hésite pas à attaquer directement les spectateurs qui auraient apprécié le film : « *L'Apparition* est probablement – à ce jour – le film le plus insignifiant et le plus bête de tout le cinéma québécois. Il semble avoir été fait par quelqu'un truffé d'un quotient intellectuel d'une personne de dix ans pour des gens de même calibre. Car c'est à prendre les spectateurs pour des imbéciles que leur servir cette suprême ânerie » (1972, p. 40-41). Poussant le bouchon encore plus loin, Jean-Pierre Tadros y voit une vulgarité généralisée : « [v]ulgarité dans les mimiques outrées des comédiens, vulgarité dans les gags de collégiens qui se suivent à n'en plus finir; vulgarité dans la mise-en-scène (sic) de ces personnages-types (sic) qui constituent les pivots de l'histoire¹⁶⁰ ». Ce qui semble le plus accabler Tadros, c'est que toute cette vulgarité ne devrait plus exister puisque, selon lui, le cinéma québécois est « devenu adulte ». *L'Apparition* serait, en quelque sorte, un enfant égaré dans les brumes de la sottise.

¹⁶⁰ Tadros, Jean-Pierre. 1972. « Une apparition bien navrante ». *Le Devoir* (Montréal), 20 mars, p. 10.

Souvent on reproche aux comédies une valeur morale moindre, en les affublant d'une pléthore de qualificatifs pour le moins colorés qui méritent d'être énumérés pour chacun des films : « infecte¹⁶¹ », « médiocre »¹⁶², « stupide »¹⁶³, « insipide »¹⁶⁴, « vulgarité »¹⁶⁵, « crétinisme »¹⁶⁶, « bouillie pour les chats »¹⁶⁷, « canular »¹⁶⁸, « déprimant »¹⁶⁹, « gâté »¹⁷⁰, « affreux »¹⁷¹, « navets »¹⁷², « navrant »¹⁷³ et « imbécilités »¹⁷⁴. Mais la plupart des intervenants n'abordent pas de front les conséquences morales sur le public, ils laissent plutôt sous-entendre que seuls des spectateurs bêtes peuvent apprécier de telles bêtises. Par exemple, on utilise ce type de question insidieuse : « Comment Richer a-t-il pu penser que le public pourrait rire, sans aucune gêne de personnages dont la stupidité n'a pas de bornes? »¹⁷⁵. Monique Mathieu, elle, fait exception en affirmant directement que le film de Richer serait tout bonnement : « [p]our l'abrutissement du monde¹⁷⁶ ».

¹⁶¹ d'Autane, Jean. 1965. « Pas de vacances pour les idoles et pas de chance pour le public ». *L'Action* (Québec), 10 novembre, s.p.

¹⁶² Lever, Yves. 1970. « Deux femmes...en or? ». *Relations*, n°353 (octobre), p. 281.

¹⁶³ Gay, Richard. 1972. « Des vues pour rire ». *Maintenant*, n°115 (avril), p. 5.

¹⁶⁴ Bonneville, Léo. 1971. « Vous êtes pas écoeurés... ». *Séquences*, n°65 (avril), p. 2-3.

¹⁶⁵ Tadros, Jean-Pierre. 1971. « Un fourre-tout hybride qui ne provoque pas toujours le rire... ». *Le Devoir* (Montréal), 12 juin, p. 13.

¹⁶⁶ Bonneville, Léo. 1972. « L'Apparition ». *Séquences*, n°69 (avril), p. 40-41.

¹⁶⁷ Desrosiers, Pierre R. 1972. « Un p'tit venu trop vite... ». *Le Soleil* (Québec), 21 octobre 1972, p. 31.

¹⁶⁸ Éthier, Jean-René. 1973. « J'ai mon voyage! ». *Séquences*, n° 72 (avril), p. 27-28.

¹⁶⁹ Scully, Robert Guy. 1973. « Le dernier Héroux est-il décevant ...ou déprimant? ». *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} octobre, p. 12.

¹⁷⁰ S.D. 1974. « Le boulot de Dodo ». *La Presse* (Montréal), 28 décembre, p. B7.

¹⁷¹ S.D. 1974. « Les pépins du navets ». *La Presse* (Montréal), 28 septembre, s.p.

¹⁷² Daigheault, Claude. 1974. « Le temps des navets ». *Le Soleil* (Québec), 19 octobre, p. D5.

¹⁷³ Perreault, Luc. 1975 « Du cinéma à la va comme je te pousse ». *La Presse* (Montréal), 15 février, p. E12.

¹⁷⁴ Leroux, André. 1975. « Une bonne Gifle conventionnelle/un Richer minable ». *Le Devoir* (Montréal), 12 avril, p. 19.

¹⁷⁵ *ibid.*

¹⁷⁶ Mathieu, Monique. 1975. « Pour l'abrutissement du monde ». *Montréal-Matin* (Montréal), 27 mars, p. 68.

En plus d'être responsable du décervelage de la population, Mathieu soutient que « "Tout feu, tout femme", fait rétrograder notre cinéma de façon alarmante¹⁷⁷ ». On fait porter le chapeau du déclin de la culture cinématographique au film de Gilles Richer ; cependant d'autres comme *Y a toujours moyen de moyenner!*, feraient régresser toute la culture québécoise en offrant au public un monde culturellement pauvre. C'est ce que prétend Robert Guy Scully qui accuse le film de grave « quétainerie » : « le monde en plastique des galeries d'Anjou a envahi tout le film, et nous fait croire que les Montréalais sont vraiment le peuple le plus kétaine (sic) sur terre¹⁷⁸ ». Plutôt qu'une représentation de la réalité du Québec, Scully y voit l'imposition d'une culture décadente : « Mais de la Plaza Saint-Hubert aux Galeries d'Anjou, je vois qu'il y a toute une décadence. Dans le film de Héroux, [...] le kétaine (sic) et le mauvais goût commencent à se prendre au sérieux, à s'élever en religion et en style de vie¹⁷⁹ ». Les comédies érotiques sont clouées au pilori, surtout pour leur exposition désinvolte de la sexualité qui penche trop souvent, selon les commentateurs, vers la vulgarité : « [a]près *Deux femmes en or*, voici *Les Chats bottés*. Même pauvreté de scénario, même accumulation de scènes grotesques, même provocation de rires épais. Inutile de relever les séquences qui accusent pitoyablement la scatologie et l'indécence » (Bonneville 1971, p. 32). La grivoiserie des œuvres est aussi vue comme une stratégie d'asservissement : « [...] il y a suffisamment de nudité (en fait, il faut reparler d'avalanche) pour attirer, encore, un malheureux public tout content d'être exploité »¹⁸⁰. Les films feraient la promotion à grande échelle d'une culture basse et nocive, et rapidement on en vient à leur faire porter le blâme du déclin de la culture en

¹⁷⁷ *ibid.*

¹⁷⁸ Scully, Robert Guy. 1973. « Le dernier Héroux est-il décevant ...ou déprimant? ». *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} octobre, p. 12.

¹⁷⁹ *ibid.*

¹⁸⁰ Tadros, Jean-Pierre. 1971. « Sur deux films récents et un troisième ». *Le Devoir*, 3 avril, p. 15.

général et de la perception négative du cinéma québécois en particulier. Cette idée fera son bout de chemin. On en retrouve la trace dans le livre de Marcel Jean qui affirme que : « [l]a mauvaise qualité de ces comédies et des films érotiques auxquels elles succèdent contribue à ternir l'image du cinéma québécois auprès d'une large part de son public » (1991, p. 65).

Bref les comédies sont, pour l'intelligentsia moderne, d'une qualité faible et insatisfaisante. On s'efforce non seulement de dévaloriser les comédies afin de limiter leur influence sur le public, mais de plus on ostracise les spectateurs qui se sont déplacés vers les salles obscures. Ultiment, la nouvelle élite consolide un dégoût envers la comédie et, au fil du temps, poursuit son œuvre de rejet et d'amnésie collective.

Conclusion

Dans sa « lecture » des films, l'élite recherche les qualités de « l'œuvre d'art », ainsi elle en vient à invalider les possibilités de réception différentes qui impliquent, par exemple, de regarder un film pour son potentiel divertissant. C'est réduire la réalité de l'expérience cinématographique. Le discours des nouveaux spécialistes a fabriqué des œuvres d'art qu'eux seuls savaient reconnaître, et pensant transcender les plaisirs accessibles à tous, ils ont pourfendu le cinéma populaire dans un désir de consolidation de leur statut dominant. Après le portrait dressé précédemment, il est difficile de nier que la répression que la nouvelle élite a affichée à l'égard des comédies a contribué à une entreprise de hiérarchisation dans le domaine du cinéma québécois, opposant farouchement œuvres d'art et films populaires. Ce faisant, ils n'ont pas seulement supplanté l'ancienne élite, ils l'ont remplacée en tant que nouveau clergé de l'art cinématographique québécois. La lutte symbolique de la nouvelle élite a relégué les comédies québécoises aux oubliettes de l'histoire, tronquant ainsi la mémoire

collective dans ce champ de la culture locale. L'abondance et la virulence des critiques faites aux comédies révèlent, ultimement, la mise en place d'une certaine forme de religiosité de l'art cinématographique, issue du processus de sacralisation du cinéma québécois. Mélissa Thériault met en lumière l'établissement d'une doxa du monde de l'art, pour qui les pratiques populaires relèvent du sacrilège, et explique son apparition ainsi : « [d]ans un monde sécularisé où transformations sociales et mutations dans les modes de pensée se font de plus en plus rapidement, l'art est souvent le refuge d'une tradition dont la disparition soudaine nous laisse sans repères » (2015, p. 131). Sous cet angle, les membres de la caste érudite moderne du cinéma, à la recherche de nouvelles normes pour s'instituer, apparaissent comme les défenseurs du nouveau sacré et les détecteurs des nouvelles formes de sacrilège. Ces attitudes ont provoqué des résonances qui persistent encore aujourd'hui.

Le mécanisme de violence symbolique mis en place contre la comédie eut des répercussions plus que symboliques. Longtemps, plusieurs des films du corpus ont été difficilement consultables, introuvables en vidéo et même indisponibles en copie de consultation à la Cinémathèque québécoise. Il est toujours difficile d'avoir accès aux chiffres précis de box-office et d'ainsi pouvoir faire un portrait précis de la diffusion de ces films dans la population. Il n'existe pas non plus d'histoire détaillée de l'industrie, qui permettrait d'avoir une image de la publicité et de la distribution des films à travers le Québec. Puisque les films étaient considérés comme de « mauvais objets », les historiens n'ont pas cherché à les intégrer dans une histoire culturelle plus large, qui permettrait une meilleure compréhension de leur impact social ; ils les ont, en grande partie, rejetés hors du tout de la culture nationale. Quelques-unes de ces œuvres ont obtenu le sceau d'objet « national » mais, à l'exemple de *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, on leur confère l'étiquette seulement parce que le

thème du nationalisme est au cœur de l'œuvre. Qu'en est-il des autres comédies? Ont-elles participé à l'élaboration d'une conscience nationale dans une frange de la population? Fort possiblement.

Partie III

Bon... mais aller aux vues qu'ossa donne?

Introduction

Pour une histoire culturelle du cinéma de comédie québécois (1965-1975)

Ou : Tenez-vous bien après les oreilles à papa!

Concernant la fin de la vague de comédie des années 1970, plusieurs commentateurs du cinéma québécois ont soutenu au cours des cinquante dernières années l'hypothèse que « [l]a médiocrité générale des films [de comédies] a visiblement [eut] raison de la curiosité du public » (Coulombe 2009, p. 31). Loin de moi l'intention de revaloriser l'aspect technique ou esthétique de ces œuvres, par contre cette hypothèse me semble manquer de nuance. Elle insinue que l'arrêt de la production de comédie québécoise ne serait dû qu'à la désertion du public, rebuté et lassé par l'absence de qualité des films, et ainsi elle marginalise les changements importants du système de financement de la SDICC à la fin de la décennie. Ces modifications, non négligeables, ont eu un impact négatif sur la production globale. De 25 longs-métrages de fiction en 1973, elle dégringole à quatre productions en 1978. Tous les films du corpus observé n'ont pas obtenu le succès phénoménal de *Deux femmes en or*, mais plusieurs d'entre eux attirent un public considérable, au point où je dois prôner le besoin de reconsidérer leur importance culturelle et sociale. Cette partie paraîtra très détaillée, mais elle constitue la première étude d'un corpus qui eut une influence considérable dans l'histoire du cinéma québécois et ne fut pourtant ensuite étudié que superficiellement.

Deux phénomènes entourant le cinéma de comédies québécois entre 1965 et 1975 sont explorés au cours de cette partie. Le premier est la consolidation d'une des stratégies de décrochage courante chez les cultures fondatrices, la réappropriation, qui se perçoit dans le

fond et la forme des films, par exemple dans l'utilisation et l'adaptation de genres cinématographiques à « l'américaine »¹⁸¹. Plusieurs sont offerts pour la première fois au public au cours des deux décennies : films d'actions, films d'horreur et films historiques, en passant par le western, la sexploitation, la comédie musicale ou encore le « thriller » politique. Le versant de la réappropriation qui suscite particulièrement mon intérêt est celui des changements de méthodes de production, mais surtout de distribution et de mise en marché. Les artisans locaux adoptent progressivement des stratégies commerciales exploitées par les compagnies cinématographiques étrangères dominantes afin de convaincre le plus grand nombre de spectateurs de se déplacer vers les salles. Cette incursion dans le monde du commerce nous mène vers le second phénomène qui sera parallèlement exploré, celui des tentatives d'intégration à la vie quotidienne de la population. L'étendue de la présence et de l'influence du corpus dans la culture de l'époque peut ainsi être délimitée. Elle permet d'avoir une meilleure idée de l'ordre de grandeur de ce que je nomme le spectre de « possibilité d'acceptation » des spectateurs.

Ces deux phénomènes contribuent à une « acculturation », comme l'affirme Pascal Ory ([2004] 2015, p. 107), du cinéma local. Oublions le sens péjoratif du terme qui suggère une perte culturelle, pour lui préférer les idées de transfert et de négociation qui désignent la modification des objets et du paysage culturel, mais surtout de la nouveauté. Si l'intelligentsia du cinéma y perçoit le reflet d'une bâtardise culturelle, d'un copier-coller de la culture dominante, le spectateur commun peut en faire une interprétation plus positive, axée sur les idées de liberté individuelle et collective, de renouveau identitaire et de plaisir collectif, qui

¹⁸¹ Cet aspect de la réappropriation sera exploré plus amplement dans les études de cas des chapitres IX, X et XI.

correspondent à sa nouvelle réalité sociale. Comme toute la culture populaire, le corpus des comédies traduit un paradoxe idéologique : d'un côté, il s'inscrit dans les structures du libéralisme économique, en accrédite et renforce l'idée que le commerce, la publicité et même la hiérarchie entre les individus sont la source d'un accord social duquel chacun peut profiter ; d'un autre côté, cette culture propose l'évasion hors d'un système de production où les rapports de soumission règnent, elle propose aussi un réconfort face aux possibles injustices, et du plaisir pour soulager de l'exploitation par le travail. Elle fait miroiter un monde meilleur à l'intérieur même des structures de domination. C'est cet angle de lecture qui est privilégié, plus ou moins consciemment, par le spectateur de la culture populaire et qui lui permet d'intégrer les récits offerts à son interprétation de la société et de la nation.

Pour faire état de ces phénomènes essentiels à l'établissement d'une culture fondatrice, il faut premièrement tracer les grandes lignes du contexte cinématographique québécois au cours des années 1960. Il faut surtout étudier le développement d'un cinéma commercial local destiné à la masse, et la ramification de ses réseaux d'influences culturelles pendant cette décennie. Par la suite, la méthodologie présentée dans l'introduction – l'exploration des aspects de production, de médiation et de réception culturelle¹⁸² – sera appliquée afin de montrer que le corpus eut une portée et un rayonnement plus important que ne le décrivent les histoires actuelles du cinéma québécois. On peut résumer la part de la production culturelle par cette question simple : comment la culture de masse déjà présente dans la société québécoise a-t-elle influencé les films de notre corpus? De son côté, la médiation culturelle

¹⁸² N'oublions pas que production, médiation et réception sont des processus liés qui par moment se chevauchent. En revanche, pour en faire un examen cohérent et de clair, je les aborderai un à la fois. De plus, certaines questions tels les emprunts formels et esthétiques des films aux cinémas étrangers, principalement américain, seront abordées dans les études de cas des chapitres subséquents.

appelle cette interrogation : comment les films du corpus influencent-ils la culture de masse locale pour éventuellement atteindre les spectateurs? La réception culturelle ne sera cependant pas abordée dans son entièreté, puisque les études de cas des chapitres IX, X et XI serviront à compléter cette partie de la démonstration. En fin de chapitre, je présente les parcours d'exploitation, les chiffres de recette-caisse et d'assistance, et finalement les critiques journalistiques qui nous permettent d'entrevoir l'appréciation des films par le public. Mais avant d'aborder ce large tour d'horizon, il faut rappeler quel en était le contexte.

Contexte cinématographique (1960-1980) :

Après les tentatives plus ou moins réussies de mettre en place une industrie du cinéma local dans les décennies 1940 et 1950, la production de long-métrage de fiction diminue considérablement au Québec. Le déménagement de l'*Office National du Film* d'Ottawa à Montréal en 1956 permet à de nouveaux créateurs d'y trouver refuge et de poursuivre leur apprentissage dans le domaine de la création de films, mais la production de fiction n'est pas au menu de la société d'État. Plusieurs caressent pourtant le rêve de réaliser leur première œuvre, pendant qu'une nouvelle génération d'intéressés fait son éducation à la culture cinématographique dans les premiers cinéclubs des collèges classiques. L'arrivée des libéraux de Jean Lesage au pouvoir en 1960 vient consolider l'idée d'un renouveau social, et des réformes dans toutes les sphères de la société sont mises en chantier. La politisation du champ cinématographique prend rapidement place dans la décennie 1960 (Poirier 2004b, p. 37-73). Cependant, peu de législations¹⁸³ sont sanctionnées, malgré les revendications des divers

¹⁸³ La création du *Ministère des Affaires culturelles* en 1961, qui chapeautera désormais le domaine du cinéma, est une des mesures mises en place par le gouvernement provincial. Une autre est la constitution du *Conseil québécois pour la diffusion du cinéma* en 1969. Ces deux actions tentent

groupes d'intérêt – tels que l'APC et l'APFQ¹⁸⁴ – qui se constituent à l'époque. Deux décisions politiques contribuent néanmoins activement à la relance de la production d'un cinéma aux ambitions commerciales.

L'une des plus influentes législations à entrer en vigueur est la *Loi sur le cinéma* de 1967 concernant la transformation du Bureau de censure, en fonction depuis le 1^{er} mai 1913, en Bureau de surveillance du cinéma. La censure est au cœur des débats public au début des années 1960 et on revendique de plus en plus sa disparition, ce qui force le gouvernement du Parti libéral à créer en 1961 le *Comité provisoire pour l'étude de la censure dans la province de Québec*¹⁸⁵. Le rapport du comité, qui paraît en 1962, ne prêche rien de moins que la disparition de la censure des films et son remplacement par un système de classification : « Le Comité est d'avis, en effet, qu'il ne doit pas être du ressort d'un tel organisme d'accepter ou de refuser des films. Sa fonction doit en être une d'information du public » (Québec 1962, p. 55). Ainsi la table est mise pour des modifications importantes dans le domaine de la censure, mais celles-ci ne s'officialisent que cinq ans plus tard. Entre-temps, l'arrivée d'André Guérin au poste de président du Bureau de censure en 1963 s'inscrit dans la brise de changement et de permissivité qui caractérise l'époque. Le Bureau accepte désormais sans coupure certaines œuvres qui quelques années auparavant avaient été charcutées. La publicité utilisée par les distributeurs se fait de moins en moins scrupuleuse et le nombre de plaintes la concernant augmente auprès du Bureau, qui possède depuis le 22 mars 1928 le mandat

d'améliorer la visibilité et la diffusion du cinéma québécois, mais ont un impact négligeable sur la production même des films.

¹⁸⁴ L'association professionnelle des cinéastes (APC) est créée en 1963 et elle intègre aussi les producteurs. Ces derniers créent leur propre association en 1966 : l'association des producteurs de film du Québec (APFQ).

¹⁸⁵ Pour plus d'informations sur le comité et son rapport, voir : Lever 1995, p. 228-233 et Poirier 2004b, p. 46-47.

d'approuver les affiches et réclames dans les journaux. André Guérin, privilégiant la diplomatie à la coercition, tente en premier lieu de convaincre la presse et les distributeurs de se discipliner (Hébert *et al.* 2006, p. 552). L'effort est vain et les excès des publicitaires forcent le bureau à adopter une nouvelle réglementation qui implique l'approbation par le Bureau de toutes les publicités imprimées. Elle prend place le 17 février 1964, mais comme l'affirme Lever :

L'efficacité du règlement demeure relative. D'un côté, par tendance naturelle, le Bureau se fait de plus en plus permissif. Guérin et ses collègues ne prétendent aucunement s'ériger en arbitres du bon goût, et, comme tous les intellectuels de cette génération, sans l'afficher, ils entendent bien se situer à l'avant-garde de la tolérance. En revanche, les distributeurs testent régulièrement jusqu'où ils peuvent aller trop loin (dans *ibid.*, p. 552-553).

En somme, avant même qu'on instaure un système de classification, la population est exposée à une publicité cinématographique qui défie les normes et le consensus social. En mettant l'accent sur les affaires amoureuses qui baignent dans une aura de péché et les récits horribles toujours plus choquant¹⁸⁶, les distributeurs et publicitaires ont remis en question les limites de l'acceptabilité sociale de l'iconographie cinématographique.

Le Bureau devient, finalement, de « surveillance » en 1967, un système de classification est adopté et l'organisme cesse de couper (lui-même¹⁸⁷) les films. Des visas (Pour tous, 14 ans et 18 ans) sont maintenant attribués aux copies qui sont projetées sur le

¹⁸⁶ Pour plus de détails sur les effronteries des publicitaires de cinéma voir : Lebel 2009, p. 75-77; Lever 1972b, p. 88-89 et Hébert *et al.* 2006, p. 549-554.

¹⁸⁷ Désormais, « [o]n accepte ou rejette les films dans leur intégralité [...] ; cela n'empêche toutefois pas un distributeur qui s'est vu refuser un film de faire lui-même des coupures et de présenter sa nouvelle version ; le cas se produira très souvent » (Lever 1995, p. 231). La censure demeure, mais le fardeau des coupures est transféré aux distributeurs. De plus, elle s'applique seulement aux cas les plus extrêmes, c'est-à-dire l'horreur et la pornographie, deux genres qui peuvent facilement troubler l'ordre public.

territoire. Cette nouvelle approche ouvre la porte à la distribution de films qui abordent ouvertement des sujets autrefois tabous. S'il est maintenant possible de voir les œuvres des grands cinéastes européens dans leur intégralité, c'est surtout les productions de second ordre, délibérément racoleuses, qui profitent le plus de la situation.

Il existe au Québec un monopole de la distribution dominé par les grands studios américains depuis leur intégration verticale dans les années 1920, ce qui leur donne le contrôle de toutes les étapes d'un projet du financement jusqu'à la projection du film dans une salle sous leurs contrôle. En 1948, lors du *Paramount Case*, la cour américaine ordonne la dissolution du monopole dont disposaient cinq des huit plus grands studios hollywoodiens¹⁸⁸. Ce jugement ne s'applique cependant pas au Canada qui est considéré comme un *domestic market* par les *majors*. À titre d'exemple, entre 1962 et 1978, ils sont responsables de la diffusion de 29,6 % des films de long-métrage en territoire montréalais¹⁸⁹. Ce chiffre peut sembler faible, mais il faut prendre en compte d'autres facteurs : les grands distributeurs américains ont accès à des budgets publicitaires mirobolants et possèdent l'exclusivité des films qui font vendre davantage de sièges (Lever 1995, p. 416) et qui plus est :

Les « majors » se réservent les meilleurs créneaux de temps de l'année, retiennent les films rentables pour leurs salles jusqu'à épuisement de leur potentiel, obligent les exploitants à un blocage de calendrier en fonction de leurs intérêts et contraignent les exploitants à une sélection de films à l'aveugle où ceux-ci doivent prendre des séries « B » des distributeurs pour avoir droit à un ou quelques films à succès (Lamonde 1983, p. 242).

¹⁸⁸ Pour plus d'informations voir : Sklar 1975, p. 273-274 et Conant 1960.

¹⁸⁹ Il s'agit de la somme des activités des sept plus gros distributeurs américains : *International* (6,8 %), *MGM* (3,6 %), *Paramount* (4,3 %), *20th Century Fox* (3,5 %), *United Artists* (5,2 %), *Universal* (2,7 %) et *Warner Bros.* (3,5 %) (Lamonde et Hébert 1981, tableau 114).

Grâce à ces tactiques, elles engrangent annuellement 50 % des revenus de distribution disponible (Lever 1995, p. 393). Ce sont aussi elles qui accaparent les calendriers des deux grands réseaux d'exploitants du pays : *Cinemas Unis/Famous Player* (propriété de *Paramount*) et *Cineplex-Odeon*. Si au cours des années 1970, grosso modo, 75 % des cinémas de la province sont la possession d'intérêt financier québécois, les 25 % restant¹⁹⁰ sont la propriété des deux entreprises, se situent majoritairement dans les grands centres urbains (en 1978, elles contrôlent 59 % des cinémas montréalais) et drainent 80 % des recettes (Lever 1995, p.421 et Lamonde et Hébert 1981, tableau 73). Leur domination est bien établie.

Certaines compagnies de distribution locale tirent cependant leur épingle du jeu en privilégiant les films à petit budget aux thématiques sensationnalistes, les films français ou encore les productions locales, trois types de cinéma délaissés par les distributeurs américains. *Cinépix*, appartenant aux Anglo-Montréalais John Dunning et André Link, est, entre 1962 et 1978, le distributeur le plus actif sur l'île de Montréal avec 12,2 % des longs-métrages en premier visionnement. La part de *France-Film* et les *Films mutuels*, les deux autres compagnies les plus dynamiques, représentent respectivement 7,7 % (troisième rang) et 2,9 % (treizième rang). Les *Films mutuels* entrent en action seulement en 1972, ce qui explique le faible part, basée sur seulement cinq années parmi les 17 compilées (Lamonde et Hébert 1981, tableau 114). Elle sera tout de même l'une des plus actives de la décennie 1970. Pour preuve, elle se retrouve au second rang des compagnies qui proposent le plus de longs-métrages (48 films) en territoire montréalais pour l'année 1976. Seul *Cinépix*, avec 89 films, présente une offre plus abondante. Ces trois firmes prendront en charge la distribution de la quasi-totalité

¹⁹⁰ Il s'agit de 98 cinémas sur les 383 établissements de la province de Québec (Lamonde et Hébert 1981, tableau 73).

des films locaux à tendance commerciale au cours des deux décennies concernées. On peut leur ajouter *Ciné-Art Film Distributing Corp. Ltd* et la *Société Nouvelle de cinématographie*, toutes deux propriétés de Michel Costom, ainsi que *Ciné-Capitale Ltée.* des frères Denis et Claude Héroux, pour compléter le portrait des compagnies responsables de la distribution des comédies faisant parties du corpus.

Le fait français au Québec est bien sûr l'élément qui change la donne de la distribution. Les compagnies américaines s'intéressent peu au marché du film francophone, excepté pour les versions doublées des films hollywoodiens qu'ils contrôlent à 55 % (Lever 1995, p. 393). C'est une brèche qui permet aux compagnies locales de survivre. Avec le relâchement de la censure, ces compagnies profitent d'un autre marché vacant, celui des productions osées, choquantes ou scabreuses, communément appeler cinéma d'exploitation¹⁹¹. Ce phénomène marque aussi une ouverture sur le monde et une diversification du paysage cinématographique de la province. Des films japonais, suédois, italiens et autres sont présentés sur les écrans. Entre 1969 et 1978, les films en langue étrangère représentent 33 % du total des longs-métrages présentés dans la province, le cinéma français compte pour 14,4 % du total, et les films locaux ne constituent que 2,2 % des longs-



Figure 3 : Publicité, La Presse, 24 février 1968, p. 40.

suédois, italiens et autres sont présentés sur les écrans. Entre 1969 et 1978, les films en langue étrangère représentent 33 % du total des longs-métrages présentés dans la province, le cinéma français compte pour 14,4 % du total, et les films locaux ne constituent que 2,2 % des longs-

¹⁹¹ « [...] films à petit budget, produits par des indépendants, ils sont libres de tout contrôle des studios hollywoodiens. Faute de pouvoir attirer le public grâce à des stars, ils mettent en scène des thèmes récurrents scabreux et controversés. Les films d'exploitation sont produits rapidement et avec peu d'argent afin de maximiser leur rentabilité. Souvent techniquement mauvais et utilisant une thématique simple, le film d'exploitation appuie sa publicité sur l'aspect sexuel et/ou violent du film. L'une des principales raisons d'être de cette catégorie de cinéma est de choquer et déranger afin de satisfaire pleinement le spectateur curieux » (Lebel 2009, p. 6-7).

métrages. Néanmoins le maigre 1,9 % des productions québécoises de 1971-1972 fait vendre 10 % des sièges. C'est dire à quel point le phénomène est remarquable dans le paysage culturel québécois. Le cinéma américain, tous types confondus (hollywoodien ou d'exploitation), reste celui qui reçoit les faveurs des distributeurs et des exploitants avec 35,4 % du total (Lamonde et Hébert 1981, tableau 127). N'oublions pas qu'il s'agit aussi de celui qui reçoit massivement les faveurs du public.



Figure 5 : Publicité, La Presse, 21 avril 1973, p. D10.

Le public québécois a ainsi droit à tous les genres et tous les plus grands succès hollywoodiens et français. Dans le domaine des comédies, toutes les variations sont offertes : comédies musicales, romantiques, burlesques, etc. Un survol rapide de la publicité des grands quotidiens permet d'identifier les grands noms de la comédie de ces deux pays. Des faciès

grimaçants de Jerry Lewis [Figure 4] en passant par les parodies échevelées de Mel Brooks [Figure 6]; des cabrioles de Pierre Richard [Figure 5] et Louis de Funès [Figure 3] en passant par les joutes verbales de Fernandel [Figure 7], le spectateur québécois jusqu'aux années 1970 rit au cinéma grâce



Figure 4 : Publicité, La Presse, 7 août 1971, p. B4.

aux étrangers qui, comme l'indiquent certaines des publicités ci-contre, ont obtenu beaucoup de succès en salle. Par contre, le portrait se modifie considérablement dans la première moitié de la décennie 1970, nous le verrons bientôt.

Pour l'instant, deux idées sont à soulever et retenir. D'abord, la prédominance du cinéma américain en territoire québécois, depuis plus d'un demi-siècle, ne peut nous permettre de nier les connaissances pointues que possède le public francophone de la province des codes du cinéma américain et des genres qu'il propose. Force est de constater que pour une majorité d'individus, le cinéma hollywoodien est LE cinéma. Les créateurs locaux chercheront à exploiter ces connaissances afin de convaincre le public de se



Figure 7 : Publicité, *La Presse*, 14 octobre 1953, p. 34.



Figure 6 : Publicité, *Le Soleil*, 12 octobre 1974, p. D7.

déplacer en salle, surtout par la réappropriation de certains genres comme la comédie. Par ailleurs le libre marché du cinéma, historiquement respecté par les gouvernements fédéraux et provinciaux, permet aux entreprises américaines de s'instituer en monopole, d'offrir leur produit et de fermer la porte à la distribution des productions locales. Cette situation force les artisans et entrepreneurs du milieu à trouver des alternatives aux œuvres hollywoodiennes et aux réseaux de distribution contrôlés par les grands studios. Les créateurs qui tentent de profiter de la souplesse de la censure trouvent ainsi chez les distributeurs locaux des partenaires ouverts à leurs créations. On assiste à un jeu de bricolage de la part des producteurs qui, d'un côté, vont reprendre certains aspects et stratégies du cinéma dominant, mais par contre vont s'en écarter en offrant ce que les grandes productions ne peuvent pas offrir : des vedettes locales ou de la provocation

ciblée. Néanmoins, pour pouvoir profiter des largesses censoriales, les créateurs ont avant tout besoin d'un minimum de financement.

Au début des années 1960, la production de long-métrage de fiction au Québec est quasi inexistante, principalement en raison du manque de moyen financier. Seulement quelques indépendants zélés¹⁹² arrivent à accoucher de leur projet. Avec la fondation de la coopérative de production filmique *Coopératio* en 1963, on assiste au balbutiement d'une nouvelle génération de cinéma commercial québécois. Pierre Patry, Jean-Claude Lord, Roger Blais et Jean Roy privilégient les structures entrepreneuriales de la coopérative et demandent à tous les membres de la production de partager une partie de leur rémunération en échange d'une participation « à perpétuité aux recettes du film tourné » (*Séquences* 1967, p. 18). Ils réussissent même à convaincre la compagnie *France-Film* de contribuer au budget. Leurs films *La corde au cou* (1965), *Cain* (1965) et *Délivrez-nous du mal* (1969) sont destinés au grand public. Adaptés de romans connus ou inédits¹⁹³, ce sont des drames empreints d'une dose de suspense, utilisant une esthétique hollywoodienne classique et des vedettes locales. La formule permet à *Coopératio* de produire un total de six films, malheureusement l'aventure n'est pas assez rentable et se termine à la fin de la décennie. Du côté de l'ONF, il faut attendre Gilles Carle et le détournement d'un projet documentaire sur le déneigement des rue de Montréal – ce qui donne *La vie heureuse de Léopold Z.* (1965) – pour que l'organisme s'intéresse un peu plus au long-métrage de fiction. Là encore, le financement est limité et le mandat premier de l'ONF reste le cinéma documentaire. Après deux films produits grâce à

¹⁹² C'est le cas de Roger Laliberté avec ses productions pour la jeunesse : *Les aventures de Ti-Ken* (1960) et *Ti-Ken et les plans mystérieux* (1963).

¹⁹³ *Cain* est l'adaptation d'un roman inédit de Réal Giguère intitulé *Les marcheurs de la nuit*. Ce dernier, bien connu du public grâce à ses apparitions télévisuelles, tient la vedette du film.

l'Association générale des étudiants de l'Université de Montréal¹⁹⁴, Denis Héroux fonde avec son frère Claude et les frères Pierre et André Lamy la compagnie privée *Latino Films* afin de se lancer dans la production d'un film commercial voulant profiter de l'engouement pour un phénomène de culture populaire : la musique yé-yé. *Pas de vacances pour les idoles* (1965) est réalisé avec des dépenses directes de 45 000 \$¹⁹⁵ provenant de trois sources différentes : le distributeur *France-Film* (15 000 \$), les actionnaires de *Latino Films* (15 000 \$) et un prêt de la *Banque Royal du Canada* (15 000 \$). Il s'agit d'un budget limité qui force les créateurs à un tournage rapide qui ne peut que paraître dans le produit final. En somme, clore un budget est difficile dans la décennie et les créateurs doivent souvent se compromettre financièrement. Le problème sera en partie réglé par le gouvernement fédéral et son projet d'investissement dans l'industrie cinématographique partout au pays.

À défaut de voir le gouvernement du Québec dénouer les cordons de la bourse pour la production de films locaux, certains réalisateurs et producteurs se réjouissent de l'implication financière du palier fédéral qui met en action en 1968 la *Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*. Dotée d'un budget de dix millions de dollars pour son premier quinquennat, la SDICC contribue à hauteur de 50 à 60 % du budget total d'un film (Lever 1995, p. 285), et exige la participation financière d'un distributeur. On assiste à ce que Christian Poirier appelle la « légitimation du récit économique du libre marché » (2004b, p. 188). On peut résumer la philosophie de l'organisme par les propos de son directeur

¹⁹⁴ En 1962, l'AGEUM troque son traditionnel spectacle de fin d'année pour la projection d'un film tourné sur le campus. Denis Héroux, Denys Arcand et Stéphane Venne, alors étudiants à l'Université de Montréal, réalisent *Seul, ou avec d'autres* grâce à un budget de 24 000\$. L'association remet ça l'année suivante en finançant le film *Jusqu'au cou*, cette fois-ci réalisée uniquement par Héroux.

¹⁹⁵ En entrevue Denis Héroux explique que le budget réel était plutôt aux alentours de 60 000\$: « On avait prévu que le film coûterait à peu près \$45,000. en dépenses directes (\$60,000. si on veut me payer, moi, le scénario, etc.). Il s'agissait pour nous de payer immédiatement les techniciens et les comédiens » (*Objectif* 1966, p. 15).

général, Michael Spencer : « The corporation [la SDICC] looks upon itself as a banker, [...] We support the Canadian producer; we have no interest in artistic control ¹⁹⁶». Le gouvernement canadien n'est qu'un financier et refuse d'intervenir dans le marché par une loi de quotas de contenu canadien imposés aux distributeurs et exploitants, réglementation qui existe pourtant à l'époque dans plusieurs pays européens. L'idée défendue est que si la qualité des productions canadiennes augmente, les distributeurs les plus puissants s'ouvriront inévitablement à la production locale. Mais pour véritablement faire compétition aux productions hollywoodiennes, il aurait fallu un investissement bien plus massif. Certains créateurs québécois, se sachant désavantagés, vont alors favoriser non pas la qualité, mais plutôt des thématiques spectaculaires et controversées dans leur production. C'est le cas de Denis Héroux qui après avoir vu le succès considérable de quelques productions suédoises¹⁹⁷ et japonaises profitant du relâchement de la censure, décide de produire et réaliser un film qui allie les qualités de certaines de ces œuvres : « Quand on a imaginé *Valérie*, trois films marchaient fort : *Un homme et une femme*, *Strip-tease* et *I am a Woman* (sic). On a pris des éléments de chacun et on en a fait un mélange à la québécoise » (Héroux 1987, p. 59). Le succès considérable du film – il engrange les plus grosses recettes de l'époque¹⁹⁸ avant d'être dépassé par *L'Initiation* et ensuite *Deux femmes en or* – contribue à ouvrir les yeux des distributeurs sur les profits potentiels des productions locales. Toutefois, c'est surtout la

¹⁹⁶ Kareda, Urjo. 1971. « Corporation Defends "Sexploitation" Films ». *Toronto Daily Star*, 8 février, s.p.

¹⁹⁷ Par exemple, le film suédois *I, a Woman* (Mac Ahlberg, 1965) a fait quelque 500 000 entrées à sa sortie au Québec en 1968 (Hébert *et al.* 2006, p. 323).

¹⁹⁸ Plusieurs sources avancent un montant de 2 million de dollars (Lever 1995, p. 305 ; Belzile 1995, p. 7-10). Par contre, le magazine américain *Variety* du 27 novembre 1974 rapporte plutôt un montant de 1 684 000\$ au Québec seulement.

SDICC qui veut sa part du gâteau, elle qui n'a pas investi dans *Valérie*¹⁹⁹. Elle se rachètera, non sans controverse²⁰⁰, en finançant plusieurs films commerciaux de sexploitation, de même que les comédies grand public qui suivront.

En somme, le monopole de la distribution et de l'exploitation par des intérêts étrangers, peu intéressés aux productions francophones, établit un rapport de force négatif pour les créateurs du Québec. Ceux-ci se voient donc dans l'obligation de chercher des opportunités chez les distributeurs et exploitants locaux qui agissent en marge des réseaux principaux de diffusion. Les succès à répétition des *Valérie*, *L'Initiation* et *Deux femmes en or* font miroiter la possibilité de profit autant pour les investisseurs que les distributeurs et exploitants de salles qui acceptent de plus en plus les productions locales. Plusieurs créateurs comprennent que pour faire leur place dans le marché québécois, ils doivent se réappropriier la culture dominante, d'une part en proposant au public des produits culturels familiers et appréciés, d'autre part en offrant une singularité, en exploitant une idiosyncrasie. Au cours de la décennie, les spectateurs de cinéma acceptent progressivement, par la mondialisation du cinéma et le foisonnement de la publicité qui remet en question les limites de l'acceptabilité sociale, l'idée d'un cinéma de masse produit sur leur territoire et mettant en scène des individus et des lieux qu'ils reconnaissent, dans une langue qu'ils utilisent quotidiennement.

Bref, au cœur de « l'acculturation » du cinéma commercial québécois se trouve une forme de « bricolage » (Hebdige 1979, p. 102-106) de la part des créateurs de cette sous-

¹⁹⁹ Denis Héroux m'a confirmé, lors d'une entrevu qu'il m'a accordé pendant la rédaction de mon mémoire de maîtrise (Lebel 2009), que le financement de base (30 000\$) provenait de lui et son frère Claude. *Cinépix*, le distributeur, a mis 50 000\$ pour terminer la production et pour la publicité. Un document de production découvert dans les archives du distributeur, disponible à la Cinémathèque québécoise, confirme un budget total de 80 000\$.

²⁰⁰ Pour en savoir plus la polémique entourant les investissements de la SDICC dans la sexploitation voir : Ayscough et Spencer 2003, p. 105-124.

culture cinématographique. En utilisant les stratégies de production et de médiation des dominants qu'ils amalgament à des éléments de culture de masse locale, les créateurs reconfigurent la pratique culturelle en modifiant le sens du discours filmique, mais aussi en changeant la forme et la portée de la réception dans l'ensemble de la société. Là où l'élite intellectuelle moderne y voit une forme de soumission face à une culture étrangère, le public a la possibilité de percevoir une expérience plus positive dans un ensemble d'œuvres. Il peut aisément y déceler l'idée des capacités nouvelles du peuple québécois qui peut désormais culturellement et économiquement tenir tête aux nations dominantes.

Chapitre VI

Création d'une « opération fou rire!²⁰¹ »

Production des objets culturels

Inscription dans une tradition culturelle : la comédie

La production d'objets culturels destinés aux masses nécessite de la part de l'instance de production un désir assumé d'entrer en communication avec un public non érudit. Pour assurer l'ouverture des réseaux de communication adéquats, les créateurs de cinéma de comédie de l'époque réutilisent des codes cinématographiques et des référents culturels connus d'une large part des spectateurs afin d'intégrer une « map of meaning » comme dirait Stuart Hall (1980, p. 134). Une fois que le spectateur comprend et accepte le « schéma de sens » proposé, l'intégration à sa vie quotidienne peut s'effectuer. Voyons ainsi comment les films s'inscrivent dans la tradition culturelle bien établie de la comédie au Québec, tradition qui transcende les médias de diffusion. Nous verrons apparaître une structure rhizomateuse où les médias s'interpénètrent et s'influencent les uns les autres. L'angle principal à travers lequel nous explorerons ce phénomène est celui du vedettariat. Nous verrons que la présence de personnalités qui symbolisent la culture de la comédie sert à accentuer la reconnaissance, par le plus grand nombre d'individus possible, de l'objet culturel proposé par les instances de productions.

Pendant la première moitié du vingtième siècle, la comédie se développe au Québec dans une panoplie de médias différents. Comme nous l'avons vu plus tôt, les spectacles de variétés, de vaudeville et burlesque sont des éléments cruciaux dans la diffusion d'un comique

²⁰¹ Slogan apparaissant sur les publicités du film *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*

local qui atteint le public. Cependant, rares sont les comédiens qui se cantonnent à la scène quand l'occasion de diffuser et faire valoir leur talent se présente. On retrouve ainsi nombre de comiques qui performant sur scène, à la radio, à la télévision et, subséquemment, au cinéma. En fait, les producteurs et réalisateurs de films n'hésitent pas à exploiter le talent d'artisans qui ont prouvé leur indéniable savoir-faire et qui sont appréciés du public depuis des décennies. Plusieurs de ces comiques de la vieille génération qui ont appris leur métier sur les planches font le saut à la télévision lorsque les diffuseurs décident de proposer des émissions centrées sur la comédie. La télévision est donc un angle d'examen important pour explorer l'inscription de mon corpus filmique dans la culture qui l'a précédé et entouré, puisqu'elle apparaît comme l'une des racines et des influences les plus fortes.

L'industrie des comédies cinématographiques étant toute fraîche au début des années 1970, les comédiens ayant déjà fait leurs preuves apparaissent comme des candidats logiques pour mener à bien ces nouvelles entreprises de diffusion du rire. Marie-Jeanne Perreault en est un bon exemple. Mieux connue sous le nom de Manda Parent, elle partage la scène pendant de nombreuses années avec le comique Joseph Eugène Martel. Le duo « Joseph et Manda » fait partie de la troupe d'Arthur Pétrie au cours des années 1920, pour ensuite se produire avec succès au Théâtre National alors sous la direction de Rose Ouellette²⁰². Après des années sur les planches, elle se tourne au début des années 1970 vers la télévision. On la retrouve régulièrement personnifiant Madame Pigeon dans la comédie de situation télévisuelle *Symphorien* (1970-1977). Bien connue du public, elle participe parallèlement à quelques

²⁰² Elle-même, fort apprécié du public, apparaît dans deux des films à l'étude : *L'Apparition* et *Les aventures d'une jeune veuve*.

films²⁰³ de comédies du début de la décennie dont : *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, *L'Apparition* et *Pousse mais pousse égal*.

Si la prolifération des *Night-Club* en sol montréalais au cours des années 1930 ne laisse place qu'à des maîtres de cérémonie et artistes anglophones, l'avènement des cabarets dans les décennies suivantes permet à des francophones de jouer les rôles de présentateur, chanteur comique, monologuiste et fantaisiste en tout genre (Bourassa et Larrue 1993, p. 122). L'un des plus célèbres maîtres de cérémonie est Jacques Normand, à la barre du cabaret le *Faisan Doré* (1947-1950) qui est une plaque tournante du « showbiz » de l'époque. Doté d'une vivacité d'esprit et d'un sens de la répartie hors du commun, il concrétise sa renommée auprès du grand public avec sa participation à diverses émissions de variétés télévisuelles qui reprennent la formule des cabarets, dont *Le Café des artistes* (1953-1955) et *Porte ouverte* (1955-1957) sur les ondes de la télévision de Radio-Canada²⁰⁴. Il anime ces deux émissions avec son comparse Gilles Pellerin, longuement côtoyé dans les cabarets montréalais et à la station de radio CKVL. Pellerin fait sa marque dans les années 1950 par son talent de monologuiste relatant les tribulations de « son ami Rolland » et de la mère de ce dernier. Au milieu des années 1950, il grave sur disque 78 tours plusieurs de ses textes, permettant aux publics d'apprécier ses histoires rocambolesques dans le confort de leur demeure²⁰⁵. Avec la

²⁰³ Elle participe aussi à des films dramatiques dont *Les Colombes* (1972), *Bingo* (1974), *Parlez-nous d'amour* (1976) et *Éclair au chocolat* (1979) tous réalisés par Jean-Claude Lord.

²⁰⁴ Il anime par la suite l'émission de fin de soirée *Les Couche-tard* avec Roger Baulu entre 1961 et 1970 ce qui lui permet de divertir et faire rire les téléspectateurs de la province.

²⁰⁵ Il est intéressant de souligner qu'il existe une panoplie d'enregistrements comiques au Québec qui remontent jusqu'aux belles années du burlesque avec la Poune, Juliette Béliveau ou Paul Hébert (Hébert 1981, p. 291). Plusieurs fantaisistes de cabarets ont aussi laissé des traces de leurs performances comiques sous formes d'enregistrements sonores. C'est le cas de Gérard (Nono) Des Lauriers spécialiste des chansons grivoises et de Lucien Boyer le « chef de la comédie » qui a offert plusieurs « ragoûts » (lire disques) de blagues bien salée. Dans leur cas, rien de mieux qu'un registre vulgaire pour dérider le public éméché des boîtes de nuit.

disparition des cabarets au tournant des années 1960, Pellerin poursuit sa carrière comme acteur, notamment dans la série *Cré Basile* (1965-1970) mettant en vedette Olivier Guimond fils. Dans la décennie suivante, en plus de poursuivre sa carrière à la radio et à la télévision, il participe au tournage de trois longs-métrages : *L'Apparition*, *La pomme, la queue... et les pépins!* et *Tout feu, tout femme*.

Paul Berval est une autre vedette des cabarets montréalais dont la présence est récurrente dans les films de l'époque. Il participe à cinq d'entre eux²⁰⁶ dans des rôles plus ou moins importants. Le public le connaît déjà bien comme animateurs à la télévision, membre de la troupe de Jean Grimaldi, et surtout pour son interprétation d'Antonio dans *Cré Basile*. Entre 1954 et 1960, il est le propriétaire du cabaret *Le Beu qui rit*, où un bon nombre d'artistes de la scène locale performant. Pour les besoins de son établissement, il constitue une troupe d'acteurs permanente à laquelle participe un certain Denis Drouin.

Fidèle *straight man* d'Olivier Guimond fils pendant de nombreuses années, Drouin obtient tout au long de sa carrière les faveurs du grand public. Il participe aux années fastes du burlesque montréalais au Théâtre National et anime sa propre émission de radio intitulée *Le programme de Denis Drouin* à la fin des années 1940 sur les ondes de CKAC. On le voit ensuite poursuivre sa carrière à la télévision où il anime le jeu télévisé *La rigolade* entre 1955 et 1958, lui permettant de mettre à profit ses compétences d'improvisateur. En 1962, il est, avec Berval et Guimond, un des membres des *Bric-à-Brac*, le trio d'animateurs de la revue de fin d'année *Zéro de conduite* diffusée par la télévision de Radio-Canada. Il passe, par la suite,

²⁰⁶ *Deux femmes en or*, *Les chats bottés*, *L'Apparition*, *Y a toujours moyen de moyenner!*, *Les deux pieds dans la même bottine*. Son interprétation d'un curé lubrique dans *Fleur bleue* (1971) de Larry Kent, mérite aussi d'être soulignée.

du Canal 2 au Canal 10 (Télé-Métropole) et fait partie de la distribution de *Cré Basile* au côté de son ami Olivier Guimond. Avec ce dernier, il marque les annales de la télévision québécoise au *Bye Bye 1970*²⁰⁷ en interprétant le riche homme de Westmount dans le sketch, devenu classique, caricaturant la crise d'octobre. Il participe ensuite à *Symphorien* sous les traits du personnage Fabien Chaput, qu'il interprétait préalablement dans *Cré Basile*. Il est un des plus fiers représentants de l'humour produit au Québec depuis trois décennies au moment où il participe à quatre des films du corpus soit : *Le p'tit vient vite*, *La pomme, la queue... et les pépins!*, *Tout feu, tout femme* et aussi *Pousse mais pousse égal* où il interprète le père d'un autre héritier direct du burlesque, Gilles Latulippe. Un casting idéal, pourrait-on dire.

Le dernier comédien qui mérite de faire partie de ce petit groupe marque parfaitement la transition entre l'époque des cabarets et celle où la télévision devient le centre de diffusion principal de la culture humoristique au Québec. Après avoir été maître de cérémonie et chanteur comique dans les cabarets montréalais au cours des années 1940, Réal Béland devient le « Ti-Gus à Ti-Mousse » dans le célèbre duo qu'il forme avec Denyse Émond, qui se produit pendant trente ans²⁰⁸. Eux aussi enregistrent sur disque plusieurs de leurs performances²⁰⁹. En 1966, Béland interprète Gustave, le sympathique concierge dans la *sitcom* Radio-Canadienne *Moi et l'autre* (1966-1971) présentant les tribulations comiques de la « grande » (Denise Filiatrault) et la « p'tite » (Dominique Michel). Par la suite, son nom revient dans cinq films de la vague de comédies du début de la décennie 1970 : *Deux femmes*

²⁰⁷ Scénarisé par Gilles Richer, le sketch met en scène Olivier Guimond fils dans le rôle d'un soldat francophone devant protéger la demeure d'un résident anglophone de Westmount. La force du numéro repose sur la démonstration du rapport d'inégalité entre les deux communautés et, bien sûr, sur les majestueuses cabrioles de Guimond.

²⁰⁸ La carrière du duo est retracée dans la biographie de Denyse Émond (Lavallée 2009).

²⁰⁹ *Une Soirée au Cabaret* (Columbia, 1960), *Ti-Gus et Ti-Mousse, un rire à la seconde* (Columbia, 1963) et *Ti Gus et Ti-Mousse, un rire n'attend pas l'autre...* (Trans-Canada, 1973), entres autres.

en or, *Les Chats bottés*, *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, *La pomme la queue... et les pépins!*, et finalement *Tout feu, tout femme*. Il est, avec Paul Berval, l'acteur à avoir contribué au plus grand nombre de films du corpus. En employant des vedettes bien implantées dans la culture humoristique de la province, les créateurs de films s'assurent que le public de l'époque assistera à un spectacle où il pourra se dilater la rate. Par la récurrence des interprètes, on crée un sens d'appartenance à une communauté en permettant au spectateur de créer des liens entre la culture qu'il apprécie déjà et ces nouveaux objets et pratiques culturels.

Nous avons vu précédemment que les liens importants de notre corpus avec la télévision sont considérés d'un mauvais œil par les membres de l'institution du cinéma. Si ces liens sont vus comme des faiblesses chez les érudits, ce n'est pas le cas pour le consommateur moyen de divertissement qui est présent hebdomadairement au rendez-vous des comédies de situation tant américaines que québécoises pendant les deux décennies à l'étude. Le public Canadien français était, avant la télévision, un habitué de la formule des séries comiques hebdomadaires puisque la station de radio CKAC était passée maître dans la diffusion d'émissions de rigolade en tout genre²¹⁰. Ovila Légaré, aujourd'hui mieux connu comme folkloriste de la chanson, acteur de théâtre et interprète d'homme d'église au cinéma dans *Le Père Chopin* (Ozep, 1944) et *Le Curé du village* (Gury, 1949), est l'auteur et l'interprète principal des deux émissions à la plus grande longévité de la station CKAC : les radioromans comiques *Nazaire et Barnabé* (1939-1958) et *Zézette* (1951-1963). La première épouse deux formats différents pendant ses années de diffusion. Au départ il s'agit d'une émission

²¹⁰ Au milieu des années 1940, CKAC crée les vendredis « La soirée du rire » en diffusant coup sur coup trois émissions comiques : le *Théâtre improvisé* à 20h avec Juliette Huot entre autres, suivi du *Tourbillon de la gaité* à 20h30 avec Juliette Béliveau et Rolland Bédard et finalement *Nazaire et Barnabé* à 21h (*La Presse*, 18 octobre 1946, p. 14). Pour plus d'information voir : Pagé et Legris 1976a.

quotidienne de 15 minutes, ensuite transformée en émission hebdomadaire de 30 minutes. Peu importe sa durée, *Nazaire et Barnabé* relate les aventures loufoques des habitants d'un village imaginaire (Casimirville) où rien ne se passe comme il le devrait. *Zézette* est une émission hebdomadaire de 30 minutes mettant en scène une jeune fille de bonne famille qui sème le chaos autour d'elle. Malgré les milieux différents où évoluent les personnages, les deux émissions :

[...] ont développé une veine de comédie de l'absurde qui était à peu près inconnue dans la tradition québécoise. Au moment où la peinture de mœurs semblait la voie royale de la comédie, Légaré se permettait de créer un univers où ses personnages inventaient leur propre système de valeurs et leurs propres règles de vie sociale (Pagé et Legris 1976a, p. 19).

On propose donc un monde social cul par-dessus tête transmis dans un parler vernaculaire et familier auquel s'identifie la population. C'était surtout le cas le *Nazaire et Barnabé* où Légaré n'hésitait pas à utiliser dans ses textes de « nombreux mots d'anglais ainsi que des mots déformés par l'ignorance supposée des personnages » et de « très fréquents jurons fantaisistes » (*ibid.*, p. 29-30). Le format et le style de la série comique par épisode où l'on peut suivre les tribulations de personnages imprévisibles sont bien acceptés par les familles canadiennes-françaises qui intègrent dans leur quotidien l'idée d'un plaisir familial par le rire.

Cette formule de la comédie par épisode apparaît d'abord à la télévision québécoise dans sa version américaine traduite en français. Dans ce qu'on appelle maintenant une *sitcom*²¹¹, on peut généralement suivre les péripéties plus ou moins cocasses d'une famille de la classe moyenne; c'est le cas de *Papa à raison* (*Father Knows Best*, 1954-1960, CBS et

²¹¹ Il s'agit d'une contraction de l'expression anglaise : *situation comedy*.

NBC) qui est diffusé sur les ondes de la télévision d'état au début des années 1960. Les créateurs américains tentent, au milieu de la décennie, de renouveler le modèle de la comédie de situation familiale en lui ajoutant une touche de fantaisie. La saison 1966 de Radio-Canada propose les aventures d'une bande hétéroclite de personnages dans *Les joyeux naufragés* (*Gilligan's Island*, 1964-1967, CBS) les samedis à 19 h, tandis que le réseau concurrent, Télé-Métropole, offre à voir au même moment à 20 h *Les arpents verts* (*Green Acres*, 1965-1971, CBS) où l'on peut suivre les déboires d'un couple de bourgeois à la campagne. Pour la saison 1967, la télévision d'état jette son dévolu sur la *sitcom* « magique » *Jinny* (*I dream of Jeannie*, 1965-1970, NBC) dans l'espoir de rafler des cotes d'écoute à ce qui est la comédie de situation la plus appréciée des Québécois : *Ma sorcière bien-aimée* (*Bewitched*, 1964-1971, ABC). Cette dernière est diffusée au réseau Télé-Métropole de l'automne 1965 à la fin de la saison 1967, pour ensuite être achetée par Radio-Canada qui la présente de 1968 à 1971. En 1970, elle se classe toujours parmi les six émissions les plus regardées de la province²¹².

Au moment où paraît sur les écrans québécois la comédie télévisuelle *Cré Basile* (1965-1970, 175 épisodes²¹³) diffusée les mardis à 20 h sur les ondes de Télé-Métropole, la population connaît déjà bien la formule. Mais l'émission, plutôt que de reposer sur des situations fantaisistes et des effets visuels élaborés, emprunte son comique au monde du burlesque local en mettant en vedette ses plus grands représentants. L'année suivante, Radio-Canada produit l'autre importante *sitcom* de la décennie – que les téléspectateurs peuvent regarder le même soir, mais à 21 h –, *Moi et l'autre* (1966-1971, 187 épisodes). S'il est plutôt

²¹² *La Presse*, 7 janvier 1970, p. 78.

²¹³ Malheureusement, Télé-Métropole ne crut pas important de conserver une copie des épisodes de *Cré Basile*. Il ne reste que quelques extraits de l'émission, la grande majorité des épisodes ayant été détruits.

difficile de savoir laquelle ravit le plus le cœur des téléspectateurs²¹⁴, il est établi que jusqu'en 1970, les deux séries se retrouvent perpétuellement en tête des palmarès des cotes d'écoute avec toutes deux plus d'un million de téléspectateurs²¹⁵. Avec la fin de *Cré Basile* à l'hiver 1970, Télé-Métropole et l'auteur Marcel Gamache ne lésinent pas et produisent pour l'automne une nouvelle série mettant en vedette le personnage secondaire Symphorien. Lorsque *Moi et l'autre* prend fin en 1971, *Symphorien* (1970-1977, 289 épisodes) devient le rendez-vous comique de la semaine et la série de comédie la plus regardée de la décennie 1970. Elle est, bien souvent²¹⁶, l'émission la plus regardée, tous genres confondus. C'est généralement plus d'un million de téléspectateurs qui se rassemblent devant leur écran pour assister aux pitreries et aux farces de Gilles Latulippe²¹⁷. La série est centrée sur le personnage de Symphorien Laperle, père de 14 enfants, concierge maladroit d'une maison de pension dans l'est de Montréal, mais habile conteur de blagues. Dans chacun des épisodes, Gamache insère une séquence où Symphorien raconte une blague à son frère Ephrem (Fernand Gignac). Ce dernier, plutôt niais, tente toujours de répéter la blague mais déclenche encore le rire en la déformant.

Pour mieux montrer comment cet humour médiatisé s'intègre dans la vie des spectateurs, voici un exemple, certes anecdotique mais qui représente plutôt bien l'influence

²¹⁴ Deux corporation offraient des sondages de côtes d'écoute à l'époque : la firme *Nielsen* et la *BBM* (*Bureau of Broadcast Measurement*). Utilisant des méthodes différentes, ils arrivent plus souvent qu'autrement à des résultats différents : « Il convient donc de préciser que C.B.F.T (alias Radio-Canada) calcule sa popularité en nombre de foyers à l'écoute dans la seule région métropolitaine de Montréal, tandis que C.F.T.M.-TV évalue la sienne en nombre de personnes à l'écoute dans le bassin atteint par son antenne – environ 75 milles à la ronde » (*La Presse*, 22 mars 1969, p. 28). Les réseaux utilisaient les résultats qui leur étaient favorables.

²¹⁵ *La Presse*, 17 janvier 1969, p. 24; *La Presse*, 27 novembre 1969, p. 3 et *La Presse*, 7 janvier 1970, p. 78.

²¹⁶ Deux téléromans partagent le haut des palmarès avec *Symphorien* dans les années 1970 : *Les Berger* (1970-1978, Télé-Métropole) et *Rue des Pignons* (1966-1977, Radio-Canada).

²¹⁷ *Télé-radiomonde*, 13 mars 1971, p. 2 et *Le Soleil*, 21 mai 1977, p. G12.

de ces séries comiques. À la suite d'un cours sur le cinéma québécois que je dispensais et où j'avais abordé les comédies de situation télévisées, une étudiante me fit part d'une information significative concernant *Symphorien*. Elle m'apprit qu'à l'époque son père et ses copains utilisaient une expression bien singulière inspirée par les bévues d'Ephrem Laperle. Lorsqu'ils assistaient à une farce dont la livraison était nonchalante et qui finalement tombait à plat, ils disaient que l'orateur avait « Ephremé sa joke ».

Les films de comédies québécois s'inscrivent délibérément dans la culture comique et humoristique de la province, ils se placent en continuité d'une tradition qui remonte au début du siècle avec les théâtres de vaudeville et burlesque. Les productions se nourrissent du talent des vedettes admirées par une majorité et exploitent leur succès dans les autres médias. En réalité, c'est très souvent le cas de tous les nouveaux médias de masse en besoin de contenu. Les vedettes et créateurs des spectacles burlesques sont appelés à passer à la radio puisqu'ils sont des professionnels du rire et de la chanson, ceux de la radio à passer à la télévision puisqu'ils savent jouer la comédie ou écrire des textes humoristiques, et ceux de la télévision à passer au cinéma parce qu'ils connaissent les mécanismes comiques d'un média audiovisuel. Les succès importants des comédies télévisées confirment l'intérêt qu'ont les producteurs et réalisateurs à exploiter les connaissances préalables des spectateurs et les connaissances professionnelles des artisans afin d'obtenir du succès et rentabiliser leur projet filmique.

Portrait des comédies cinématographiques produites au Québec (1965-1975)

Les productions

L'aide au financement des productions, offert par la SDICC à la fin des années 1960, ouvre la porte à l'apparition d'une industrie du cinéma québécois qui s'intègre aux structures

industrielles mises en place et dominées par des intérêts étrangers. Plusieurs individus voient l'opportunité de se lancer dans l'aventure qu'est la production d'un film, et de se positionner sur l'échiquier du marché cinématographique en calquant les modèles industriels étrangers, mais en proposant des produits culturels adaptés pour la population locale. On remarque alors une multiplication des compagnies de production²¹⁸, certaines éphémères, d'autres plus durables. En se constituant et en offrant des produits cinématographiques idiosyncrasiques, ces compagnies participent à la transformation de la représentation symbolique du cinéma au Québec. Les productions locales destinées à la masse s'intègrent au monde du commerce – qui jusque-là était l'apanage des Américains et des Français – et véhicule dans la population l'idée d'une modernité économique grandissante dans la province. J'exposerai dans la suite du chapitre les différents éléments de ce procédé de réappropriation; auparavant, passons en revue les productions, les producteurs et entreprises qui contribuent à ce phénomène. Je déborde ici du corpus principal afin d'offrir une idée de la fréquence à laquelle les spectateurs étaient conviés par des productions locales à aller s'amuser dans les salles obscures.

Annoncé dans le journal *Le Clairon* comme le « premier film commercial produit au Québec depuis longtemps » (21 octobre 1965), *Pas de vacances pour les idoles*, réalisé par Denis Héroux, prend l'affiche le 15 octobre 1965²¹⁹. Après les longs-métrages de quelques indépendants et de Coopératio, il est considéré comme l'une des premières véritables tentatives de comédies de la décennie (Aird et Robert 2016, p 31). Le mois suivant – le 19

²¹⁸ Si la mise en branle de la SDICC est certainement un facteur d'importance dans la hausse du nombre de compagnies privée au Canada dans le domaine du cinéma, Lamonde et Hébert soulèvent cette nuance: « Cette hausse peut toutefois être attribuable aux enquêtes plus poussées de Statistique Canada à compter de 1972; le nombre d'entreprises passe successivement de 112 (1970) à 143 (1973), à 187 (1974), à 280 (1975), à 271 (1976) » (1981, p. 127).

²¹⁹ Les dates privilégiées sont celles des premières médiatiques, la sortie publique est souvent le jour suivant.

novembre plus exactement –, le premier long-métrage de fiction de Gilles Carle prend l’affiche au cinéma *Le Parisien*. Si l’on se fie à l’affiche publicitaire, *La vie heureuse de Léopole Z.* est un film « ZZZenZZZationnel! » qui fait déferler « [l]a première tempête de rire du cinéma canadien²²⁰ ». La tempête laisse ensuite place au calme et il faut attendre 1970 avant de voir en salle la prochaine comédie produite au Québec. Entre-temps, il n’est pas vain de souligner que *C’est pas la faute à Jacques Cartier* produit à l’ONF et réalisé par George Dufaux et Clément Perron est diffusé à la télévision de la Société Radio-Canada le 18 février 1968.

La sortie de *Deux femmes en or* de Claude Fournier le 21 mai 1970 aux théâtres St-Denis et Bijou marque le début d’un rythme de production plus soutenu de comédies. L’année suivante, pas moins de cinq comédies prennent l’affiche à tour de rôle, bien souvent avec des périodes d’exploitation se chevauchant. L’année 1971 est celle de la comédie sexy et elle débute avec *Les Mâles* de Gilles Carle le 3 mars. Un mois plus tard, le premier avril, le controversé *Après-ski* (Roger Cardinal) fait ses débuts à Montréal. Un an après le succès de ses *Deux femmes en or*, Claude Fournier récidive avec le versant masculin de sa comédie sexy; *Les chats bottées* prend l’affiche le 9 juin. Le 10 septembre, c’est au tour du film bilingue *Fleur Bleue*, réalisé par le Sud-Africain d’origine Larry Kent et mettant en vedette le chanteur Steve Fiset, de prendre l’assaut des écrans de la métropole. L’année se termine avec une « opération fou-rire »; le 25 décembre, les Montréalais sont conviés aux projections de *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* (Jean Bissonnette) mettant en vedette deux de leurs favoris, Dominique Michel et Yvon Deschamps.

²²⁰ *La Presse*, 19 novembre 1965, p. 20

C'est l'inénarrable *IXE-13* de Jacques Godbout qui amorce l'année 1972. Le film mettant en vedette le groupe comique *Les Cyniques* prend l'affiche le 26 janvier. Le 17 mars Roger Cardinal évite la polémique de son précédent film avec sa nouvelle comédie *L'Apparition* qui, selon *Échos-Vedettes*, est « [e]nfin, un film québécois où les “vêtements” seront à l'honneur!...²²¹ ». Gilles Carles revient à la charge le 6 mai avec *La vraie nature de Bernadette* mettant en vedette Micheline Lanctôt dans le rôle d'une jeune citadine qui va refaire sa vie à la campagne. Quelques mois plus tard, c'est Yvon Deschamps dans *Le p'tit vient vite* (19 octobre) de Louis-George Carrier qui clôt l'année 1972.

Le 25 janvier 1973, moins de 9 mois après les tribulations de Bernadette, Gilles Carle propose *La mort d'un bûcheron* qui permet aux spectateurs de découvrir les talents de comédien de Willie Lamothe qui donne la réplique à Carole Laure. Après quatre films érotiques, Denis Héroux offre au public sa première de trois comédies pour tous; *J'ai mon voyage!* prend l'affiche le 23 février 1973. À partir du 17 août, on peut voir Gilles Latulippe, Louise Turcot et Marcel Sabourin dans la coproduction France-Québec *Ah! Si mon moine voulait...* du réalisateur Claude Pierson. Carle lance *Les corps célestes*, son deuxième film de l'année, le 20 septembre. Sept jours plus tard, c'est Denis Héroux qui lance sur les écrans sa deuxième comédie de l'année : *Y a toujours moyen de moyenner!* exploite les talents d'imitateur de Jean-Guy Moreau. Le 2 novembre, le public peut assister à la première incursion de Marcel Carrière dans la comédie avec *O.K. Laliberté*.

Quatre comédies prennent l'affiche pendant l'année 1974, mais il faut attendre l'automne pour y assister. La comédie grivoise *La pomme, la queue... et les pépins!* de Claude

²²¹ *Échos-Vedette*, 25 septembre 1971, p. 20.

Fournier paraît sur les écrans le 20 septembre. Le 11 octobre c'est la comédie familiale *Les deux pieds dans la même bottine* qui cherche à attirer le public. Deux semaines plus tard, le 25 octobre, la coproduction *Y a pas de mal à se faire du bien* (Claude Mulot), orchestrée par les frères Claude et Denis Héroux, tente de faire rire les spectateurs. Et finalement, le 25 décembre *Les aventures d'une jeune veuve* est présenté en salle un peu partout dans la province.

La production diminue pour l'année 1975 ; seulement trois comédies sont offertes au public. Gilles Latulippe tient le rôle principal de *Pousse mais pousse égal* (5 février 1975), troisième et dernière comédie réalisée par Denis Héroux. Gilles Richer, l'homme derrière les scénarios de *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* et *J'ai mon voyage!*, dévoile sa première réalisation, *Tout feu, tout femme*, le 26 mars au cinéma Pigalle à Montréal. La dernière comédie à prendre l'affiche en 1975 est la coproduction France-Québec *Le lit* du réalisateur Jacques Lem (12 septembre), aussi connue sous le titre *Le plumard en folie*, auquel participent quelques comédiens québécois dont Denise Filiatrault, Claude Michaud et Willie Lamothe.

Entre 1965 et 1975, c'est plus de 20 comédies qui prennent d'assaut les écrans québécois. Après 1970, c'est en moyenne quatre comédies, en totalité ou en partie locales, qui sont offertes par année au public. Ces productions sont souvent inspirées par la culture populaire qui gravite autour d'elles à l'époque et sont toutes accompagnées d'une stratégie publicitaire qui les fait rayonner dans le paysage culturel par l'entremise, par exemple, de reportage sur le tournage jusqu'à un an avant leur sortie officielle. Le lancement des films s'amorce souvent un mois à l'avance à la télévision, à la radio et dans la presse et est aussi

accompagné de produits dérivés de toutes sortes. Cette exposition publicitaire se poursuit durant tout le parcours d'exploitation des films. Rares sont les moments, entre 1970 et 1976, où il n'y a pas de comédie locale à l'affiche ou en processus de mise en marché par la publicité. Mais pour prendre convenablement le pouls de ce phénomène et de sa présence dans le paysage culturel, il ne faut pas limiter l'exploration aux revues spécialisées ou à la presse quotidienne. Le portrait du rayonnement des films à la radio, à la télévision et dans la presse dite ludique doit être exposé.

Les producteurs et compagnies de productions, ou : *Y a pas de mal à se faire du bien*

Parmi les compagnies de production qui sont fondées pendant les deux décennies qui nous intéressent, certaines n'existeront que le temps d'une création. C'est le cas de *Productions Après-ski* et *Karim Productions* pour le film *Après-ski*, de *Films Roger Vallée* pour *L'Apparition* et de la compagnie *Les Productions S.M.R* pour *Les deux pieds dans la même bottine*. Leur champ d'action et leur importance dans l'industrie du cinéma sont plutôt limités, par contre les compagnies productrices d'*Après-ski* et de *L'Apparition* ont su marquer le paysage culturel en exploitant le sensationnalisme des thèmes abordés. Nous y reviendrons.

D'autres entreprises ont une longévité plus importante et une influence plus considérable sur le domaine et la culture cinématographique. *Cinépix* est l'une d'entre elles. Active exclusivement dans la distribution de cinéma d'exploitation pendant les premières années de son existence, elle se lance dans la production avec *Valérie* de Denis Héroux en 1969. Par la suite, elle participe à la vague de sexploitation en produisant cinq autres de ces films, autant en français qu'en anglais. Elle tente aussi sa chance – sans succès – dans l'horreur en 1972 avec *Le Diable est parmi nous* (Jean Beaudin) mettant en vedette Daniel

Pilon et Danielle Ouimet. Les fondateurs John Dunning et André Link sont reconnus pour privilégier les projets scabreux et sensationnalistes, ce qui les mène à financer en 1975 – avec plus de chance cette fois-ci – le succès culte de la Naziploitation *Ilsa, She wolf of the SS* (Don Edmonds)²²². La même année, ils produisent *Tout feu, tout femme*. Leur implication dans le projet est certainement due à l'angle coquin de la comédie qui entoure sa vedette Jean Lapointe de plusieurs jolies femmes.

Les *Productions mutuelles*, qui ne sont pas sans lien financier avec la compagnie de distribution les *Films mutuels*, sont fondées en 1967 et ont comme directeur général Pierre David. La firme produit une quinzaine de films de genres différents au cours de la décennie 1970, tous avec un potentiel commercial important²²³. Sans être spécialisée dans ce marché, on la retrouve tout de même derrière les comédies *Le lit* et *Les aventures d'une jeune veuve*.

Quant à Michel Costom, c'est un habitué du monde du spectacle, ayant été le partenaire de Jean Grimaldi dans l'achat du théâtre *Gayety* en 1953 pour le renommer le *Radio-Cité* et en faire un lieu de divertissement important pendant cette décennie (Hébert 1981, p. 70). Comme nous l'avons vu, il se lance au début des années 1960 dans la distribution de films avec la compagnie *Ciné-Art*, et fonde ensuite une autre compagnie en 1972 avec Roger Laliberté : la *Société Nouvelle de cinématographie*. Deux ans auparavant, Custom et son acolyte Richard Hellman avaient fondé *Mojack Films Cinema and Television*

²²² Ils produiront aussi deux suites *Ilsa, Harem Keeper of the Oil Sheiks* (Don Edmonds, 1976) et *Ilsa, The Tigress of Siberia* (Jean Lafleur, 1977).

²²³ Les *Films mutuels* participent à la production de tous les films de Jean-Claude Lord tournés pendant les années 1970. À partir du milieu des années 1970, Pierre David se spécialise dans la production de films d'horreur de langue anglaise tel que *Born for Hell* (1976) de Denis Héroux, ainsi que *The Brood* (1979), *Scanner* (1980) et *Videodrome* (1982) de David Cronenberg.

Ltd. qui produit cinq films²²⁴ en dix ans, dont les deux comédies mettant en vedette Yvon Deschamps (en partenariat avec *Briston Creative Film Limited*²²⁵). *Mojack Films* met un terme à ses opérations en 1980.

Après leur partenariat dans *Latino Films* avec les frères Lamy, leur courte fusion avec Claude Fournier et leur rachat par *Onyx*, Claude et Denis Héroux produisent leurs films de exploitation (quatre au total²²⁶) avec l'aide de *Cinépix* jusqu'au moment où ils fondent *Cinévidéo* en 1972. La compagnie est responsable d'une multitude de films dans la décennie dont le notable docu-fiction *Un enfant comme les autres* (Denis Héroux, 1972) qui exploite la sensation du monde musical qu'est la jeune vedette René Simard, et aussi le film d'époque *Quelques arpents de neige* (Denis Héroux, 1972) situé au cœur des rébellions des patriotes de 1837-1838. Sachant profiter des sujets en vogue, ils se tournent vers la comédie en 1973 et produisent coup sur coup *J'ai mon voyage!*, *Y a toujours moyen de moyenner!*, *Y a pas de mal à se faire du bien* et *Pousse mais pousse égal*.

La société de production les *Films Claude Fournier* présente au public la comédie « sexy » *Deux femmes en or* en 1970. Marie-José Raymond, qui a scénarisé le film avec Claude Fournier²²⁷, est la productrice de tous les projets suivants du réalisateur. En plus des comédies « sexy » *Les chats bottés* (les *Films Claude Fournier*) et *La pomme, la queue... et les pépins!* (*Rose films*), elle produit, à la même époque, le western de langue anglaise *Alien*

²²⁴ En plus des comédies, ils participent à la production de *Finalemment...* (Richard Martin, 1971), *Les corps célestes* (Gilles Carle, 1973) et *Les beaux dimanches* (Richard Martin, 1974).

²²⁵ *Briston Creative* est au Québec depuis les années 1950 et se spécialise dans le film éducatif, industriel et de commande, mais ce n'est qu'au début des années 1970 que la société privée participe à la production de long-métrage. Pour un portrait de leurs productions on peut consulter le site internet du Groupe de recherche sur le cinéma éducatif, de commande et industriel canadien au : <http://screenculture.org/cesif/fr/producers/briston-films-les-films-briston>

²²⁶ *Valérie* (1969), *L'Initiation* (1970), *L'Amour humain* (1970) et *Sept fois par jours* (1971).

²²⁷ Elle est aussi coscénariste de *Les chats bottés* et *La pomme, la queue... et les pépins!*.

Thunder (Onyx films, Claude Fournier, 1974) et la comédie dramatique *Je suis loin de toi mignonne* (les Productions mutuelles et Rose films, Claude Fournier, 1976).

Cinépix, les Productions mutuelles, Mojack Films, Cinévidéo, les Films Claude Fournier et Rose films sont donc responsables de la création d'une majorité des films de divertissement de masse de l'époque, et elles usent de stratégies de production somme toute similaires. Elles sont toutes des corporations privées qui n'ont à peu près pas de compte à rendre sur leurs créations, malgré le financement public. Elles acceptent d'emblée la joute du commerce qui quantifie la valeur d'un projet en nombre de sièges vendu. Elles tirent leur épingle du jeu face au monopole américain en proposant, comme lui, de la légèreté, du rêve et de l'évasion, mais en ancrant le tout dans la culture de masse locale. Elles s'ingénient à plaire au plus grand nombre et elles le font en recourant au talent des créateurs établis, en tirant parti du *star-system* local et en exploitant les modes.

Les scénaristes et scénarios

Cette même stratégie est appliquée aux scénaristes et aux histoires choisies. À l'exception de Fournier et Raymond, qui collaborent à la scénarisation de leurs films, tous les autres scénaristes du corpus sont issus ou formés dans d'autres milieux que celui du cinéma, cela pour des raisons diverses qui vont d'un réel talent comique à la simple renommée dans le milieu artistique. Cette dernière raison s'applique à Pierre Brousseau, chroniqueur de cinéma dans l'hebdomadaire ludique *Photo-Journal*. Il enfile le chapeau de scénariste pour les besoins *d'Après-ski* dont il est responsable de l'adaptation du roman érotique éponyme en association avec le réalisateur Roger Cardinal. Il en profitera bien sûr pour vanter le projet dans les pages du journal tout au long de sa production. Le livre, publié par l'Édition de Bélair et signée

Philippe Blanchont, paraît en octobre 1966 et, jugé obscène, est saisi par les hommes de la brigade de la moralité le 21 décembre. 75 exemplaires sont retirés des étalages de la ville de Québec, mais la vente se poursuit à Montréal²²⁸. La lubricité et la controverse entourant l'œuvre assurent son succès auprès des adolescents (Lever 1995, p. 306). Le roman, déjà bien publicisé, apparaît comme un sujet de film parfait pour susciter la curiosité des spectateurs. Le scénario exploite bien sûr la brise de liberté sexuelle qui souffle sur la province et qui est présente dans le roman, mais la joint à une comédie bon enfant pour s'inscrire dans le sillon lucratif de *Deux femmes en or* qui mélange sexe et rigolade.

L'autre film de Roger Cardinal, *L'Apparition*, est l'idée originale de deux membres du groupe de musique *Les Baronets* : Pierre Labelle et René Angélil. C'est en participant à *Après-ski*, dans une performance comique, qu'ils prennent goût au cinéma. Pour maximiser l'intérêt du public, ils scénarisent *L'Apparition* en s'inspirant d'un évènement d'actualité : la supposée apparition de la vierge Marie dans la ville de Saint-Bruno. Labelle et Angélil construisent le scénario autour des personnages qu'ils interprètent, un duo classique composé d'un *straight man* et d'un bouffon, niais et timide. À l'époque, leur prétention à percer dans le monde de la comédie est peu connue, mais la renommée des *Baronets* est bien établie, basée sur la parution d'une dizaine de disques pendant la décennie précédente. Ils sont surtout connus pour avoir contribué à la vague yé-yé et pour avoir repris, en français, un bon nombre des succès des *Beatles*.

On fait aussi appel au savoir-faire d'humoristes qui ont brûlé les planches comme André Dubois, ex-Cyniques, qui est à la barre du film *Les aventures d'une jeune veuve*, ou

²²⁸ *Le Soleil*, 12 janvier 1967, p. 8.

encore Yvon Deschamps qui scénarise *Le p'tit vient vite*. Dans ce dernier cas, il s'agit d'une adaptation d'un classique du théâtre vaudeville français de l'auteur Georges Feydeau, *Léonie est en avance ou le Mal joli*²²⁹. Dans la presse du 20 octobre 1972, Georges-Hébert Germain souligne l'important travail d'adaptation qu'a subi la pièce originale :

Mais quand Deschamps adapte, il adapte. On a du beau grand fringant joual québécois qui rue sans arrêt sur la maudite garde-malade française. Tout tourne autour du personnage que Deschamps a créé dans ses dialogues, ce p'tit gars innocent, niaiseux et toujours cassé que rien ne peut écraser, parce qu'il n'a pas plus la notion du malheur que celle du bonheur. C'est donc ce p'tit Québécois qui va habiter le vaudeville de Feydeau (p. A6).

Le scénario, qui exploite toutes les tactiques plaisant au public local, devait être produit par Radio-Canada sous la forme d'un téléthéâtre, mais une grève des techniciens fait avorter le projet que Deschamps présente à *Mojack Films*, fort du récent succès de *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*

Les producteurs font aussi appel aux spécialistes de la scénarisation télévisuelle²³⁰. Gilles Richer est l'un d'entre eux et il est l'auteur à la contribution la plus abondante du corpus. Après son travail d'écriture à la télévision pour l'émission de fin de soirée *Les Couche-tard*, la comédie à succès *Moi et l'autre* et quelques *Bye Bye*, Richer scénarise les films *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, *J'ai mon voyage!* et *Tout feu, tout femme*. Si la dernière comédie est plus légère et évite le propos social, les deux premières exploitent les conflits culturels et linguistiques des Québécois. *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* raconte les péripéties d'une francophone qui cherche à défendre ces droits au cœur d'une

²²⁹ La version de Deschamps raconte l'histoire d'Édouard Ladouceur, ouvrier naïf, qui « va être papa du fils de la fille de la femme du boss » (Deschamps dans *Le Nouvelliste*, 16 octobre 1972, p. 15). La femme de ce dernier, sur le point de donner naissance prématurément, devient de plus en plus exigeante envers lui qui fait des pieds et des mains pour la satisfaire.

²³⁰ J'aborde la carrière de Marcel Gamache au chapitre XI.

entreprise d'assurance-vie dirigée par un patron anglophone. Richer met principalement en scène les tensions linguistiques que vivent bien des gens dans ces années pré loi 101. *J'ai mon voyage!* vogue aussi sur cette tension, mais cette fois-ci c'est une famille composée d'une Québécoise, d'un Français et de leurs deux enfants qui est confrontées au reste du Canada, majoritairement anglophone. Les deux films exploitent de front l'effervescence entourant le néonationalisme québécois. Il s'agit de préoccupations très présentes dans l'actualité et par lesquelles tous se sentent concernés. L'humour permet ici de faire valoir quelques critiques sur la situation de domination que vivent les francophones, le tout en dédramatisant une réalité somme toute assez sombre pour ceux qui ont un souvenir encore vif des événements de la crise d'octobre 1970.

Les vedettes ou : « La Dodo, c'est ben simple, elle me "tord". »

Le vedettariat est un élément publicitaire efficace et le point de polarisation de l'intérêt du public depuis l'avènement de la culture du divertissement. Pour bien comprendre l'aura culturelle des comédies cinématographiques, il faut élargir notre portrait pour montrer la présence transmédiatique des personnalités du petit monde culturel québécois. Le domaine du cinéma crée peu de nouvelles vedettes – à l'exception de Danielle Ouimet, Louise Turcot et les frères Daniel et Donald Pilon qui n'étaient pas vraiment connus avant leur présence sur grand écran –, mais s'abreuve dans le bassin grandissant du « showbiz » de l'époque. Les vedettes sont donc de provenances bien diverses : monde musical, comédies sur scène ou télévision – des secteurs culturels mieux développés que celui du cinéma. Il ne faudrait pas oublier que la visibilité culturelle de ces vedettes est décuplée par les journaux « à potin » ainsi que les publicités en tout genre qui ont une influence parfois considérable. Citons en exemple la chanson *On est six million faut se parler*, emblématique de l'époque au point d'être

considéré aujourd'hui comme un hymne à la nation. Peu se souviennent qu'il s'agit en réalité de la chanson thème d'une publicité télévisée de la bière Labatt 50... La description exhaustive de ce paysage culturel est ici impossible, toutefois quelques exemples éloquentes de présence transmédiatique des vedettes principales doivent être mentionnés²³¹.

Donald Lautrec amorce sa carrière dans le monde du spectacle en formant un duo d'acrobate sur trampoline nommé *Don and Lee*. Rapidement, il délaisse l'acrobatie pour enfile un veston de maître de cérémonie dans diverses boîtes de nuit de Montréal. Au début des années 1960, tout juste âgé de vingt ans, il décide de devenir chanteur. Doté d'un physique avantageux, le succès lui sourit promptement. Il enchaîne les disques 45 tours qui laissent entendre pour la plupart des reprises en français de chansons américaines. Lautrec consolide sa popularité en se produisant dans les cabarets et en participant à divers spectacles comme la revue *Zéro de conduite* au côté de Dominique Michel, Denise Filiatrault et Jacques Desrosiers. Au moment où il participe au tournage du film *Pas de vacances pour les idoles*, il est l'une des vedettes de la chanson les plus appréciées des jeunes du Québec, au point où il reçoit le titre de révélation de l'année 1965 au Gala des artistes. Il remporte le titre de chanteur de l'année en 1966 au Festival du disque et consolide ainsi son statut de vedette de la chanson québécoise. Pendant la décennie 1960, il lance une trentaine de disques simples et douze microsillons. En 1969, il plonge dans l'animation de sa propre émission de variétés télévisée hebdomadaire, *Donald Lautrec Chaud*, qui est diffusé jusqu'en 1972. Fort de son expérience précédente au cinéma, il saute sur l'occasion de participer au tournage du film *Deux femmes en or* dans lequel il fait une apparition éclair. L'année suivante, Claude Fournier, voulant

²³¹ Pour *Pas de vacances pour les idoles*, *Deux femmes en or* et *Pousse mais pousse égal*, ce portrait transmédiatique sera fait au début de chacun des chapitres les concernant.

profiter de la popularité du chanteur, lui offre l'un des rôles titres de sa nouvelle comédie *Les chats bottés*. En 1974, Fournier lui offre le rôle principal de *La pomme, la queue... et les pépins!*

Yvon Deschamps passe la majeure partie des années 1960 à voguer d'un projet à l'autre : théâtre, télévision, musique et restauration. C'est en mai 1968 que le vent tourne et que point à l'horizon une carrière de monologiste. La création du spectacle *L'Osstidcho*, avec Louise Forestier, Mouffe et Robert Charlebois, force Deschamps à présenter son premier monologue, *Les unions, qu'ossa donne?* Par sa nouveauté et son ton frondeur, le spectacle suscite une certaine controverse qui lui crée un espace médiatique important. La troupe d'acteurs/chanteurs part en tournée en province avec *L'Osstidcho meurt* (1969), la troisième mouture du spectacle, qui doit une partie de sa réussite à la popularité des chansons de Charlebois. À l'automne 1968, Deschamps, sous l'étiquette Polydor, enregistre sur disque 33 tours plusieurs monologues créés pour les différentes versions de *L'Osstidcho*. Contre toute attente, ce premier disque s'écoule à plus de 30 000 exemplaires (Paquette 2013, p. 73). En 1969, Deschamps monte 310 fois sur scène dans diverses productions, présente son premier spectacle solo au théâtre *Patriote* en septembre et vend 40 000 exemplaires de son second album *L'argent... ou le bonheur* qui reçoit des critiques fort élogieuses. Sa présence dans les journaux²³², la radio et la télévision (il devient porte-parole d'Oxfam ce qui implique des messages publicitaires réguliers) se multiplient. L'année suivante, il poursuit les spectacles solos, produit son troisième album *Le petit Jésus/Le fœtus* et fait une apparition dans le film *Deux femmes en or* de Claude Fournier qui est vue par 1 500 000 spectateurs. L'année 1971 en est une de grand succès pour l'artiste. En plus des spectacles qui continuent, il bat des records

²³² Voir Pelletier 1986 et 1988.

de vente avec son quatrième album (*Yvon Deschamps 4*) qui trouve 75 000 preneurs, et participe en fin d'années à son premier film comme vedette principale : *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* L'automne suivant, *Le p'tit vient vite* prend l'affiche et repose majoritairement sur les épaules d'un Deschamps qui s'impose désormais comme l'une des plus grandes vedettes.

Après des études en piano, la jeune Dominique Michel fait, dès 1952, ses premiers pas à la télévision dans une émission intitulée *Mes jeunes années*. Elle rencontre par la suite Raymond Lévesque qui lui écrit les chansons *Une petite canadienne* et *La famille*. Michel remporte un bon succès comme chanteuse (surtout avec la chanson *Sur l'perron*), mais c'est en tant qu'animatrice et comédienne qu'elle se démarque. Elle est à la barre de l'émission radio-canadienne *Le p'tit café*, de 1956 à 1962, et se joint ensuite à la troupe de comédiens du cabaret le *Beu qui rit*, formant un duo comique avec Denise Filiatrault. Les deux femmes deviennent de grande vedette grâce à la comédie de situation télévisuelle *Moi et l'autre* qui attire en moyenne chaque semaine un million de téléspectateurs. Elle devient la comique préférée du public et les journaux à potin épient ses moindres faits et gestes. Au début des années 1970, elle fréquente André Lawrence qui mène une carrière d'acteur sur la scène locale et internationale. Selon les hebdomadaires ludiques, leur relation est tumultueuse, ce qui les amène plus souvent qu'à leur tour à faire les manchettes. Le public adore Michel et les médias n'hésitent pas à l'affubler du sobriquet de « Dodo nationale »²³³. Elle débute au grand écran en 1971 dans *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* qui est le plus gros succès québécois de l'année. Elle poursuit en 1973 en participant à la première comédie de Denis Héroux, *J'ai mon*

²³³ Pierre Brousseau, « Les mille et un visages de DODO », *Photo-Journal*, 13 au 19 décembre 1971, p. 62.

voyage!, et en faisant une apparition remarquée dans *Y a toujours moyen de moyenner!* Michel est une valeur sûre de la comédie, elle qui participe au début des années 1970 à ses premiers *Bye Bye*, participation qu'elle répétera plus d'une quinzaine de fois durant sa longue carrière. Elle poursuit son travail au cinéma comme productrice et comédienne avec *Les aventures d'une jeune veuve*. Dominique Michel travaille énormément dans les années 1970 et on la retrouve dans les journaux, à la radio, sur scène, dans des publicités, à la télévision et au cinéma. Il n'est pas trompeur d'affirmer que Dodo n'est pas une simple comédienne dans le paysage culturel québécois de l'époque, mais plutôt une sorte d'icône culturelle et sociale.

Jean-Guy Moreau se fait découvrir au début des années 1960 grâce à ses talents d'humoriste imitateur. Il caricature sur scène divers chanteurs français (Georges Brassens, Jacques Brel) et plusieurs figures montantes de la chanson québécoise de l'époque. Accompagné au piano par un jeune Robert Charlebois, Moreau se moque gentiment des Gilles Vigneault, Claude Léveillée, Raymond Lévesque et Claude Gauthier en parodiant leurs plus grands succès. Ses prestations dans les cabarets mènent à son premier album, *Jean-Guy Moreau, vol. 1 : Mes amis les chansonniers* (Select) qui paraît en 1965. Par la suite, il roule sa bosse dans les boîtes à chansons, en participant à plusieurs revues musicales telles que *Katimavik* et *Terre des Bums* et en présentant ses propres spectacles solos où il fait de plus en plus dans l'imitation de personnalités publiques du monde politique comme le maire de Montréal, Jean Drapeau (Moreau 2011, p. 60). Il multiplie les apparitions radiophoniques et télévisuelles au début des années 1970 et devient, en 1973, porte-parole de la bière Labatt 50. Il élabore une campagne publicitaire qui remporte un grand succès et qui le mène à décrocher le rôle principal du film *Y a toujours moyen de moyenner!* au côté d'Yvan Ducharme et de Willie Lamothe. Denis Héroux l'engage pour mettre à profit ses talents d'imitateur puisque

son personnage s'empêtre dans des situations rocambolesques qui le forcent à revêtir une panoplie de costumes différents. En 1973, Moreau est au sommet de sa visibilité médiatique et la présence de son nom sur l'affiche du film est pour le public le symbole d'un moment de rigolade assuré.

Jean Lapointe connaît une carrière faste avant ses débuts au cinéma dans les années 1970. Avec Jérôme Lemay, il forme à partir de 1955 le duo fantaisiste Les Jérolas. Humoristes, chanteurs et imitateurs, les deux comparses se font rapidement une place dans le monde du spectacle. L'année 1956 est marquée par leur début sur disque sous l'étiquette RCA Victor et ils sont invités à se produire à la télévision dans l'émission de variétés radio-canadienne *Music-Hall*. Le succès se poursuit dans les cabarets, où les acolytes sèment le rire en abondance. En 1959, ils connaissent un grand succès avec deux adaptations de chansons du groupe américain *The Coasters*. Ils enchaînent les réussites, attirent des foules considérables dans leurs spectacles et sont les vedettes de leur propre émission télévisée, *En scène les Jérolas* (1962, Radio-Canada). L'année suivante, ils sont les premiers Canadiens français à être invité au célèbre *Ed Sullivan Show* (1948-1971, CBS) ce qui consolide leur statut de vedette au Québec et leur fait envisager la possibilité d'une carrière internationale. Leur popularité pousse Gilles Carle à les prendre comme sujet en 1966 pour un documentaire commandé par la télévision de Radio-Canada. À leur dissolution, en 1974, le duo a enregistré pas moins de 36 disques simples et 15 microsillons (Thériens et D'Amours 1992, p. 221-223). À partir du début des années 1970, Jean Lapointe multiplie les rôles, autant dramatiques que comiques, au cinéma. Il fait valoir son talent de comique dans *O.K. Laliberté* et il émeut le public grâce à sa prestation dans *Les Ordres* (1974) de Michel Brault. Sa renommée est vite établie et il devient un choix logique pour interpréter le rôle d'un pompier timide avec les

femmes, dans la comédie *Tout feu, tout femmes* de Gilles Richer. Malgré tout l'amour que lui porte le public, le succès du film n'est pas au rendez-vous. Par contre, Lapointe ne cessera par la suite d'attirer les foules en tant que chanteur et monologueur.

Les réalisateurs ou : par un concours de circonstances...

Après les producteurs, les scénaristes et les vedettes qui occupent tant d'espace dans les médias, les réalisateurs semblent presque les acteurs les moins importants dans cette industrie émergente qui table sur la renommée, un état qui est encore rare pour eux. Excepté Denis Héroux et Claude Fournier, qui ont fait leurs classes dans le monde du cinéma, tous les autres réalisateurs de comédies proviennent du domaine télévisuel. La raison en est plutôt simple : ils sont les seuls dans le milieu à avoir eu la chance de filmer de la comédie. Louis-Georges Carrier se spécialise dans les téléthéâtres pour Radio-Canada à la fin des années 1950 et tourne *Le Misanthrope* de Molière en 1964 pour l'Office du film du Québec. Comme indiqué plus haut, c'est par un concours de circonstances qu'il réalise le long-métrage *Le p'tit vient vite*, qui était d'abord destiné au petit au petit écran. Roger Cardinal débute aussi sa carrière à Radio-Canada, mais quitte pour réaliser des publicités pour des sociétés privées telles *Multivision* (1968), *Mondo-Vision* (1969-1970) et *Briston Creative Film limited* (1971-1973). C'est par l'entremise de *Briston*, investisseur dans le projet, qu'il réalise *L'Apparition* en remplacement de Camil Adam. Jean Bissonnette est engagé à Radio-Canada en 1956 et dirige plusieurs émissions de variété comme *Au p'tit café* et *Les Couche-tard*, pour ensuite réaliser la sitcom *Moi et l'autre* avec son collègue Roger Fournier. Ce dernier est un des réalisateurs de choix de la station lorsqu'apparaissent les projets de comédie. On le retrouve, par exemple, à la barre de *Zéro de conduite*, la revue de fin d'années 1965 du réseau, et, par la suite, de quelques *Bye Bye*, tout comme Bissonnette. Mais si elle est encore faible lors des

débuts de cette cinématographie comique, leur réputation grandira et se consolidera rapidement avec la multiplication des films.

Chapitre VII

Mise en place d'un « dispositif flatte-journalistes²³⁴ »

Médiation des objets culturels

Après avoir exploré la contribution de la culture de masse aux œuvres du corpus, voyons maintenant le mouvement inverse, c'est-à-dire la manière dont les films participent et alimentent la culture dans son ensemble. Avant la projection du film, la médiation s'effectue surtout par la publicité (payante), la promotion (gratuite) et la vente de produits dérivés. Ici encore, il est possible de remarquer la réappropriation, par les producteurs et distributeurs locaux, de diverses stratégies publicitaires et promotionnelles qui n'étaient auparavant que l'apanage des distributeurs du cinéma hollywoodien. La transition vers ce système perfectionné de mise en marché se concrétise par le recours à des firmes de relations publiques qui établissent des stratégies élaborées. Bien que cette méthode soit aujourd'hui la norme, c'est au cours des années 1960 et 1970 qu'elle s'institue graduellement pour le cinéma québécois. Claude Fournier et Marie-Josée Raymond, pour *Deux femmes en or* (1970), supervisaient eux-mêmes la campagne publicitaire conçue par le distributeur²³⁵. *Mojack Films* et *Ciné-Art/Société Nouvelle de cinématographie*²³⁶, de leur côté, ont fait appel en 1972 à la firme *Robert Paradis & associés* pour l'élaboration de la promotion du film *Le p'tit vient*

²³⁴ Expression utilisée par René Lord dans son article « Le rire vient vite avec Yvon Deschamps » dans *Le Nouvelliste* du 21 octobre 1972.

²³⁵ Correspondance de l'auteur avec Claude Fournier, 9 avril 2018.

²³⁶ *Ciné-Art* s'est visiblement transformé en *Société Nouvelle de cinématographie* cette année-là. On retrouve le nom de *Ciné-Art* dans la documentation exploré, mais c'est *Société Nouvelle de cinématographie* qu'on retrouve sur l'affiche et les publicités.

vite²³⁷. La stratégie complète est décrite dans un document intitulé *Le p'tit vient vite : Campagne de publicité*²³⁸ et permet de cerner l'ampleur de l'exposition du film dans les autres médias. Ces stratégies de marketing à grand déploiement²³⁹ deviennent chose commune par la suite puisque les distributeurs délaissent la distribution en deux temps (la région montréalaise et ensuite le reste de la province) pour une diffusion simultanée sur tout le territoire du Québec. Le cinéma local s'insère progressivement dans le monde du commerce, et porte par le fait même les idées de la pensée économique libérale, qui dans l'esprit des spectateurs font entrer le cinéma québécois dans la modernité économique.

Portrait d'une stratégie publicitaire nationale et transmédias

Le document présentant la stratégie publicitaire du film *Le p'tit vient vite* dévoile une approche agressive et sur tous les fronts afin d'atteindre le maximum d'individus. Elle débute par l'envoi d'un communiqué de presse, le 7 août 1972, annonçant le début du tournage du film et le lancement prévu pour la mi-octobre. On y rappelle que le producteur Richard Hellman était derrière *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, qu'Yvon Deschamps est l'auteur du scénario qui exploite son célèbre personnage, et bien sûr que le film mettra en vedette une foule de célébrités. Bref, on met de l'avant les éléments les plus vendeurs. La

²³⁷ Je crois fort probable que Michel Costom et *Mojack Films* aient aussi eu recours à une firme de relation publique pour le lancement de leur précédent film *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* Par contre, les documents confirmant cette hypothèse sont indisponibles.

²³⁸ Disponible dans les archives de la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise. Numéro de référence : 2001.0360.17.AR

²³⁹ *Le p'tit vient vite* est utilisé comme exemple type puisque les informations concernant « l'espace-temps » dans les médias d'information sont disponibles. Toutefois, gardons à l'esprit que les autres films ont certainement utilisé des stratégies légèrement différentes. L'étude de la publicité des films dans les journaux révèle qu'ils ont tous profité d'une diffusion somme toute similaire à celle du film de Carrier. Par contre, il est plus difficile de confirmer qu'ils ont déployé des campagnes radio et télévision aussi agressive que celle de notre exemple type.

diffusion d'articles et reportages promotionnels (non payant) concernant les aléas du tournage se poursuit dans la presse. Nous y reviendrons plus bas.

La campagne publicitaire est relancée un mois avant la sortie du film avec deux concours diffusés par la radio. À Montréal, c'est CKAC qui invite les auditeurs à courir la chance de remporter des billets pour la première. Dans les cinq autres villes²⁴⁰, c'est le réseau Télé-média qui s'en charge. Le 10 octobre, on organise un coquetel de presse à Montréal, où treize stations de radio, chaînes de télévision et journaux sont présents²⁴¹. Le « Canal 10 » envoie un caméraman de l'émission à fortes cotes d'écoute *Toute la ville en parle*, et Radio-Canada est représenté par l'équipe de tournage de l'émission de variétés *Bou-Bou*, animé par le fort apprécié Jacques Boulanger. Il est intéressant de souligner que ce sont les journaux « artistiques » (hebdomadaires ludiques) qui sont les plus représentés (8). Ce ne sont évidemment pas les spectateurs très cultivés qu'on tente d'interpeler, mais plutôt les amateurs de culture populaire.

La campagne s'intensifie sept jours avant le lancement officiel le 20 octobre; télévision, radio et journaux sont les principaux diffuseurs des messages publicitaires. Les messages télévisuels sont considérés comme prioritaires pour « créer une impression visuelle du film » (*Robert Paradis* 1972) et reçoivent la plus importante part du budget, soit 12 500 \$ sur les 18 443.60 \$ budgétés. La radio est utilisée comme rappel de la télévision et diffuse, tout comme cette dernière, des annonces de 60 secondes. À partir du 23 octobre, des messages de quinze et trente secondes sont utilisés afin de « briser la monotonie de la campagne

²⁴⁰ Québec, Hull, Sherbrooke, Trois-Rivières et Chicoutimi.

²⁴¹ *Télé-Cinéma, Radio-Canada, Dimanche-Matin, Le Grand Journal, CKAC, Télé-Radiomonde, Montréal-Matin, Le Petit Journal, Journal des vedettes, Dernière Heure, Échos-Vedettes, Canal 10, Montreal Star.*

publicitaire et de ce fait, obtenir plus d'attention de la part du public » (*ibid.*). Les journaux diffusent les publicités dans toutes les villes où le film sera à l'affiche, onze au total, à partir du 14 octobre. Si la télévision et la radio servent principalement à faire connaître le film, les journaux mettent de l'avant les informations détaillées, comme le nom des nombreuses vedettes et l'ensemble des villes et des salles de la province où le film sera projeté. On doit ajouter à ces messages publicitaires quinze affiches placardées dans le métro de Montréal, et d'autres envoyées aux gérants de chacune des salles; ceux-ci doivent les afficher à partir du 13 octobre. Au total, c'est 748 messages qui seront diffusés pendant les sept jours précédant le lancement du 20 octobre. C'est Montréal qui reçoit le plus grand nombre de messages (136), tous médias confondus, principalement parce que le bassin de population est plus large, mais aussi parce que les publicitaires étaient conscients que « [...] les journaux publiés à Montréal pénètrent dans plusieurs autres villes [...] » (*ibid.*). En somme, on assiste à l'une des premières « campagne[s] nationale[s] » (*ibid.*) de publicité pour un film québécois. Ce type de campagne de grande envergure est une réappropriation, dans une version plus modeste, de ce que Janet Staiger appelle le « national advertising » (Staiger 1990, p. 14), stratégie de mise en marché utilisée par les grands studios américains depuis leur intégration verticale. Cette approche transmédiatique tente de créer et de diffuser l'idée d'un événement à grand déploiement, qui symboliquement fait entrer le cinéma québécois dans un nouveau paradigme économique où il peut, à l'échelle nationale, rivaliser avec les différents cinémas étrangers. La population québécoise, pour la première fois, vit l'évènement cinématographique local en synchronie. La publicité à large échelle interpelle la population aux quatre coins du Québec en simultanément, ce qui permet aux citoyens d'imaginer leur appartenance à un groupe vivant la même expérience culturelle.

Voyons maintenant, plus en détails, les différentes tactiques promotionnelles qui seront mises de l'avant et déployées pour les œuvres du corpus. Ces tactiques leur permettent d'étendre leur rayonnement et par le fait même une intégration plus intense dans la vie quotidienne du spectateur.

Produits dérivés

La mise en place d'un cinéma québécois de masse appelle l'utilisation de techniques de diffusion encore inédite pour les créateurs et producteurs de l'époque, qui vont désormais marchander le film au maximum en offrant des produits dérivés de l'œuvre d'origine. Ces produits servent à la fois de publicité et d'objet qui facilite l'intégration du film dans la vie



Figure 8 : *Télé-Radiomonde*, 19 juin 1971, p. 11.

quotidienne. Les tentatives d'atteindre le public ne sont jamais négligées, comme nous l'apprend la vente d'écussons et de décalques à l'effigie de l'affiche du film *Les chats bottés* [Figure 8]. Ce phénomène ne s'amorce pas avec la comédie, on en retrouve des exemples avec la production des films de sexploitation de Denis Héroux. En 1969, *Valérie* est lancée sur les écrans conjointement avec une novellisation²⁴² publiée par *Les Éditions de l'Homme* et écrite par nul autre que le romancier Yves Thériault. L'année suivante, c'est *L'Amour humain*, scénarisé par Roger Fournier, qui reçoit un traitement similaire, cette fois du scénariste lui-

²⁴² La novellisation est un objet littéraire à part entière qui « émancipe plutôt tous les aspects propres au scénario et à l'écriture cinématographique pour les dissoudre à l'intérieur de l'écriture romanesque » (Maltais 2010, p. 23).

même, aux éditions Presses Libres. Du côté des comédies, seule *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* se retrouve chez les libraires, non pas sous la forme d'une novellisation, mais plutôt d'une transcription du scénario de Gilles Richer accompagnée de nombreuses photographies. Plusieurs autres films de fiction de la décennie 1970 sont novellisés ou transcrits et participent ainsi à la marchandisation du cinéma (Maltais 2010, p. 52-56 et 76-85). Cependant, les produits dérivés qui semblent avoir été les plus efficaces pour les films de comédies sont la chanson thème et la bande sonore originale.

On retrouve les chansons en vente sous le format du disque vinyle 45 tours/minutes de 18 cm ou sur la bande sonore originale du film au format 33 1/3 tours/minutes de 30 cm. La pratique se développe à la fin des années 1960 et six comédies du corpus usent de ces produits dérivés afin d'accroître leur visibilité et, par la même occasion, possiblement générer un profit additionnel. Étrangement, je n'ai trouvé aucune trace de la création d'un disque simple (45 tours), ou d'un microsillon (33 1/3 tours), pour la comédie musicale *Pas de vacances pour les idoles* qui aurait été toute indiquée pour un tel objet. Cette absence s'explique probablement par le peu de moyens financiers dont disposent les frères Héroux au moment de la production du film, mais aussi par le fait que la sortie en salle de l'œuvre coïncide avec le lancement du second album de Joël Denis (vedette du film) intitulé *Hey, Hey, Lolita!* (1965). Le partenariat avec *Cinépix* pour leur film suivant, *Valérie*, règle ce problème et ils lancent, avec le film et la novellisation, une chanson thème intitulée *Moi, je veux vivre* (1969), interprétée par Danielle Ouimet et produite chez Trans-Canada Vedettes. Ils standardisent la pratique en lançant une chanson thème pour chacun des films de sexploitation suivants de Denis Héroux, toutes interprétées par la très connue et appréciée Diane Dufresne.

Les chansons thèmes sont généralement chantées par une ou plusieurs vedettes du film, ou encore par une « star » de la chanson du moment, ce qui permet d'accroître l'engouement du public. C'est Robert Charlebois, vedette consacrée du nouveau rock québécois – influencé par la musique américaine –, qui écrit, compose et interprète la chanson thème de *Deux femmes en or* (Gamma, 1970). Je souligne que les paroles de la chanson mettent rapidement l'accent sur la proximité culturelle des Québécois avec leur voisin du sud, tout en marquant leur différence, ce qui d'ailleurs résume assez bien l'esprit du film : « L'autre bord aux z'états, des femmes y'en ont des tas. Mais des "minounes" comme ça, y'ont jamais vu ça ». *Après-ski* est lui aussi accompagné d'une chanson thème écrite et composée par une vedette de la musique locale qui s'attire les faveurs du public : Marc Hamilton. L'année précédente, il faisait paraître la chanson *Comme j'ai toujours envie d'aimer* qui obtient un succès phénoménal; 200 000 exemplaires s'écoulent au Québec et 1 500 000 exemplaires de plus en Europe francophone (Thérien et

D'Amours 1992, p. 202). Les producteurs du film ont évidemment voulu exploiter la récente renommée du



Figure 9 : Microsillon *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, 1971, Coll. Cinémathèque québécoise.

musicien. C'est par contre deux disques simples plutôt qu'un qui paraissent pour *Après-ski*. Le premier offre la chanson thème, éponyme (Gilles Brown et Yves Martin, Trans-Canada, 1971), interprétée par l'actrice et chanteuse Céline Lomez²⁴³. Le second fait entendre *Comme elles sont belles* (Marc Hamilton, Trans-Canada, 1971), chantée cette fois par Hamilton lui-même. On diffuse aussi une bande originale sur microsillon en partie composée et interprétée

²⁴³ Céline Lomez avait déjà remporté du succès en chansons lorsqu'elle formait le duo *Céline et Liette* avec sa sœur jumelle Liette.

par le chanteur²⁴⁴. La même année, *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* est accompagné du simple *Mommy Daddy* (Trans-Canada, 1971) interprété par Marc Gélinas et Dominique Michel. La chanson, abordant l'idée d'une éventuelle disparition de la langue française au Québec, marque les esprits et est reprise par la suite par plusieurs artistes dont la très engagée Pauline Julien. La musique, composée par Gélinas et écrite avec la collaboration de Gilles Richer, se retrouve aussi sur la bande originale du film (Trans-Canada, 1971) [Figure 9]. Ayant débuté sa carrière comme chanteuse au milieu des années 1950, Dominique Michel interprète deux chansons thème, qui cette fois ne paraissent qu'en format simple pour accompagner la sortie des films : *Y a toujours moyen de moyenner!* (avec Willie Lamothe, London, 1973) et *Les aventures d'une jeune veuve* (Franco, 1974). Finalement, Jean Lapointe, vedettes de *Tout feu, tout femme*, interprète la chanson thème *Viens mon Franchi, mon Franco, mon François* (Franco, 1975) écrite par Gilles Richer et composée par Paul Baillargeon. En plus de se retrouver sur les tablettes des disquaires, les chansons thèmes sont diffusées dans les radios commerciales, ce qui permet d'optimiser leur efficacité en tant qu'objet publicitaire.

Promotion et publicité ou : Le plus grand lancement orchestré au Québec

Plusieurs tactiques sont utilisées pour accentuer la présence d'un film à la radio et à la télévision : entrevues avec les vedettes ou le réalisateur, lectures de communiqué, reportages filmés sur le lancement, extraits du film, diffusion de la bande-annonce, ou tout simplement les publicités. Examinons cette présence médiatique sous deux angles : la présence

²⁴⁴ La bande originale d'*Après-ski* est devenu un objet rare, prisé par certains amateurs de musique québécoise, non pas pour les chansons de Hamilton, mais pour la face B du disque qui présente l'un des tous premiers enregistrements de musique funk produit au Québec.

promotionnelle (entrevues avec les principales vedettes ou des reportages sur le film) et la présence publicitaire.

Radio et télévision

Recréer une liste des interventions radiophoniques et télévisuelles offertes par les réalisateurs ou vedettes des comédies, et concomitantes à la publicité et la sortie de leur film, est un exercice où l'information est difficilement accessible. Pour montrer ce type de rayonnement des œuvres filmiques destinées à la masse, j'aurai donc recours à l'analogie et l'induction à partir d'une œuvre hors du corpus. Dans le dossier de presse²⁴⁵ du film *Le grand Rock*, réalisé par Raymond Garceau, se trouve un document dactylographié énumérant ses différentes « apparitions » à la radio et la télévision entourant sa sortie en salle. Voyons ce qu'il nous apprend.

Réalisé en 1968, le film prend l'affiche le 1er mars 1969 au Théâtre St-Denis. Les interventions publiques débutent deux semaines plus tôt le 18 février avec une entrevue de la vedette féminine du film Francine Racette à la station CKVL, une seconde entrevue de l'actrice à l'émission *Aujourd'hui* sur les ondes de CBFT (la télévision de Radio-Canada) et un reportage télé sur le lancement du film à l'émission *Toute la ville en parle* au réseau Télé-Métropole. Le lendemain, deux entrevues à la radio (CKLM et CBF) et une à la télévision (Service international de Radio-Canada) attendent l'actrice. La promotion se poursuit avec une dizaine d'interventions entre le 21 février et le 28 mars, dont des entrevues du réalisateur et des acteurs principaux à des émissions télévisuelles matinales (*Toast et Café*, 21 février 1969, Télé-Métropole) et de fin de soirée (*Les Couche-Tard*, 22 février 1969, CBFT). Télé-

²⁴⁵ Disponible à la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise.

Métropole, qui exploite majoritairement le créneau du divertissement, diffuse le plus d'information sur le film avec cinq mentions sur les seize du parcours total. *Le grand Rock* ne met pas en scène de grandes vedettes telles Dominique Michel, Yvon Deschamps ou Gilles Latulippe, il est ainsi possible de croire que pour leurs films, ces derniers furent présents dans un plus grand nombre d'émissions que celles qui jalonnent le parcours du film de Garceau. Nous devons aussi prendre en considération que *Valérie* n'a pas encore pris l'affiche (il paraît le 2 mai de la même année) et que l'engouement médiatique pour le cinéma québécois sera bien plus grand dans les années qui suivent. Je ne peux que supposer une plus grande présence radiophonique et télévisuelle pour les comédies grand public qui suivront, mais la visibilité décuplée dans les journaux – nous explorerons ce phénomène plus bas – me laisse croire que la présence à la radio et la télévision fut accentuée elle aussi.

Le document concernant la mise en marché du *p'tit vient vite* ne laisse aucun doute sur la publicité importante à la radio et la télévision dans les sept jours précédant le lancement de l'œuvre. Les stations radiophoniques de toutes les villes où le film prend l'affiche sont sollicitées. Ainsi les gens de Granby, Thetford Mines, Victoriaville, Drummondville, Alma, Jonquière, Chicoutimi, Hull, Sherbrooke, Trois-Rivières, Québec et Montréal peuvent entendre à 4000 occasions le message publicitaire de 60 secondes. Sur ce total, c'est les radios montréalaises (CKVL et CKAC) qui offrent le plus d'occasions d'entendre les messages, soit 1060. La station CKAC est la plus sollicitée de toutes avec 660 occasions pendant la semaine. En ce qui a trait à la télévision, les documents permettent de quantifier la diffusion qu'offre chacun des réseaux et la fréquence à laquelle chaque spectateur voit le message publicitaire. Thetford Mines propose la moins bonne pénétration avec 58 % de la population et Sherbrooke propose la meilleure avec 74 %. La fréquence varie aussi entre les régions, elle est au plus bas

à 1,7 pour Thetford Mines et au plus haut à 2,6 pour Chicoutimi, Jonquière et Alma. En moyenne, c'est donc 67,5 % des citoyens des régions concernées qui verront 2,2 fois le message publicitaire du film dans la semaine précédant sa sortie en salle. Sachant que les Québécois sont de grands consommateurs de télévision, une réception aussi élevée n'est pas surprenante. Il ne s'agit pourtant que du film *Le p'tit vient vite* qui ne saurait représenter tous les films du corpus. Les comédies qui prennent l'affiche par la suite ont toutes desancements d'envergure (entre 10 et 18 salles dans la province) ce qui requiert inévitablement une campagne publicitaire à l'échelle nationale, impliquant une présence transmédiatique tout aussi forte.

Journaux ou : « Le père Desmarais est le publiciste N° 1 des films cochons »

J'ai soulevé précédemment la présence de nombreux articles ou reportages promotionnels dans les journaux entre le début du tournage d'un film et son lancement. Neuf différents types de textes publicitaires ont été identifiés : l'annonce du tournage, le reportage sur le tournage, l'annonce du lancement, le reportage sur la conférence de presse d'avant-première, le reportage couvrant la première, l'article qui exploite une controverse, l'entretien avec l'un des créateurs du film, l'entrevue avec l'une des vedettes, et finalement le reportage sur l'une des vedettes ou sur le film. La présence de ces textes est variable selon les films – les vedettes les plus appréciées générant une plus grande quantité d'articles. Certains textes sont communs à toutes les œuvres, par exemple les articles annonçant le début du tournage et le lancement du film qui se retrouvent autant dans les pages des journaux quotidiens qu'hebdomadaires. Par contre, ils ne sont pas traités de la même manière selon leur lieu de publication. Les quotidiens se font plus avare de photographies, tandis que les hebdomadaires

ludiques exploitent le visuel au maximum en diffusant plusieurs images de grand format, en recopiant presque qu'intégralement les communiqués de presse et en consacrant plus d'espace à ces nouvelles. Si l'envoi de communiqués de presse aux médias n'est pas une tactique promotionnelle nouvelle, certaines informations mises de l'avant le sont. À tour de rôle, les communiqués de *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, de *Le p'tit vient vite* et de *J'ai mon voyage!* utilisent l'argument du « plus grand lancement orchestré au Québec » et les journaux répètent cette information qui souligne la nouvelle réalité des productions locales : leur capacité à faire les choses en grand, comme le font les productions américaines. Pendant la période à l'étude, on remarque l'utilisation de tactiques promotionnelles déjà bien établies comme l'envoi de divers communiqués à la presse ; par contre on procède aussi à plusieurs emprunts au modèle industriel hégémonique afin d'augmenter la visibilité des films dans les médias d'information. La présence promotionnelle et publicitaire dans les journaux, autant quotidiens qu'hebdomadaires, est abondante alors je ne tiendrai compte que d'un nombre limité d'exemples. En revanche, je montrerai les multiples facettes de cette présence médiatique. Amorçons le tout par un exemple plus singulier : le photo-roman promotionnel.

Une journée après sa sortie en salle, *Pas de vacances pour les idoles* apparaît sous la forme d'un photo-roman dans les pages de l'hebdomadaire *Échos Vedettes*. Divisé en trois chapitres, on y raconte avec plusieurs ellipses l'intrigue rocambolesque du film, bien sûr accompagnée de nombreuses photographies présentant les vedettes. Les textes prennent soin d'indiquer les titres des chansons qui sont interprétées dans le film, ajoutant au plaisir de lire l'histoire une sorte de bande-annonce littéraire évoquant des chansons connues. Une autre comédie est le sujet de ce traitement photo-romanesque : *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, dont *Photo-Journal* publie ce « ciné-roman » de quatre pages chaque semaine entre le

24 septembre et le 3 décembre 1972. Ce texte illustré n'a pas été conçu comme publicité directe pour le film qui a pris l'affiche en début d'année. Il sert plutôt de réclame indirecte au nouveau film de *Mojack Films* – mettant lui aussi en vedette Yvon Deschamps – *Le p'tit vient vite*, qui prend l'affiche cet automne-là. *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* est cependant encore à l'affiche de certaines salles (le Régal et le Commodore) et certains ciné-parcs de la région Montréalaise. Puisque son exploitation est pratiquement terminée, le photo-roman offre l'histoire complète du film et ne lésine pas sur les détails de chacune des scènes, ainsi que sur les images grand format. Ce photo-roman exemplifie parfaitement la capacité de la culture de masse de s'adapter et se transformer afin d'atteindre une nouvelle fois le même public et intensifier son expérience sous une nouvelle forme.

On invite de plus en plus la presse écrite à couvrir les aléas des tournages et à transmettre toute nouvelle information à ses lecteurs. Les journalistes prennent soin de nommer les vedettes qui participent au projet, mais souvent aussi d'indiquer le genre du film et de résumer l'histoire. On transmet des informations



Figure 10 : *Photo Journal*, 24 septembre 1972, p. 1.

techniques lorsque celles-ci sont susceptibles d'impressionner, comme l'utilisation des technologies *Techniscope* et *Technicolor* pour *Deux femmes en or*, une première pour un film canadien²⁴⁶. Des articles décrivent les participations de plusieurs personnalités connues comme le syndicaliste Michel Chartrand²⁴⁷ dans *Deux femmes en or*²⁴⁸, l'artiste

²⁴⁶ *Secrets d'écran*, 5 décembre 1969, p. 4-5

²⁴⁷ Ironiquement, lui qui était bien connu pour ses démêlés avec la justice, interprète un juge dans la scène finale de *Deux femme en or*.

²⁴⁸ *La Presse*, 15 janvier 1970, Cahier spectacle, p. 2

transformiste²⁴⁹ Jean Guilda dans *Y a toujours moyen de moyenner!*²⁵⁰ ou encore le célèbre hockeyeur Maurice Richard dans *L'Apparition*²⁵¹. Un tournage fastidieux devient un filon à exploiter par les chroniqueurs friands de potins. C'est le cas de *L'Apparition*, auquel on consacre une quinzaine de reportages portant sur diverses difficultés que vit l'équipe de tournage : un accident de voiture, une blessure à l'acteur Pierre Labelle ou encore le remplacement du réalisateur Camil Adam par Roger Cardinal. Le *Photo-Journal* du 24 septembre 1972 offre la une [Figure 10] et un reportage de quatre pages à Dominique Michel et au « p'tit Simard » lors du dévoilement des premières images du film. Le moindre fait inusité devient d'intérêt et les journalistes tentent d'en tirer profit. Bonne ou mauvaise, il s'agit d'une publicité gratuite dont les producteurs et distributeurs ne peuvent se passer pour obtenir un succès en salle.

Avec l'augmentation des moyens financiers, les productions sont lancées avec plus d'éclat et de prestige que jamais auparavant. Dans le cas du *p'tit vient vite*, on organise six premières dans six villes différentes. Un mois avant les premières, la firme de relation publique *Robert Paradis & associés* envoie ses recommandations aux propriétaires de salle qui y participent. Deux d'entre elles sont particulièrement intéressantes :

9) Vous devez vous assurer que tous les média (sic) d'information de votre région (radio, télévision, journaux) auront été invités et qu'ils auront sur place un journaliste et un photographe. Importance spéciale pour le photographe.

²⁴⁹ Jean Guilda préférait le terme « transformiste » au terme « travestie ». Voir l'extrait d'une entrevue qu'il donna le 16 mai 1975 à l'émission *Appelez-moi Lise* animée par Lise Payette.

²⁵⁰ *Le Soleil*, 30 août 1973, s.p.

²⁵¹ *Le grand journal illustré*, 27 septembre 1971, p. 12. Le hockeyeur n'apparaît finalement pas dans le film.

10) Vous devez faire parvenir des invitations à toutes les personnalités de votre région, susceptibles de retenir l'attention de la foule présente (personnalités politiques, vedettes de la radio et de la télévision, etc.)

On organise des premières d'envergure où les journalistes et le gratin artistique sont présents. On insiste sur les photographes puisqu'ils captent l'arrivée des créateurs, des vedettes, mais surtout des coups d'éclat publicitaires qui sont mis en place par les organisateurs. Tous les moyens sont bons pour inciter les médias à couvrir l'évènement et ainsi offrir une publicité gratuite juste avant le lancement officiel du film. *La Patrie* du 31 mai 1970 rapporte « un déploiement spectaculaire très hollywoodien » pour la première de *Deux femmes en or* où l'on procède à la remise d'un trophée aux deux actrices principales de la part de l'Association des livreurs du Québec. Pour *Y a toujours moyen de moyenner!*, les organisateurs engagent des comédiennes déguisées en « sœur drabe », religieuse loufoques qu'on retrouve dans le film, afin d'accueillir les invités²⁵².

La première de *La pomme, la queue... et les pépins!* jumèle, plus ou moins volontairement, deux tactiques publicitaires : le coup d'éclat lors de la première, et la controverse. La première du film fait couler beaucoup d'encre puisqu'elle n'a pas vraiment lieu. Je résume cette saga. La version initiale du film présente l'acteur principal, Donald Lautrec, dans son plus simple appareil. Pendant la postproduction, l'acteur souligne son embarras devant la scène finale qu'il trouve trop explicite²⁵³. Le réalisateur Claude Fournier ne l'entend pas ainsi et refuse de couper quoi que ce soit. La discorde entre les deux parties se poursuit pendant plusieurs semaines, au point où l'acteur coupe les ponts avec la production. Quelques jours avant la première, Lautrec demande une injonction contre la sortie du film, ce

²⁵² *Journal de Montréal*, 28 septembre 1973, p. 3.

²⁵³ *Photo-Journal*, 10 novembre 1974, p. 11.

qui force le Bureau de surveillance à suspendre le visa d'exploitation qu'il lui avait accordé²⁵⁴. L'injonction est cependant rejetée dans l'après-midi du 12 septembre, le jour de la première au cinéma Pigalle à Montréal²⁵⁵. Pourtant, le film ne peut être légalement présenté puisqu'il doit repasser par le système d'évaluation du Bureau de surveillance. Marie-Josée Raymond, Claude Fournier et leur équipe décident de maintenir la première malgré tout, et d'expliquer la situation aux spectateurs et journalistes qui se sont déplacés. Le lendemain, tous les journaux en parlent et la « guerre Lautrec-Fournier »²⁵⁶ est ensuite décrite au jour le jour²⁵⁷. Le litige se résout hors cours pendant la semaine suivante, lorsque l'arbitre Pierre Lamy venant trancher partiellement en faveur de Lautrec. La scène litigieuse n'est pas retirée, mais Fournier tourne quelques plans nouveaux où le sexe de Lautrec est couvert d'un drap et le film peut prendre l'affiche le 20 septembre. On dénombre une vingtaine d'articles, autant dans les quotidiens que les hebdomadaires, abordant et diffusant les péripéties de cette controverse au cours des semaines suivantes. Bref, tous ses « pépins » entourant l'infâme « queue » permettent à Claude Fournier de facilement cueillir la « pomme ».

Quelques années auparavant, la controverse – et l'attention médiatique qui en découle – avait aidé *Après-ski* à attirer les spectateurs dans les salles obscures. Le film prend l'affiche à Montréal le 1^{er} avril 1971, lui qui obtient le visa « 18 ans » de la part du Bureau de censure deux jours plus tôt (Lever 2006, p. 43). Rapidement, le film soulève l'ire de certains membres du clergé catholique : le père dominicain Marcel-Marie Desmarais et le curé Raymond Lavoie

²⁵⁴ *Le Jour*, 14 septembre 1974, s.p.

²⁵⁵ *Montréal-Matin*, 13 septembre 1974, s.p.

²⁵⁶ *Gala des artistes*, 21 septembre, s.p.

²⁵⁷ *La Presse*, 13 septembre 1974, s.p.; *Le Soleil*, 13 septembre 1974, s.p.; *Montréal-Matin*, 13 septembre 1974, p. 31; *Le Jour*, 13 septembre 1974, s.p.; *Le Jour*, 14 septembre 1974, s.p.; *Télé-Radiomonde*, 21 septembre 1974, s.p.; *Gala des artistes*, 21 septembre 1974, s.p.; *Secret des artistes*, 28 septembre 1974, p. 10.

lancent une croisade médiatique contre les « films de fesses » en général, mais plus particulièrement contre *Pile ou Face* (Roger Fournier, 1971) et *Après-ski*. Mais les remontrances cléricales n'ont pas l'effet désiré. Les journaux populaires exploitent la controverse au maximum et sous toutes ses coutures²⁵⁸. *Télé-radiomonde* du 1er mai écrit que le Père Desmarais serait le « publiciste No 1 des films cochons » (p. 1). Pendant les semaines suivantes, le film fait la une du *Photo-Journal*, du *Photo-Police*, du *Petit Journal* et du *Télé-radiomonde* et de plusieurs autres. La couverture des journaux quotidiens augmente massivement le 23 avril lorsque Mgr Lavoie fait saisir les copies du film dans les cinémas de Québec. On assiste à un débat de société sur la censure, que plusieurs croyaient définitivement disparue, les intervenants principaux s'interpelant par des lettres dans les journaux²⁵⁹. Le résultat de cette querelle publique : l'affluence des spectateurs en salle, comme le rapporte Collette Chabot dans *Le Petit Journal* du 25 avril 1971 :

Madame X (qu'on a déjà surnommé le curé en jupon) a fait de son côté sa petite campagne personnelle rejoignant l'idée du Père Desmarais et de Mgr Lavoie. Conséquences immédiates : ses auditrices ont rempli *Le Parisien* pour aller vérifier si leur « guide » radiophonique avait raison. C'est la gérante du cinéma *Le Parisien*, Mademoiselle Claudette Morrisseau, qui nous en a informé en riant : – A nous, ça fait, explique-t-elle une publicité gratuite qui nous a amené du monde et qui vaut plus que la publicité payante (p. 3).

Dans ce contexte social bien précis où le clergé catholique est en perte de vitesse et où ses remontrances ne suscitent plus l'angoisse d'antan, la population s'ouvre à l'idée de juger

²⁵⁸ *Le Petit Journal* offre sa une au film le 11 avril 1971 au mettant en lumière un autre scandale. Le reportage présente les « confessions des figurantes d'*Après-ski* » de qui les producteurs auraient exigé des photographies et des bouts d'essais filmés dans leur plus simple appareil. Ces morceaux de pellicule, qui devaient rester dans les archives de la production, auraient été vendus à des éditeurs et distributeurs américains. Deux semaines plus tard, le *Télé-radiomonde* (1^{er} mai 1971, p. 2) rapporte qu'une poursuite pour diffamation contre les journalistes du *Photo-Journal* est intentée par Roger Cardinal.

²⁵⁹ Pour un portrait plus détaillé de la situation et de l'abondante littérature journalistique qui en découle : voir Jones 2017.

elle-même la présumée nocivité des objets culturels. La diffusion journalistique des grogneries cléricales a certainement contribué à renforcer la mauvaise réputation de ces films osés dans l'esprit des dévots, mais elle n'a pas empêché la population de se rendre dans les cinémas. Elle a même sans doute nui à l'image du clergé catholique que de plus en plus de gens considéraient comme une institution dépassée. Autour de cette controverse se manifeste la communauté vernaculaire québécoise moderne, dont la nouvelle morale s'exprime par l'assistance en masse à un film diabolisé par le clergé mais promu et encensé par les médias qui l'intègrent au quotidien des citoyens.

Les derniers éléments promotionnels qu'on trouve dans les journaux sont les entrevues et les reportages concernant les réalisateurs ou les vedettes. Les réalisateurs ne participent pas tous activement à la promotion, mais certains en font une spécialité : Denis Héroux et Claude Fournier exploitent les interviews à leur avantage, en y allant bien souvent de propos spectaculaires. Mais l'attention journalistique est majoritairement tournée vers les vedettes dont le poids culturel influence la fréquence des entrevues et des reportages de même

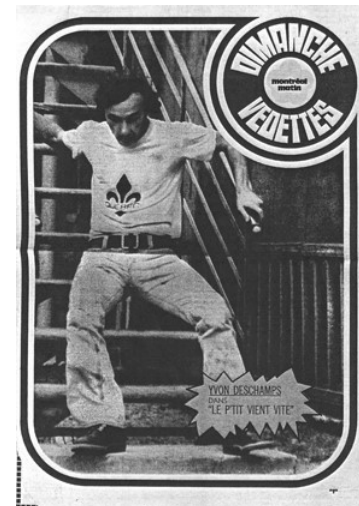


Figure 11 : *Dimanche-Vedette/Montréal-Matin*, 22 octobre 1972, p. 1.

que l'envergure de la couverture. Yvon Deschamps et Dominique Michel sont, au début des années 1970, deux des vedettes les plus appréciées du public. Leur visibilité médiatique est grande et elles sont poussés à faire des entrevues pour mousser la promotion de leurs films, mais ce sont surtout les reportages qu'on leur accorde qui permettent d'accentuer la promotion en diffusant des images tirées des films.

Pour la sortie du *p'tit vient vite*, *Le grand journal illustré* du 20 août 1972 consacre sa section « Le cinéma québécois et ses vedettes » (deux pages) aux vedettes du film. On peut voir en grand format Deschamps, Filiatrault et Sutto dans plusieurs photos de plateau. Le texte d'accompagnement insiste sur l'hilarité que suscite le travail des comédiens et prend soin de présenter, dans un texte encadré, le nom de tous les artistes connus qui prennent part à l'aventure²⁶⁰. Au moment de la sortie du film, le journal *Montréal-Matin* consacre la première page de son cahier spéciale intitulé *Dimanche-Vedette* à Yvon Deschamps [Figure 11]. Deux autres pages sont réservées à un texte du monologiste qui explique la naissance du projet et



Figure 12 : *Photo-Journal*, 24 au 30 janvier 1972, p. 1.

présente un résumé de l'histoire, le tout accompagné de nombreuses images qui montrent tous les interprètes.

Dominique Michel est une habituée des journaux à potin qui scrutent sa vie et ses moindres apparitions publiques. Une semaine avant la sortie du film de Jean Bissonnette, le *Photo-Journal* consacre deux pages complètes à l'actrice. On y retrouve peu de texte, mais plusieurs photographies provenant du film et d'une « séance photo » organisée spécialement pour cette édition. Le 30 janvier suivant, Michel apparaît en une du *Photo-Journal* [Figure 12] où on lui réserve aussi douze pages complètes. Pierre Brousseau rappelle que rares sont les vedettes qui ont droit à ce traitement royal : « Ce n'est pas toutes les semaines que Photo-Journal (sic) consacre un supplément de 12 pages à un artiste. En fait, à notre connaissance, c'est la première fois que pareille chose se fait du vivant d'un artiste. La chose constitue donc

²⁶⁰ « En plus des comédiens cités plus haut, “Le p'tit vient vite” nous donnera aussi l'occasion de voir évoluer à l'écran Denis Drouin, Juliette Huot, René Caron, Juliette Pétrie, Marcel Gamache, Fernand Gignac, Guy Boucher, Robert Demontigny et Michel Louvain ».

un évènement »²⁶¹. Ce numéro spécial présente de très courts textes agrémentés d'une multitude de photographies du film. La sixième page du numéro est particulièrement intéressante puisqu'elle reflète fidèlement la place considérable qu'a prise la comédienne dans l'esprit de ces admirateurs au fil des années : on peut y lire en grosses lettres le titre « Dodo, notre clown national ». Elle est présentée comme une icône de la nation québécoise et on amplifie un lien de familiarité en la désignant par son surnom. L'utilisation d'un sobriquet pour la désigner s'étend à la majorité des hebdomadaires ludiques, faisant d'elle une personnalité d'exception qui possède une place singulière dans le petit monde du vedettariat au Québec.

Les artistes, leurs réussites et leurs mésaventures, sont du contenu facilement exploitable par les journaux populaires qui diffusent et entretiennent l'intérêt du public tout en s'assurant du plus grand tirage possible. On assiste au cours des années 1960 à la multiplication de ce type de journal axé sur le divertissement. Leur nombre croissant implique un besoin de contenu plus grand, évidemment profitable au cinéma de comédie qui contribue à cette culture populaire en ébullition. Le cinéma commercial local ne peut espérer obtenir du succès sans la diffusion de masse de cette promotion gratuite, et les producteurs le comprennent de mieux en mieux et privilégient des noms connus et appréciés. Ces vedettes participent à un ensemble culturel bigarré et n'y sont pas toutes appréciées également, mais les spectateurs y trouvent leur compte en choisissant les artistes qui leur plaisent, ceux qui semblent le mieux représenter leur individualité. La vedette admirée devient représentante de la culture locale et de la communauté.

²⁶¹ *Photo-Journal*, 24 au 30 janvier 1972, p. 3.

La promotion gratuite est souvent accompagnée par de la publicité payée insérée dans la section que certains journaux réservent aux salles de cinéma. Les quatre quotidiens francophones majeurs de l'époque (*La Presse*, *Montréal-Matin*, *Le Journal de Montréal*, *Le Devoir*) offrent généralement de trois à huit pages de publicité en fonction des jours de la semaine, et l'édition du samedi de *La Presse* qui est la plus vaste et la plus détaillée. Une bonne part des hebdomadaires contiennent aussi des espaces publicitaires destinés au cinéma. Le document *Le p'tit vient vite : Campagne de publicité* (Robert Paradis, 1972) nous en apprend sur le nombre d'annonces, les lieux de diffusion et les formats privilégiés.

Vingt-neuf messages sont diffusés dans vingt-et-un journaux de la province dans la semaine précédant sa sortie en salle. Chaque quotidien Montréalais publie deux annonces : une le samedi 14 (*La Presse*, *Le Devoir*), dimanche 15 (*Montréal-Matin*) ou le mardi 17 octobre (*Le Journal de Montréal*) et la seconde le jeudi 19 octobre (les quatre journaux). Les quotidiens régionaux : *Le Soleil*, *Le Nouvelliste*, *La Tribune* et *Le Droit* publient aussi deux publicités, une le samedi 14 et l'autre le jeudi 19, à l'exception du *Journal de Québec* qui n'en diffuse qu'une seule (19 octobre). En plus des quotidiens, une douzaine d'hebdomadaires (six à Montréal et six en région²⁶²) diffusent une publicité du film avant la sortie en salle. Des vingt-et-un journaux, dix sont en région montréalaise et onze un peu partout en périphérie. Une campagne publicitaire simultanée dans une multitude d'imprimés à l'échelle de la



Figure 13 : Publicité. *Photo-Journal*, 12 décembre 1971, p. 51.

²⁶² En région montréalaise, il s'agit du *Photo-Journal*, *Le Petit Journal*, *les Nouvelles Illustrées*, *l'Échos-Vedette*, *le Dimanche-Matin* et *le Québec-Presses*. En province, c'est le *Courrier-Sud* (Trois-Rivières), *le Progrès-Dimanche* (Chicoutimi), *La Parole* (Drummondville), *L'Union* (Victoriaville), *le Voix de l'Est* (Granby) et *l'Échos/Frontenac* (Thetford-Mines).

province est une pratique nouvelle pour un film québécois. Elle semble avoir porté fruit puisqu'elle est répétée pour plusieurs productions qui suivent, au point de devenir la norme.

Le format des publicités varie grandement en fonction des budgets de productions, de l'année de lancement du film, et des journaux sélectionnés. Cependant on remarque que les films du corpus, entre 1965 et 1975, occupent progressivement plus d'espace publicitaire. L'annonce de *Pas de vacances pour les idoles* dans les pages de *La Presse* du samedi, avant son lancement, totalise plus ou moins 1/15^e de pages et elle est ensevelie sous les publicités des films étrangers²⁶³. Cinq ans plus tard²⁶⁴, la publicité de *Deux femmes en or* pendant la semaine de sa sortie en salle équivaut à 1/6^e de pages²⁶⁵. Elle est accompagnée d'une entrevue de Claude Fournier menée par Luc Perreault, ce qui amplifie la visibilité du film. En 1972, la



Figure 14 : Publicité. *La Presse*, 25 janvier 1975.

publicité du *p'tit vient vite* dans un espace de 120 lignes de hauteurs par 3 colonnes de largeur (*Robert Paradis* 1972), ce qui représente ¼ de page. L'agrandissement des publicités des comédies québécoises se poursuit dans les années suivantes, celle de *J'ai mon voyage!* fait ½ page²⁶⁶ et c'est une page complète, trois samedis consécutifs, que se permet les *Films mutuels* pour *Les aventures d'une jeune veuve*²⁶⁷. À cet espace publicitaire en

expansion, s'ajoutent pour certains films des publicités plus

²⁶³ *La Presse*, 9 octobre 1965, p. 20.

²⁶⁴ Il ne faut pas oublier qu'entre temps, Denis Héroux et *Cinépix* ont lancé *Valérie* et *L'Initiation* avec des campagnes publicitaires plus « féroces » que tout autre film produit au Québec avant eux.

²⁶⁵ *La Presse*, 23 mai 1970, p. 38.

²⁶⁶ *La Presse*, 17 février 1973, p. C15

²⁶⁷ *La Presse*, décembre 1974 à janvier 1975.

singulières qui tentent d’attirer l’attention du public différemment. En décembre 1971, on voit apparaître dans le *Photo-Journal* de petits encadrés publicitaires qui n’affiche que le titre *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* sans plus d’information [Figure 13]. Ils paraissent quand débute la promotion du film, et pendant les semaines suivantes sont accompagnés par diverses entrevues et reportages qui en fournissent l’explication. Pour *Pousse mais pousse égal*, les distributeurs y vont d’une approche originale inattendue : une multitude de petites caricatures de Gilles Latulippe [Figure 14] sont parsemées sur plusieurs pages d’une même édition de *La Presse* (25 janvier 1975), plutôt que l’habituelle annonce unique de grand format.

Comme pour celles de la radio et la télévision, les publicités imprimées se font plus présentes dans le quotidien des amateurs de cinéma qui les voient, de film en film, accaparer une plus grande part de l’espace publicitaire. La population constate l’effervescence du cinéma québécois qui se démarque enfin de l’hégémonie hollywoodienne, et la publicité contribue à ancrer cette perception dans la représentation quotidienne. Mais en plus d’augmenter sa présence dans la vie du citoyen moyen, la publicité, pour être efficace, doit s’adapter à la réalité de l’industrie cinématographique contemporaine. Elle le fait principalement en réutilisant les codes de la formation générique dans laquelle elle s’inscrit, tout en tirant parti du contexte culturel local. La majorité des publicités sont des variantes de l’affiche officielle du film, dont elles reprennent plusieurs éléments graphiques inspirés des nombreuses comédies étrangères qu’on retrouve sur le marché québécois. Les affiches et les



Figure 15 : Affiche. *Pas de vacances pour les idoles* (1965). Coll. Cinémathèque québécoise.



Figure 16 : Affiche. *L'Apparition* (1972). Coll. Cinémathèque québécoise.

publicités des comédies utilisent, en totalité ou en partie²⁶⁸, des dessins marquant l'aspect fantaisiste et humoristique des films [Figure 15,16 et 17]. On utilise aussi la caricature pour que les vedettes principales soient facilement reconnaissables; étant un élément majeur de séduction du spectateur. Comme les films américains qui affichent en grosses lettres l'identité des plus prestigieuses vedettes, les comédies québécoises placent bien en

vue le nom d'Yvon Deschamps, de Gilles Latulippe ou de Dominique

Michel. Tout nom susceptible d'être reconnu par les spectateurs est présent sur les affiches [Figure 18]. La présence des noms d'une quantité impressionnante de vedettes secondaires bien connues du public les distingue véritablement des affiches américaines et françaises. On exploite au maximum la culture locale en amplifiant les liens de proximité que ne peuvent afficher les productions étrangères. Les affiches québécoises sont un savant mélange de réappropriation permettant d'interpeler familièrement le public qui répond avec enthousiasme. Pendant

les dix années étudiées ici, les comédies locales investissent le marché et réussiront, nous le verrons, à tirer leur épingle du jeu dans la lutte pour le succès financier.



Figure 17 : Affiche. *Les aventures d'une jeune veuve* (1974). Coll. Cinémathèque québécoise.

²⁶⁸ La seule exception est l'affiche de *Le p'tit vient vite* qui ne comporte que des photographies.

J'espère avoir démontré que les stratégies marketing se développent rapidement à la fin des années 1960, grandement aidées par la mise en place de la SDICC. On passe d'un marketing plus ou moins organisé fait par les compagnies de distribution, à un marketing élaboré où l'on engage des firmes spécialisées dans ce domaine. La promotion et la publicité se diversifient en s'intégrant au commerce à grande échelle, et permettent à un nombre croissant de personnes de vivre simultanément une même expérience cinématographique qui les cible directement. On augmente l'efficacité de la publicité et la visibilité des films dans le paysage culturel en est accrue, ce qui amplifie le phénomène de « cérémonie de masse » nécessaire à la constitution d'une communauté imaginée. Ce processus est aussi un exemple probant de la stratégie de décrochage de la réappropriation, par laquelle les acteurs locaux de la culture vont réutiliser des techniques commerciales qui étaient l'apanage des compagnies et studios étrangers quelques années auparavant, en les transformant pour un public local qui se laisse séduire bien plus que les observateurs l'ont laissé entendre jusqu'à présent.



Figure 18 : Bas de l'affiche de *Y a toujours moyen de moyenner!* (1973), Coll. Sacha Lebel.

Chapitre VIII

« Comme du beurre dans une “poêle” chaude! »

Réception des objets culturels

Le portrait de la réception des œuvres sera peint selon trois aspects : la distribution, les recettes en salles et les commentaires favorables. Il ne s’agit toutefois que de l’amorce du portrait, puisque je réserve les interprétations possibles des œuvres pour les chapitres subséquents. Cette esquisse va nous permettre de cerner l’influence du corpus dans la population et d’avoir une meilleure idée de son « poids culturel », bref de son acceptation et de son intégration dans la vie quotidienne des spectateurs.

Le parcours de distribution des films sera décrit en observant principalement la durée de l’exploitation²⁶⁹. Nous verrons qu’entre 1965 et 1975 un changement important s’opère dans la distribution des films locaux. La transition s’effectue d’un système de distribution en plusieurs phases (d’abord à Montréal, ensuite en région) vers une distribution de grande envergure (un peu partout en même temps). Cette diffusion imposante se fait conjointement avec une campagne publicitaire massive, plus intense, mais moins longue, à l’échelle de la province. Cette méthode est une appropriation de la technique de distribution des compagnies étrangères, surtout américaines, qui à l’orée des années 1970 développent la stratégie de la superproduction communément appelée *Blockbuster*. Ce phénomène ne peut avoir lieu sans le développement général d’une industrie québécoise du cinéma – qui permet le financement

²⁶⁹ Les documents officiels des compagnies de distribution étant indisponibles, je me suis rabattu vers les publicités du journal *La Presse* pour reconstituer le parcours en salles de chacun des films. Le portrait comporte une marge d’erreur possible, dans la mesure où les projections des films ont pu se poursuivre sans être annoncées dans le journal ou encore être effectuées dans des salles qui ne sont pas incluses dans les publicités.

accru des productions locales et l'impression de plusieurs copies de projection, par exemple – qui reflète l'acceptation par la population de la « modernité » économique qui s'impose à l'époque. Les descriptions des parcours de distribution viendront soutenir les informations concernant les résultats financiers. Je ferai état des chiffres disponibles qui, en fonction du prix moyen du billet de cinéma pour chacune des années concernées²⁷⁰, me permettent de déduire un nombre approximatif de spectateurs. Enfin, une présentation des commentaires favorables aux films, issues des journaux quotidiens et des hebdomadaires ludiques, sera faite en soulignant lorsque possible les points d'intérêts attribués aux œuvres et les traces de leur acceptation par le public. Je garde toutefois en mémoire la critique que ces sources historiques – surtout les hebdomadaires ludiques – permettent la possible complaisance des auteurs qui étaient parfois enclins à publiciser plutôt que réellement évaluer les œuvres. Par conséquent, ne sont pas retenus les articles qui visiblement n'étaient que des copies, à peine camouflées, des communiqués de presse²⁷¹. Rappelons-nous simplement qu'ils ont contribué, malgré tout, à une acceptation positive des films et que leur appréciation complaisante est le reflet d'une spectature intéressée surtout par le plaisir, même si celui-ci est déclenché par une vulgarité peu appréciée dans les hautes sphères. Denis Héroux et Marcel Gamache n'étaient pas des spécialistes de Rabelais mais leur comique empruntait souvent aux mêmes sujets dont Bakhtine disait qu'ils étaient les exutoires de la frustration sociale.

Portrait de la distribution et de la réception

²⁷⁰ Le prix moyen du billet de cinéma subit une constante et importante hausse entre 1970 et 1975 passant de 1,58\$ à 2,50\$. Ainsi, 1 000 000\$ de recettes représente 632 911 spectateurs en 1970 mais seulement 400 000 spectateurs en 1975.

²⁷¹ La plupart des communiqués de presse officiels diffusés par les distributeurs sont disponibles dans les dossiers de presse de chacun des films qu'on retrouve à la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise.

Pas de vacances pour les idoles

Soutenu financièrement par Joseph-Alexandre DeSève et sa compagnie de distribution *France-Film*, *Pas de vacances pour les idoles* est présenté dans les deux salles montréalaises appartenant au distributeur (le St-Denis et le Bijou) pendant quatre semaines consécutives pour ensuite être à l’affiche deux semaines des cinémas de Paris et Pigalle à Québec, avant de terminer sa vie dans les autres salles du réseau. La publicité du film présentée dans *La Presse* du 6 novembre 1965 indique que le film a été vu par 68 237 spectateurs pendant les trois premières semaines d’exploitation. Les frères Héroux confirment dans le *Journal des vedettes* du 27 novembre (p. 34) que le film a attiré 65 000 personnes en quatre semaines seulement au St-Denis. En étant conservateur, il est possible de déduire que le film a généré environ 80 000 entrées à Montréal (le Bijou n’étant pas une salle très performante) et possiblement autant pour le reste de la province. Le *Journal des vedettes* du 16 avril 1966 indique que le film aurait attiré 300 000 spectateurs. Ce chiffre m’apparaît un peu élevé, sachant que le réseau de distribution de *France-Film* en dehors de Montréal et Québec n’avait pas, au dire de Denis Héroux, une très bonne réputation (*Objectif 1966*, p. 18). La moitié de ce total est plus vraisemblable, ce qui constitue tout de même un succès convenable pour cette production au budget publicitaire limité. La critique est somme toute assez favorable : des dix répertoriées, quatre sont très négatives et six concluent que malgré certaines faiblesses l’expérience est plutôt réussie. Guy Sarazin du *Dimanche-Matin*²⁷² invite les jeunes de 12-13 ans à se rendre aux projections, tandis que *La Presse* et *Le Soleil* soulignent qu’il s’agit d’un petit film « sans prétention » constitué de « quelques gags efficaces, sinon excellents »²⁷³, dont l’histoire « est

²⁷² 17 octobre 1965, s.p.

²⁷³ *La Presse*, 16 octobre 1965, p. 17.

racontée avec humour, musique, amour et danse »²⁷⁴. La critique de l'*Échos Vedettes* du 6 novembre invite ceux qui aiment rire à se rendre en salles et celle d'Alain Pontaut dans *Le Devoir* indique qu'il s'agit d'« [u]ne certaine victoire. Un film bien plus drôle que “Léopold Z” »²⁷⁵. Les commentateurs insistent souvent sur le fait que le film est destiné au public adolescent, déjà vendu au mouvement musical yé-yé, et qu'ils apprécieront certainement. Un petit exemple d'acceptation symbolique se trouve chez cette jeune femme, émerveillée par la beauté de son idole Donald Lautrec, poussée à écrire au journal *Télé-Radiomonde* pour quémander une photo du chanteur puisqu'elle « en rêve »²⁷⁶ depuis qu'elle la vue dans le film.

En comparaison avec les résultats aux guichets des films suivants du corpus, *Pas de vacance pour les idoles* fait pâle figure. Il faut pourtant le considérer comme une réussite dans la mesure où il pave la voie à la mise en chantier de films axés sur le divertissement et s'adressant à un large public. Son succès permet aux frères Héroux de financer leur prochain projet (*Valérie*) qui remportera un grand succès commercial.

Deux femmes en or

Cinq ans plus tard, *Deux femmes en or* prend l'affiche, lui aussi dans le réseau de *France-Film*. Le film de Claude Fournier s'avère être un succès retentissant et tient l'affiche des salles St-Denis et Bijou pendant 24 semaines. Il poursuit sa vie à Montréal deux semaines de plus dans les salles Verdun (deux semaines), Mercier et Électra (une semaine chacune), pour un total de 26 semaines à l'affiche sur l'île de Montréal. Il paraît à Québec le 6 juin au Cinéma de Paris et est maintenu à l'écran pendant 20 semaines. Il est difficile de connaître

²⁷⁴ *Le Soleil*, 19 novembre 1965, p. 27.

²⁷⁵ 18 octobre 1965, s.p.

²⁷⁶ 20 novembre 1965, p. 26.

exactement le reste du parcours, mais les résultats financiers sont estimés à 2 500 000 \$²⁷⁷ seulement au Québec²⁷⁸ ce qui implique, avec un prix moyen du billet à 1,58 \$²⁷⁹, environ 1 582 000 spectateurs. Ces résultats font de *Deux femmes en or* le plus grand succès (en nombre d'entrées) de l'histoire du cinéma québécois²⁸⁰.

Quand les critiques négatives fondent leur discours sur l'esthétique et les qualités techniques du film, les critiques favorables mettent plutôt l'accent sur les plaisirs qu'apporte la projection. Dans un article intitulé : « Deux femmes en or... à mourir de rire²⁸¹ », l'auteur appuie son titre en écrivant : « [o]n y rit [...] beaucoup et c'est déjà une qualité majeure. » Plus loin, il souligne l'importance de l'humour et de l'originalité de l'œuvre : « [l]e cinéma québécois avait tellement besoin d'un courant d'air frais, que je n'ai même pas retenu les défauts du film. » Il admet une technique déficiente, mais confirme à son lectorat qu'il n'y verra que du feu et que le plaisir sera au rendez-vous. Dans son article « *Deux Femmes en Or* » la première comédie québécoise, Louise Tassé offre une critique dithyrambique qui

²⁷⁷ Certaines sources (Lever 1995, p. 306, par exemple) présentent des résultats financiers de quatre million de dollars pour le film. Claude Fournier et Marie-Josée Raymond confirment, chiffres à l'appui, les recettes de 2 500 000\$ avant l'exploitation du film en anglais et à l'international (*La Presse*, 12 juin 1971, p. C9). Dans un article du journal *La Presse* datant du 15 janvier 1987, Luc Perreault rapporte que selon le pdg de *France-Film*, Pierre René, les recettes du film auraient été en réalité de 2 625 000\$.

²⁷⁸ *Variety*, 27 novembre 1974, p. 31 et *La Presse*, 12 juin 1971, p. C9.

²⁷⁹ Le calcul du prix moyen pour chacune des années a été fait de cette façon : j'ai divisé le totaux additionnés des recettes en salles commerciales (Hébert et Lamonde 1981, Tableau 59) et de la taxe d'amusement (*ibid.*, Tableau 68) par le nombre d'entrées en salles commerciales (*ibid.*, Tableau 40). Par contre, il est fréquent que les films « pour tous » aient des rabais destinés aux enfants sur le prix d'entrée, ce qui implique que le nombre de spectateurs réels peut être plus élevé que celui présenté.

²⁸⁰ À titre de comparaison, *Séraphin - Un homme et son péché* (Charles Binamé, 2002) et *Bon Cop Bad Cop* (Éric Canuel, 2006) se retrouvent respectivement en première et deuxième position du palmarès des meilleures assistances depuis 1985 avec 1 341 602 et 1 320 394 spectateurs (Voir : http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/resultats-exploitation/palmares_programme_simple.htm. Consulté le 16 avril 2018).

²⁸¹ Sans nom de journal, sans auteur, sans page. Trouvé dans le document de presse de *Deux femmes en or* disponible à la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise.

présente le film avec un récit « assez mince », mais où « [...] l'action est soutenue et le rythme des gags et des situations cocasses ne ralentit pas. Et le film est d'autant plus savoureux que Claude Fournier y a fait ressortir un humour typiquement québécois »²⁸². Contrairement aux critiques négatives de certains de ses collègues masculins qui affichent un certain puritanisme, elle défend essentiellement le film grâce à l'humour qu'il propose et laisse totalement de côté les scènes de sexe ou de nudité. Elle interpelle ses lecteurs en utilisant les termes « humour typiquement québécois » et tente ainsi de créer du sens (ce que le théoricien John Fiske appelle *relevance*) en soulignant que le film s'adresse surtout à eux. Mais, elle ne définit pas ce qu'est cet « humour typiquement québécois » permettant plutôt au spectateur d'interpréter librement et selon sa propre expérience. Même s'il appartient à cette communauté vernaculaire nouvelle, chaque individu possède sa propre conception de l'humour et de la comédie. Louise Tassé se sert du plaisir du rire, donc du corps qui s'évade, pour convaincre son lectorat que *Deux femmes en or* est un film qui leur plaira. L'article du journal *Minuit* utilise une stratégie différente : il met de l'avant l'humour qu'on retrouve dans l'œuvre de Claude Fournier, mais souligne aussi la description des plaisirs du corps excessif. Il s'agit d'un journal à tendance érotique, et l'article est intitulé *Prétexte nouveau pour montrer les « fofounes » de nos acteurs québécois*. Il tient pourtant à préciser que le film ne verse pas dans l'obscénité : « [L]es cotés (sic) obscènes (sic) de ce film sont acceptés facilement par le public du fait qu'ils sont traités avec beaucoup d'humour. Le film est une série ininterrompue de "gags" dignes des meilleures comédies de Louis de Funès »²⁸³. L'humour permet presque tout et l'auteur en ajoute en faisant référence au comique français bien connu des Québécois. Il s'adresse aux adeptes d'humour burlesque et d'érotisme en ajoutant : « [e]nfin, ceux qui sont amateurs

²⁸² *La Patrie*, 31 mai 1970, s.p.

²⁸³ 8 juin 1970, p. 4.

d'érotisme traité avec humour n'ont plus qu'à aller au théâtre Saint-Denis pour voir ce film qui est de taille et rivalise avec tous les films européens du genre »²⁸⁴. Cette critique ne tourne qu'autour des plaisirs que le film apporte – elle décrit presque exclusivement les scènes osées du film – et laisse de côté les aspects thématiques et esthétiques de l'œuvre. Elle s'adresse aux membres d'une communauté où le plaisir est un élément important de l'expérience cinématographique, un public dont la présence en salle confirme le lien créé autour de ces plaisirs.

Après-ski

Quant à la comédie hivernale *Après-ski*, les recettes exactes sont indisponibles. Par contre, le parcours d'exploitation est impressionnant. Selon un article du *Photo-Journal*, le film de Roger Cardinal a rapporté entre 35 000 et 40 000 \$ dans sa première semaine d'exploitation dans le seul cinéma où il est présenté, le Capitol, propriété des Cinémas Unis/*Famous Player*²⁸⁵. Seulement dans la région de Montréal, il reste à l'affiche pendant neuf semaines au Capitol avant de passer au cinéma Alouette pour trois semaines de plus; ensuite, on le réunit en programme double à un autre film controversé (*Pile ou Face*) pour les dix semaines suivantes dans les salles Pigalle et Midi-Minuit. Il termine son parcours pendant les cinq semaines suivantes dans diverses salles de la grande région métropolitaine telle que le Papineau, le Greenfield Park, le Laval, le Verdun, l'Impérial, le Longueuil et le Versailles, pour un total de 27 semaines à l'affiche. Il est difficile d'estimer le nombre de spectateurs, mais le long parcours en salle constitue un excellent indice de profitabilité. Le succès commercial

²⁸⁴ *ibid.*

²⁸⁵ 18 avril 1971, p. 45.

s'explique surtout par la controverse qu'a suscitée l'œuvre et sa réputation de film québécois « le plus cochon » jamais tourné, deux faits qui ont certainement attisé la curiosité du public.

Les chats bottés

Le second long-métrage de Claude Fournier, *Les chats bottés*, est aussi distribué par *France-Film*, mais ne réussit pas à répéter le succès de son prédécesseur. Les aventures des « deux hommes en or »²⁸⁶ sont présentées pendant douze semaines au cinéma St-Denis et seize semaines au Bijou, ce qui représente environ la moitié du temps d'exploitation de son versant féminin. Par contre, la publicité présente dans *La Presse* à la quatrième semaine indique que la distribution du film dans les autres régions du Québec s'est amorcée dès la seconde semaine d'exploitation à Montréal. On voit ici un signe du changement qui s'opère dans la distribution, *France-Film* n'ayant pas attendu la fin de l'exploitation dans la région métropolitaine pour démarrer la diffusion régionale, permettant une période de marketing plus intense et à l'échelle de la province. Claude Fournier m'a confirmé l'existence de cette période de transition qu'il explique par la volonté des distributeurs d'économiser au départ sur le nombre de copies de projection, et de profiter ensuite de la publicité montréalaise qui de toute façon « transpirait dans toute la province »²⁸⁷. Quant aux résultats financiers, Fournier confirme que les recettes ont « touché le million »²⁸⁸, ce qui est bon pour l'époque, mais désappointant, selon lui, comparé aux résultats de son précédent film. Quoi qu'il en soit, nos deux chats bottés ont attiré en salle une foule considérable qu'on peut désormais estimer à environ 600 000 personnes.

²⁸⁶ Claude Fournier m'indiquait que *France-Film* voulait que le film s'intitule *Deux hommes en or*, ce qu'il a refusé. Il avoue aujourd'hui que le film aurait probablement affiché de meilleurs résultats sous ce titre (Correspondance de l'auteur, 4 avril 2018).

²⁸⁷ Correspondance de l'auteur, 9 avril 2018.

²⁸⁸ Correspondance de l'auteur, 4 avril 2018.

Le Devoir et *La Presse* offrent des critiques négatives qui rappellent que le film n'a pas les qualités de *Deux femmes en or* qui subit ici une quasi-réhabilitation. Dans le journal *La Patrie*, *Les chats bottés* est choisi par Robert Lévesque et Louise Tassé comme leur « choix »²⁸⁹ de la semaine. Selon eux, le film est une « série de gags visuels qui ont le seul tort de faire taire Donald Pilon dont le jeu parlé avait tant été apprécié dans ses autres films »²⁹⁰. La critique du *Télé-Radiomonde* souligne certaines faiblesses du film, mais invite tout de même le public à aller rire en affirmant qu'il est « moins bon que "Deux femmes en or", mais aussi drôle »²⁹¹. Celles d'*Échos Vedettes* et du *Petit-Journal* vont dans le même sens. On y souligne quelques défauts, surtout la seconde partie qu'on considère trop échevelée, mais on rappelle aussi que le film offre : « l'occasion de rire souvent et [...] procure une bonne soirée de détente pour laquelle il vaut la peine de se déplacer »²⁹².

Tiens-toi bien après les oreilles à papa...

Ciné-Art lance *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* à la toute fin de 1971 simultanément dans cinq salles de l'île de Montréal, ce qui est sans précédent. La comédie reste à l'affiche des cinémas *V*, *Fleur de Lys* et *de Paris* pendant quatorze semaines, mais poursuit son exploitation dix semaines de plus dans les salles *Jean-Talon* et *Maisonneuve* pour un total de 24 semaines en région Montréalaise. Au mois d'avril 1972, il entame la tournée des régions en passant par les villes de Québec, Sherbrooke, Granby, Sorel, St-Hyacinthe, Drummondville, Joliette, St-Jérôme, Victoriaville, Alma, Jonquière, Roberval, Chicoutimi, Val-d'Or, Rouyn-Noranda, Thedford, St-George de Beauce, Mont-Laurier, etc. Il termine son

²⁸⁹ Il s'agit d'une sous-section intitulé *Notre choix* qu'on retrouve dans leur chronique *Cinéma Express*.

²⁹⁰ *La Patrie*, 20 juin 1971, p. 52.

²⁹¹ 19 juin 1971, p. 10.

²⁹² *Le Petit-Journal*, 27 juin 1971, p. 1 Cahier cinéma.

exploitation pendant l'automne dans les ciné-parcs, et il est toujours à l'affiche au moment de la sortie de la seconde comédie produite par *Mojack Fims*, *Le p'tit vient vite*. Il revient encore à l'affiche pendant quelques semaines à Montréal dans les salles *Commodore* et *Régat* en février 1973 au moment de la sortie de *J'ai mon voyage! Tiens-toi bien aux oreilles à papa...* est l'un des gros succès de l'année 1972, avec des recettes totales avoisinant les 900 000 \$²⁹³ pour un auditoire d'environ 530 000 spectateurs.

La comédie de Jean Bissonnette fait partie, avec *J'ai mon voyage!*, des films qui ont reçu les critiques les plus favorables – excluant les revues spécialisées, bien sûr. Des dix articles compilés, seulement deux sont hostiles (*La Presse* et *Le Soleil*). Fernand Patry du *Journal des vedettes* rappelle que « [l]es scènes comiques se succèdent à un rythme excellent [...] » et que « [...] c'est un film qui a une histoire, un dénouement, pas de sexe, des textes intelligents et des interprètes de choix »²⁹⁴. Jacques Chrétien du *Petit-Journal* met l'accent sur la drôlerie des interprètes : « Autant Dominique Michel, explosive, “rien que sur une patte” est comique, autant Yvon Deschamps, relaxé, pince-sans-rire, un peu philosophe à sa façon, est drôle à mort »²⁹⁵. Les commentaires de Coco Letendre dans le *Photo-Vedette* du 8 janvier 1972 sont eux aussi très optimistes : « Je m'attendais à rire. La Dodo, c'est ben simple, elle me “tord”. Je pense que je n'ai pas manqué un “Moi et l'autre” pendant 5 ans. Ceci étant son premier film, je me demandais un peu comment ça allait se passer. Comme du beurre dans une “poêle” chaude! Wow! ». De son côté, Anne Beaudry-Gourd signe une critique dithyrambique où elle soulève non seulement les qualités humoristiques du film, mais aussi l'importance du message de dénonciation de la situation défavorable des francophones au Québec que

²⁹³ *Variety*, 27 novembre 1974, p. 31.

²⁹⁴ 1^{er} janvier 1972, p. 24-25.

²⁹⁵ 6 au 12 janvier, p. 1, Cahier cinéma.

comporte le film²⁹⁶. Globalement, les critiques positives s'accordent toutes sur l'efficacité comique de l'œuvre.

L'Apparition

Les résultats au guichet pour le second film de Roger Cardinal, *L'Apparition*, sont aussi indisponibles, mais dans ce cas, le parcours d'exploitation ne permet pas de supposer une assistance considérable comme pour *Après-ski*. Distribué par les *Films mutuels*, il est au départ présenté dans sept salles de la région de Montréal, pour ensuite diminuer à quatre salles en quatrième semaine et une seule en cinquième semaine. La publicité disparaît du journal *La Presse* après cinq semaines d'exploitation. Excepté la critique pondérée d'Yves Lever dans la revue *Relations* (1972a, s.p.), tous les articles concernant le film sont très négatifs, faisant de *L'Apparition* l'exemple parfait pour donner raison au détracteur du cinéma de comédie québécois.

Le p'tit vient vite

Michel Costom et Richard Hellman n'ont pas hésité à acheter une pleine page dans le journal *La Presse* après la première semaine d'exploitation de leur film *Le p'tit vient vite* pour annoncer l'assistance en salles qui s'élève à 101 392 spectateurs²⁹⁷. Si ces résultats semblent importants, il faut les relativiser. *Le p'tit vient vite* apparaît pendant une période de transition dans la distribution des films québécois; il est présenté en primeur dans quinze salles de la province²⁹⁸, il est donc normal que les résultats de la première semaine soient plus élevés que

²⁹⁶ *La Frontière*, 2 janvier 1972, s.p.

²⁹⁷ 28 octobre 1972, p. C2.

²⁹⁸ Il s'agit, selon le distributeur, du « plus gigantesque lancement dans l'histoire du cinéma du Québec » (Correspondances de *Ciné-Art Films* en date du 5 octobre 1972, Archive de la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise : numéro de référence, 2001.0360.17.AR.).

ceux de ses prédécesseurs qui débutaient dans une poignée de salles seulement. Un document dactylographié datant du 30 octobre 1972²⁹⁹ indique des recettes totales de 185,815.72 \$ après deux fins de semaine d'exploitation (recettes de la semaine exclues). On remarque une baisse des entrées de 35 % (de 65 928 à 43 375) entre le premier et le second week-end dans la province (excluant les grands centres³⁰⁰). Les défauts techniques de l'œuvre, admis et déplorés par Yvon Deschamps lors d'une entrevue télévisée³⁰¹, ont probablement influencé l'assistance. Aux 101 392 entrées de la première semaine complète, on peut ajouter les 43 375 du second week-end pour un total de 144 767 spectateurs. Ce résultat, fort incomplet, est calculé à partir du prix moyen d'un billet cette année-là (1,70 \$) sans tenir compte du prix moindre (un dollar) pour les spectateurs plus jeunes (12 ans et moins)³⁰². L'exploitation en territoire Montréalais dure huit semaines à l'affiche des quatre salles du réseau *Ciné-Art*, ce qui ne représente qu'un tiers du temps de diffusion du précédent film de *Mojack Films*. Son exploitation se poursuit tout de même dans des salles de quartier de la ville. On le retrouve en janvier dans un programme double avec *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* aux cinémas Canadien et Plaza, en mars il est à l'affiche du Ritz, en avril au Cinéma de Montréal et en mai au Cinéma Dollard. On le projette même encore au ciné-parc Vaudreuil en septembre 1974. L'exploitation en province étant peu documentée, il est difficile d'estimer précisément le

²⁹⁹ Archive de la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise : numéro de référence, 2001.0360.17.AR.

³⁰⁰ Montréal, Québec, Hull et Trois-Rivières.

³⁰¹ Le 22 octobre 1972, lors du passage de Deschamps à l'émission *Bon Dimanche* sur les ondes de Télé-métropole, l'acteur invite le public à ne pas se rendre en salle jugeant que le film n'est pas à la hauteur de ses attentes. Le principal problème ne provient pas du scénario ou de la performance des acteurs, mais bien de la technique du film. Les producteurs décident d'employer pour le tournage une technologie nouvelle (Images 655) qui implique la captation par des caméras de télévision pour ensuite être transposées sur pellicule 35mm (*Le Soleil*, 21 octobre 1972, p. 31). Le rendu des couleurs et du son n'étant pas optimal, le résultat déplaît à Deschamps.

³⁰² *La Presse*, 4 novembre 1972, p. C8.

nombre de spectateurs, mais on peut tout de même parler de demi-succès car le film atteint tout de même environ 250 000 personnes.

Du côté de l'appréciation des spectateurs, la critique n'est pas d'un grand secours puisqu'elle se bute généralement à la technique déficiente du film et ne fait état que de l'avis de l'auteur, sans référence au public. Le seul critique non frustré par la technique est George-Hébert Germain qui offre un texte plutôt positif, n'oubliant toutefois pas quelques faiblesses de l'œuvre : « On tombe tout de suite en plein vaudeville, dans une intrigue fort mince et légère, mais fertile en rebondissements et en gags de toutes sortes »³⁰³. Quelques traces d'une réception positive du public sont présentes dans d'autres textes, comme celui de Murray Maltais du journal *Le Droit* qui soulignent l'efficacité de la comédie et les rires qu'elle a suscités en salle : « La réaction de la salle, hier soir, laisse déjà entrevoir pour *Le p'tit vient vite* un beau succès. Les éclats de rire se multipliaient, à mesure que la projection se déroulait, cahin-caha »³⁰⁴. René Lord du *Nouvelliste* (Trois-Rivières) semble, lui aussi, avoir apprécié : « [f]ilm drôle d'un bout à l'autre, avec de multiples soubresauts de l'action, un rythme haletant de gags enchaînés sans répit »³⁰⁵. Si la critique se montre sévère, on peut quand même supposer qu'une frange du public eut une réaction plus positive.

J'ai mon voyage!

J'ai mon voyage! est l'un des meilleurs succès de l'année 1973 avec 1 200 000 \$ de recettes³⁰⁶. La publicité du film pendant son exploitation use du nombre de spectateurs ayant assisté aux projections pour attirer davantage le public et clame sans réserve la présence de

³⁰³ *La Presse*, 20 octobre 1972, p. A1 et A6.

³⁰⁴ 20 octobre 1972, s.p.

³⁰⁵ 21 octobre 1972, p. 15.

³⁰⁶ *Variety*, 27 novembre 1974, p. 31.

127 613 personnes après six jours, 249 765 après treize jours, 328 104 après dix-neuf jours et 500 000 après le premier mois. Ces chiffres sont toutefois cohérents avec les recettes présentées dans le *Variety* qui, en fonction du prix moyen du billet cette année-là (1,90 \$), me permet d'estimer la foule s'étant déplacée aux représentations à quelque 631 579 spectateurs. Le film prend l'affiche simultanément dans seize salles de la province, six à Montréal et dix dans le reste du Québec, pour être exploité pendant onze semaines dans la région montréalaise. Les publicités n'indiquent plus les villes des autres régions après huit semaines. Ici, on remarque que plus le nombre de salles projetant le film est élevé au départ, moins l'exploitation est longue. Les statistiques sont comparables aux meilleurs résultats antérieurs, mais ces résultats sont atteints plus rapidement.

On retrouve une dizaine de textes critiques sur *J'ai mon voyage!* dans les journaux grands publics. Avec le film de Jean Bissonnette, c'est sans doute le mieux reçue, même *Séquences* n'a pas été complètement négatif en disant que « [...] l'ensemble compose un spectacle agréable, propre et assez plaisant » (Éthier 1972, p. 28). Luc Perreault de *La Presse* dit qu'il s'agit d'une comédie d'assez bon goût³⁰⁷, Robert Guy Scully du journal *Le Devoir* dit qu'« on y va pour voir un bon programme de télévision, assez drôle, sur un écran un peu plus généreux »³⁰⁸ et Claude Jasmin du *Journal de Montréal* affirme : « [i]l s'agit d'une comédie. Et j'ai ri. Si vous riez au (sic) films de Jerry Lewis ou de M. de Funès vous rirez aussi au dernier film de Denis Héroux [...] »³⁰⁹. Il ajoute plus loin : « Au Parisien, vendredi soir, les rires fusaient et le public en général, sembla fort satisfait de cette production des frères

³⁰⁷ 24 février 1973, p. A9.

³⁰⁸ 24 février 1973, p. 25.

³⁰⁹ 24 février 1973, s.p.

Héroux »³¹⁰. Maurice Desjardins, lui aussi du *Journal de Montréal*, va dans le même sens en estimant, de façon évidemment très approximative, qu'il y avait lors de la projection un rire à la minute³¹¹.

Y a toujours moyen de moyenner!

La seconde comédie de Denis Héroux à prendre l'affiche en 1973 n'a pas obtenu un succès financier aussi important. *Y a toujours moyen de moyenner!* est lancé sur douze écrans (cinq à Montréal et sept dans les autres régions) et demeure dans les salles montréalaises pendant huit semaines au total. La publicité du film dans *La Presse* du 27 octobre annonce que 224 315 spectateurs ont assisté aux projections en 25 jours. Ce résultat est vraisemblable selon les statistiques de recette au guichet présenté dans le rapport annuel de la SDICC (1974-1975) qui indique que le film aurait accumulé environ 600 000 \$ au total, ce qui représente 315 790³¹² spectateurs.

Nous avons constaté au cinquième chapitre l'hostilité de la critique face à ce film mettant en vedette Jean-Guy Moreau, Yvan Ducharme et Willie Lamothe. Malgré l'opinion généralement défavorable que les auteurs expriment, plusieurs soulignent l'efficacité comique du film ou les performances adéquates des acteurs. L'article du *Télé-Radiomonde* se plaint du trop important placement de produits ; par contre il met en relief les performances des Moreau et Lamothe sur lesquels le film repose. Denis Tremblay mentionne que le film « est un truc relativement habile et efficace », et ne lésine pas sur les louanges concernant la prestation de

³¹⁰ *ibid.*

³¹¹ *ibid.*

³¹² Prix moyen du billet en 1973 : 1,90\$.

Jean-Guy Moreau³¹³. Le reportage concernant la première du film paru dans le *Journal de Montréal* le 28 septembre, souligne que les comédiens « [...] réussissent à faire s'esclaffer un public ravi de reconnaître sur l'écran des comédiens qui lui sont familiers, dans un décor où il a l'habitude de vivre, à travers des mots et des gestes qu'il emprunte quotidiennement »³¹⁴. Serge Dussault de *La Presse*, dans un texte d'une rare prétention, rappelle à ses lecteurs que *Y a toujours moyen de moyenner!* n'est pas du cinéma, mais de la télévision, en revanche il ajoute ceci : « [l]es sketches à l'enfilade qui composent ce qu'au cinéma on appelle habituellement le scénario, ont fait rire le public et même parfois les critiques, qui desserraient les dents sans toutefois lâcher leur douze »³¹⁵. De son côté, Claude Daigneault concède que le film fait rire « suffisamment pour avoir l'impression de ne pas s'être ennuyé »³¹⁶.

La pomme, la queue... et les pépins!

Marie-Josée Raymond produit pour une bouchée de pain (109 000 \$) la troisième comédie réalisée par Claude Fournier en cinq ans, *La pomme, la queue... et les pépins!* L'œuvre au ton rabelaisien est lancée sur dix écrans de la province, dont cinq dans la région montréalaise. Après huit semaines d'exploitation, le film a accumulé 500 000 \$³¹⁷ et termine son parcours, au dire de Claude Fournier³¹⁸, avec des recettes avoisinant les 1 500 000 \$. C'est donc approximativement 669 000 spectateurs qui assistent aux projections de cette comédie égrillarde, faisant d'elle l'un des plus gros succès de l'année.

³¹³ Journal inconnue, sans date et sans page, disponible dans le dossier de presse du film qu'on trouve à la Médiathèque Guy-L.-Côté de la Cinémathèque québécoise.

³¹⁴ 28 septembre, p. 3.

³¹⁵ 28 septembre 1973, p. D8.

³¹⁶ *Le Soleil*, 13 octobre 1973, p. 38.

³¹⁷ *Variety*, 27 novembre 1974, p. 34.

³¹⁸ Correspondance de l'auteur, 4 avril 2018.

Malgré l'affluence des spectateurs, les traces d'appréciation du film se font rares. La vulgarité de l'œuvre a raison de la majorité des critiques qui se désolent de la comédie grasse et de la représentation surabondante, sur l'écran, des fonctions primaires du corps humain³¹⁹. Le seul à offrir de minces commentaires positifs, noyés dans une mer de reproche, est Claude Daigneault du journal *Le Soleil* qui écrit : « [o]n rit. Pas tout le temps, mais assez souvent, comme devant une pièce de boulevard. C'est saugrenu, truculent, sarcastique, mais sans grande finesse »³²⁰. Plus loin, il ajoute : « [l]e dialogue est assez serré et quelques gags lui doivent beaucoup. Fournier a d'ailleurs mis des situations québécoises d'un haut ridicule qui ne peuvent pas ne pas faire rire [...] »³²¹. Encore ici une lecture rapide de la critique peut facilement laisser croire que le public ne trouve pas son compte à la projection du film. Une entrevue accordée par Claude Fournier et Marie-Josée Raymond, où ils rapportent avoir participé à une émission de radio dans la région de Montréal, nous laisse entrevoir la possibilité contraire : « [l]es gens qui appelaient disaient à peu près tous la même chose : “Je suis allé voir le film, j'ai ri et je me suis bien amusé” [...] »³²². Fournier défend évidemment son film qui est encore en salle, mais le critique Daigneault soutiendra la présence de la vulgarité dans son film et les ressorts du plaisir qu'elle procure au public populaire :

Ce qui fait et fera toujours le succès d'un film comme celui de Fournier chez un public populaire ne tient pas tellement au fait qu'il lui fait voir de beaux corps nus, [mais] qu'il lui permet de prendre sa

³¹⁹ Ce commentaire de Pierre Brousseau résume assez bien le discours des critiques en général : « Il n'y a qu'un mot pour qualifier cette putréfaction : de la merde! Jamais n'aura-t-on autant parlé de “cul” dans un film, autant “roté”, “pété” et être plus mal engueulé... » (*Échos Vedettes*, 5 octobre 1974, p. 14).

³²⁰ 12 octobre 1974, p. D4.

³²¹ *ibid.*

³²² *ibid.*

revanche, dans la sécurité d'une sombre salle de cinéma, sur les institutions qui l'écrasent³²³.

Les deux pieds dans la même bottine

Distribué par les *Films mutuels*, *Les deux pieds dans la même bottine* est, lui aussi, lancé dans un grand nombre de salles simultanément (treize au total). Par contre, son parcours sera de courte durée. Dès sa quatrième semaine d'exploitation, on ne le retrouve plus que sur l'écran du ciné-parc Odéon. La tournée des ciné-parcs est généralement réservée aux films en fin de parcours qui sont offerts à prix réduit en programme double ou triple. L'hebdomadaire américain *Variety* rapporte que le film a tout de même bien fait dans sa première semaine de diffusion en rapportant environ 100 000 \$³²⁴. Un document de production manuscrit découvert dans le dossier de presse du film disponible à la Cinémathèque québécoise, confirme et précise le montant de la première semaine : 99 709 \$. On y trouve aussi le résultat de la seconde semaine, 47 213 \$, laissant voir une chute importante des recettes. Le cumulatif des deux premières semaines, 146 922 \$ – ce qui dépasse le budget initial du film (130 000 \$) –, permet d'estimer les spectateurs à quelque 65 298 individus. Avec son temps d'exploitation très court, il est difficile de croire que le film ait été vu par plus de 100 000 personnes. Sans surprise, les critiques ne sont en rien dithyrambiques. En fait, il m'a été impossible de trouver le moindre commentaire positif concernant cette comédie principalement destinée aux enfants.

Les aventures d'une jeune veuve

Les aventures d'une jeune veuve est la troisième comédie en quatre ans à mettre en vedette Dominique Michel, mais son pouvoir d'attraction semble s'être effrité légèrement. Le film débute dans 18 salles de la province, passe à quatorze à la troisième semaine et à six à la

³²³ *ibid.*

³²⁴ 27 novembre 1974, p. 34.

cinquième semaine. Le film n'est plus annoncé dans *La Presse* à la sixième semaine, mais il poursuit son chemin et on le retrouve dans les ciné-parcs quelques mois plus tard. *Le Journal de Montréal* du 7 janvier 1975 rapporte que le film aurait rapporté 252 834 \$ en 6 jours, et le rapport annuel de la SDICC publié le 30 juin de cette année parle d'environ 800 000 \$ après six mois d'exploitation³²⁵, ce qui représente au minimum 320 000 spectateurs.

Malgré une performance convenable au guichet, les commentaires favorables et les traces d'une acceptation du public ne sont pas abondants et les rédacteurs de critiques, autant ceux des quotidiens que des hebdomadaires, semblent s'être lassés des comédies au point de ne plus daigner leur accorder la moindre ligne, même désobligeantes. Claude Daigneault, qui ne rate jamais une occasion de vilipender un film, avoue timidement dans son texte que « [c]ertains gags [du film] sont divertissants »³²⁶. La seule critique véritablement favorable est celle du journal *Le courrier de St-Hyacinthe* où l'auteur, Alain Dufault, a grandement apprécié l'œuvre, surtout Dominique Michel qu'il a trouvée : « [t]rès drôle dans son genre. Elle allait nous divertir du début à la fin par sa mine enjouée et ses aventures cocasses »³²⁷. Plus loin, il laisse entendre que le public a aussi apprécié son expérience :

“Les aventures d'une jeune veuve” a retenu l'attention des maskoutains par ses prises de vues amusantes. Ce film “pour tous” de Roger Fournier est une réalisation humoristique qui se compare avantageusement aux films de Gerry (sic) Lewis, le comique américain. C'est indubitablement une réussite sur toute la ligne [...] ³²⁸.

³²⁵ Le film n'avait pas complètement terminé son exploitation à ce moment, j'ai retrouvé sa trace au *Ciné-parc Boucherville* en octobre 1975 par exemple.

³²⁶ *La Presse*, 11 janvier 1975, p. D4.

³²⁷ 8 janvier 1975, p. B2.

³²⁸ *ibid.*

Sans pouvoir être considéré comme le point de vue général des spectateurs, la section « l'opinion du public » du journal *Le Soleil*, laisse entrevoir la possibilité d'une réception positive. Monsieur Roger Fraser de Sainte-Foy, après avoir pourfendu le cinéma pornographique, rappelle que la comédie est plus saine en affirmant que *Les aventures d'une jeune veuve* l'a rendu « [...] fier d'être "Canadien" voire "Québécois". Je vous encourage à vous divertir durant près de deux heures. Je félicite Dominique Michel [...] »³²⁹.

Tout feu, tout femme

Tout feu, tout femme est le seul film du corpus dont les piètres résultats financiers sont confirmés par des chiffres officiels et complets. Avec un budget initial de 380 000 \$, le film n'a récolté au total que 202 308,43 \$ à la fin de son exploitation le 31 mars 1977³³⁰. Comme ses prédécesseurs, il débute dans six salles de la région montréalaise et une quinzaine de salles à travers le Québec. Un mois plus tard, on ne le retrouve à Montréal qu'à l'affiche du cinéma *Papineau* en programme double avec *Gina*³³¹; il tient l'affiche pendant trois semaines. Les traces d'une réception positive sont introuvables et seul Pierre Francoeur de *La Tribune* ose dire que le film a un mérite : « Celui de nous faire passer rapidement une heure et demie »³³².

Pousse mais pousse égal

À défaut d'avoir accès à des statistiques de recettes-caisses concernant l'exploitation de *Pousse mais pousse égal*, le parcours de distribution a été recréé le plus exhaustivement possible. Les résultats sont surprenants. Le film est lancé simultanément dans quatorze villes

³²⁹ 15 janvier 1975, p. A4.

³³⁰ Ce résultat provient des archives de la compagnie *Cinépix* disponible à la Médiathèque Guy-L.-Coté de la Cinémathèque Québécoise. Numéro de référence : 2002.0487.08.AR.

³³¹ *La Presse*, 19 avril 1975, p. D18.

³³² 29 mars 1975, p. 29.

québécoises le 7 février 1975³³³. Son exploitation totale dure neuf semaines au cours desquelles des projections ont lieu dans 47 salles à travers la province. Une salle le présente six semaines (le Saint-Denis à Montréal³³⁴), une pendant cinq semaines (le cinéma De Paris à Québec), quatre pendant quatre semaines, six pendant trois semaines, onze pendant deux semaines et finalement 24 pendant une semaine, pour un total de 91 semaines de temps-écrans. Ces statistiques s'apparentent à celles du précédent film de Hérroux, *Y a toujours moyen de moyenner!* (on peut donc supputer un résultat financier similaire, voire meilleur). Le nombre de spectateurs est encore inconnu, mais le temps d'exploitation est éloquent et suppose un public nombreux et satisfait.

C'est dans les critiques des journaux populaires (tabloïds, quotidiens du dimanche et hebdomadaires ludiques) qu'il est possible de retrouver des traces des réactions favorables des spectateurs. Dans le *Photo-Journal* du 14 février 1975, Carmen Montessuit soutient que le rire est bien présent pendant la projection : « [...] avec un scénario de Marcel Gamache, on est obligé de rire... même si on prévoit la chute de certains gags qui sont tout de même un peu usés ». Pour elle, la comédie et ses péripéties ont plu aux spectateurs, mais elle croit que le comédien principal est le meilleur atout du film : « [e]t puis, ne serait-ce que pour admirer la performance de Gilles Latulippe, le film vaut la peine d'être vu », écrit-elle. Marc Barrière, dans *Le Journal de Montréal* du 8 février 1975, rapporte l'expérience positive de la première du film à laquelle il assiste en compagnie de « [p]lein de gens ordinaires ayant gagné leur

³³³ Voici la liste complète des salles et des villes lors du lancement : *Saint-Denis* (Montréal), *Le Parisien* (Montréal), *Le Charlot* (Montréal), *Du Nord* (Saint-Jérôme), *Le Paris* (Saint-Hyacinthe), *Salaberry* (Valleyfield), *Joliette* (Joliette), *Rio* (Sorel), *Palace* (Granby), *Royal* (Berthier), *De Paris* (Sherbrooke), *Magog* (Magog), *De Paris* (Trois-Rivières), *Champlain* (Cap-de-la-Madeleine), *Victoria* (Victoriaville), *De Paris* (Québec) et *Taché* (Montmagny).

³³⁴ Il fut présenté dans sept salles différentes de la ville de Montréal au cours de ses neuf semaines d'exploitation.

billet [...] ». Son titre est éloquent : « Les gens étaient morts de rire! “Pousse mais pousse égal” : un long “Symphorien” ». Là encore, le rire et la présence d’un référent culturel bien connu sont les éléments principaux qui conduiront, selon lui, les spectateurs dans les salles obscures. Claude Leclerc, quant à lui, intitule sa critique dans *Secrets des artistes* : « Pousse mais pousse égal : La meilleure comédie du cinéma québécois! »³³⁵. Chez lui aussi les mêmes éléments reviennent, surtout la complicité du duo Gamache/Latulippe : « Gilles y joue avec beaucoup de naturel et de spontanéité et chacun des gags que lui fait dire ou faire Marcel Gamache, obtient l’effet voulu dans la salle [...] les rires fusaient de toutes parts, pendant la projection »³³⁶. Dans sa chronique *Toute la ville en parle...*, datant du 1^{er} mars 1975, André Robert, de l’hebdomadaire *Échos Vedettes*, donne une idée un peu plus précise de la catégorie de spectateurs qui se présente dans les cinémas :

Même si la critique a été loin de se montrer tendre envers les dernières aventures de Gilles Latulippe à l’écran, « Pousse, (sic) mais pousse égal », le public en a décidé autrement. Ce sont des familles entières qui se pressent, en fin de semaine surtout, aux nombreux cinémas de la province, dont le St-Denis à Montréal, qui le diffusent.

Les propos de Gilles Latulippe, lorsque questionné sur les succès du film par Mouse Victor du *Photo-Journal*, vont aussi en ce sens : « Il me semble que “Pousse mais pousse égal! (sic)” marche très bien. J’ai de bons rapports à ce sujet »³³⁷. Sans connaître précisément le nombre d’entrées, il est tout de même possible d’envisager que le film fut un succès convenable et qu’un nombre considérable de personnes y ont goûté un réel plaisir.

Entre 1970 et 1975, les salles de cinéma attirent en moyenne 20 millions d’entrées annuellement. Chaque année, une comédie fait partie des films québécois les plus courus par

³³⁵ 22 février 1975, s.p.

³³⁶ *ibid.*

³³⁷ 29 mars 1975, s.p.

le public attirant des foules qui s'évaluent, en étant conservateurs, entre 1 500 000 (1970) et 600 000 (1975) individus. À elles seules, les comédies québécoises attirent entre 7,5 % et 3 % du public global, tous films confondus. À titre comparatif, cinq des quatorze films étudiés, possiblement six avec *Après-ski*, doivent être considérés comme de grands succès qui ont attiré à eux seuls plus de 500 000 spectateurs, ce qui les classerait parmi les 25 films québécois³³⁸ les plus vus en salle de l'histoire dans le palmarès de *l'Institut de la statistique du Québec* (1985-2016)³³⁹. Trois films, possiblement quatre avec *Le p'tit vient vite*, doivent être considérés comme des succès moyens, se classant dans les 50 meilleurs assistances. Les quatre derniers films ont été vus par des foules limitées et, à l'exception de *Pas de vacances pour les idoles*, les traces d'une appréciation favorable des spectateurs sont faméliques.

Conclusion

Le parcours d'exploitation et les commentaires sur les réactions positives des spectateurs que j'ai présentés précédemment incitent à reconsidérer l'impact de l'ensemble des comédies et à réévaluer leur rôle dans la mise en place d'une expérience culturelle vernaculaire et moderne au Québec. Nous ne devons plus, par nos études, atomiser la culture de masse, mais plutôt la voir et l'aborder comme un ensemble où les éléments sont en constantes interactions. Le cinéma de comédie des années 1960-1970 s'insère résolument, par la réappropriation de méthodes de production, de distribution et de mise en marché du cinéma américain, dans l'agrégat de la culture industrielle au Québec en contribuant non simplement à la transformation du paysage cinématographique, mais aussi en étant un des éléments de la

³³⁸*Deux femmes en or* (1 582 278 spectateurs), *La pomme, la queue... et les pépins!* (669 643 spectateurs), *J'ai mon voyage!* (631 579 spectateurs), *Les chats bottés* (606 060 spectateurs) et *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* (529 411 spectateurs).

³³⁹http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/resultats-exploitation/palmares_programme_simple.htm. Consulté le 16 avril 2018.

reconfiguration de l'entière de la culture de masse locale auquel la radio, la télévision et le monde du spectacle en général contribuaient déjà activement depuis quelques décennies. Cette culture participe au monde du commerce, un monde hiérarchisé où la réussite est comprise et quantifiable par des résultats financiers et une présence abondante dans les médias. À l'époque, on accorde encore une valeur symbolique très forte au grand écran, diffuseur de mille et une rêveries et créateur de vedettes internationales. Le succès de plusieurs des films locaux de comédies et leur abondante visibilité dans les médias, sont perçus par le public comme un symbole de la réussite de la nouvelle communauté québécoise face aux autres nations. Le développement d'une industrie locale avec ces « stars » et ces « grands succès » symbolise aussi l'indépendance, économique et culturelle, face aux cultures étrangères et la capacité d'accomplir les mêmes projets que le reste du monde. Si la réappropriation du modèle industriel dominant implique une résistance culturelle face à une culture hégémonique, elle suppose aussi l'acceptation par la population des structures du libéralisme économique et de ses aléas parfois négatifs. Ce sont les possibilités considérées comme positives qui sont privilégiées par les citoyens : l'accessibilité au confort, la simplification de la vie quotidienne par la technologie, la liberté de choix du consommateur, l'individualisme et les plaisirs. Ce sont des idées inscrites dans le système économique auquel le cinéma de masse adhère et elles influent inévitablement sur les spectateurs qui y résistent et les accèdent tout à la fois. Par sa consommation abondante de cette culture marchandisée, tous médias confondus, le public nourrit sa vision – moderne – du nouveau paradigme national qui se constitue à l'époque.

Partie IV

O.K.... mais vouère une vue qu'ossa donne?

Introduction

Quelques films qui chamboulent l'ordre

Détestées par la critique, oubliées par l'histoire, les comédies québécoises produites entre 1965 et 1975 ont attiré un large public qui avait la possibilité d'accepter et d'intégrer ces œuvres à son bagage culturel. Les trois films qui constituent cette dernière partie (*Pas de vacances pour les idoles*, *Deux femmes en or* et *Pousse mais pousse égal*) ont contribué au paysage culturel d'un public vivant d'importants changements sociaux. Ils abordent chacun une facette singulière d'une transformation culturelle qu'une nouvelle génération de créateurs propose à ses contemporains. *Pas de vacances pour les idoles* met en scène de récentes vedettes de la musique populaire, une musique destinée à une jeunesse qui se cherche et qui voit poindre à l'horizon la possibilité d'une vie plus confortable et excitante que celle de leurs parents. *Deux femmes en or* s'inscrit dans le mouvement de libération sexuelle qui apparaît au milieu des années 1960 et y contribue en désacralisant les rapports et en exploitant la ludicité de la pratique, ce qui constitue un contrepoint culturel radical avec la position des élites et des générations précédentes. De son côté, *Pousse mais pousse égal* est un excellent récit de l'influence de la culture télévisuelle sur le public en général et sur le cinéma de comédie en particulier. Denis Héroux a réussi à concevoir un film qui associe réalité courante et comédie, offrant ce que le théoricien John Fiske, dans son approche des cultures populaires, considère comme primordial pour la transformation d'une culture de masse en culture populaire : l'appropriation et l'intégration dans la vie quotidienne du spectateur (1989a, p. 51-57).

Je propose ainsi un regard qui ne se consacre pas seulement aux œuvres, mais aussi à leur place dans la culture populaire québécoise de cette période. Je brosse d'abord le tableau

du contexte culturel spécifique dans lequel chaque film est apparu, en vue de rappeler et mieux considérer leur rôle important dans l'expérience culturelle québécoise de l'époque. Il m'apparaît essentiel de dresser le portrait de l'environnement médiatique des individus qui assistent aux projections afin de mieux comprendre l'acceptation de ces films.

Les études de cas qui suivent explorent plus en détail les possibles interprétations des œuvres qui participent au développement d'un sentiment d'appartenance nationale en émergence. Je crois que le plaisir suscité par l'humour de ces films permet aux spectateurs de vivre et d'accepter cette expérience vernaculaire moderne québécoise, différente des expériences canadienne-anglaise, états-unienne ou encore française. Selon moi, le plaisir physique fait partie des expériences sensibles constituant la culture et la conscience nationales. L'analyse des films veut souligner la présentation d'un corps nouveau irrigué par l'idée et la sensation de la modernité vernaculaire, un corps auquel le spectateur moyen peut s'identifier et qui permet la distinction de diverses instances de domination sociale. Ultiment, l'analyse des films explique les rapports entre ce corps nouveau, l'humour auquel il participe et ce que Gérard Bouchard appelle les procédés discursifs ou stratégies de décrochage. Nous verrons que l'articulation de ces divers éléments permet la constitution d'une « culture fondatrice » proposant une expérience de modernité vernaculaire québécoise.

Chapitre IX

« Du yé-yé à gogo pour des copains dans le vent³⁴⁰ »

Pas de vacances pour les idoles

L'imaginaire collectif occidental des années 1960 est marqué par les hordes de jeunes filles en larmes qui, devant leurs idoles de la musique, frôlent l'hystérie. Encore aujourd'hui, il n'est pas rare de voir resurgir ces images éloquentes pour décrire visuellement l'effervescence et l'importance de ce mouvement culturel chez la jeunesse de l'époque. Les adolescents américains sont, depuis le milieu des années 1950, adeptes d'une musique rythmée – invitation à une danse endiablée – appelée *rock n' roll* qui fait naître quelques grandes vedettes dont Chuck Berry, Buddy Holly et Elvis Presley. Le succès du groupe britannique *The Beatles* au début des années 1960 étend ce phénomène musical à tous les jeunes occidentaux. Le Québec n'est bien sûr pas épargné et, qui plus est, la jeunesse de la province est démographiquement au rendez-vous. Les individus de moins de 19 ans, communément appelés *baby-boomers*, représentent en 1961 44,2 % (Linteau *et al.* 1989b, p. 438) de la population totale et dans ce Québec qui accepte définitivement le commerce de masse, ils deviennent un marché à conquérir.

Des clones des Beatles à Montréal : Contexte culturel

C'est au début de 1964 que les *Beatles* percent véritablement le marché américain en performant deux fois plutôt qu'une au *Ed Sullivan Show* attirant pour chaque prestation quelque 70 millions de téléspectateurs (Lewisohn 1992). En plus des ventes de disques qui ne

³⁴⁰ Il s'agit du slogan publicitaire qui apparaît sur l'affiche du film.

cessent d'augmenter en Amérique du Nord depuis la fin de 1963, le groupe présente son premier film *A Hard Day's Night* (Richard Lester) au milieu de 1964 et il remporte un succès international. Il sera à l'affiche à Montréal une première fois en anglais (le 11 août) pendant quatre semaines aux cinémas Dorval et Capitol (et une cinquième semaine au Capitol seulement) pour ensuite reprendre l'affiche, en français cette fois-ci, le 25 décembre dans différentes salles pour quatre autres semaines. Sachant que les jeunes seront présents en grand nombre, on fait de l'avant-première du 24 décembre au cinéma Mercier un événement pour promouvoir des artistes locaux. En plus du film, on présente sur scène Les Baronets, Les Bel Canto et Ginette Reno entre autres (*Télé-Radiomonde*, 28 novembre 1964, p. 26). Bien qu'au tout début des années 1960 l'industrie musicale et du disque soit déjà en progression au Québec, le succès phénoménal des *Beatles*, communément appelé *Beatlesmania*, vient confirmer que la jeunesse locale se cherche de nouvelles idoles.

L'année 1964 est aussi marquée par l'apparition du terme « yé-yé » pour décrire le courant musical en vogue qui est « [c]aractérisé par la traduction en français de hits américains à la musique simple et rythmée ainsi que par un nombre impressionnant de groupes et d'idoles » (Durand 2007, p. 315). Aussi, on intègre à la catégorie des artistes solos qui ont déjà fait leur place dans le paysage de la musique populaire du Québec, tels que Michel Louvain. Or, ce sont des centaines³⁴¹ de groupes qui incarnent principalement le cœur du phénomène et qui sont produits sur disque dans l'espoir de capitaliser sur la mode. Ils participent à l'industrie grandissante de la musique dite commerciale où la compétition est féroce, ce qui pousse nombre d'entre eux à se démarquer visuellement à défaut de pouvoir se distinguer

³⁴¹ Christian Côté parle de « centaines d'orchestres » (1990, p. 136), tandis que Robert Léger les évalue à « plus de trois cents » (2003, p. 47).

musicalement. On assiste à des spectacles plus farfelus les uns que les autres : tout de blanc vêtus pour *Les Classels*, cheveux et habits roses pour *Les Excentriques*, tenue romaine pour *César et les Romains*, etc. Ils performent principalement dans les salles de danse un peu partout en province, cependant certains d'entre eux, *Les Baronets*, *Les Classels* ou *Les Sultans* par exemple, obtiennent un succès et une visibilité importante dans les grands médias. Ils privilégient tous, à quelques exceptions près³⁴², l'ensemble musical rock composé d'une guitare basse, d'une batterie et de guitares électriques. De plus, ils favorisent « [...] la division des tâches (un/e auteur/e, un compositeur/e, un/e interprète). Ils recherchent le succès populaire immédiat, écrivent, jouent ou chantent sur le modèle du "show-business" américain » (Tremblay 1990, p. 105). Entre 1964 et 1968, les artistes yé-yé, par la réappropriation de la musique populaire étrangère, deviennent les représentants de la nouvelle culture urbaine des jeunes, culture qui place la danse, la bonne humeur, le plaisir et l'idolâtrie au cœur de la pratique.

La diffusion du mouvement yé-yé est aidée par les médias de masse de mieux en mieux structurés et de plus en plus efficaces. La culture de masse soutient un *star-system* musical grandissant et l'arrivée du tourne-disque portatif au format 45 tours/minute est l'une des innovations techniques qui permet à la jeunesse de prendre, littéralement, possession de cette nouvelle culture. Plus question d'écouter la musique en famille et de subir les choix musicaux de papa, maintenant les adolescents peuvent écouter ce qui leur plaît, où ça leur plaît et quand ça leur plaît. Ils ont désormais accès à une culture musicale qui leur est directement

³⁴² Le groupe Les Baronets est un cas singulier. Les trois membres, René Angélil, Pierre Labelle et Jean Beaulne ne jouent pas d'instruments et ont un répertoire majoritairement composé de chansons des *Beatles* traduites plus ou moins adroitement en français. Malgré leur talent musical limité et le peu d'originalité de leur répertoire, ils sont un des groupes qui remportent le plus de succès de l'époque.

destinée, qui peut être au centre de leurs activités sociales et qui, finalement, consolide et accrédite l'existence de leur groupe. Ce n'est pas seulement une musique qui stylistiquement se distingue de celle des générations précédentes; elle émerge aussi avec une esthétique singulière – coupe de cheveux et vêtements nouveaux et extravagants –, mais aussi une attitude spécifique caractérisée par le désir de danser, de chanter, de fêter, de séduire.

Les journaux à potins et la télévision sont des moyens de communication forts importants pour la diffusion de la culture yé-yé. Comme nous l'avons vu au chapitre IV, plusieurs hebdomadaires ludiques font leur apparition au début des années 1960 et viennent s'ajouter à l'offre déjà existante. Entre 1960 et 1965, le tirage total de ces journaux progresse considérablement, passant de 841 885 à 1 136 366 copies par semaine (Québec 1977, p. 101). La plupart d'entre eux s'abreuvent dans cette mer de vedettes « dans le vent » lancées par les nouvelles compagnies de disque³⁴³, et tous les détails de leur vie personnelle et sentimentale sont bien sûr exposés. La majorité de ces publications ont aussi des sections consacrées au monde musical dit populaire et bientôt directement au monde yé-yé. C'est le cas de *La Patrie* qui en juin 1965, quelques mois avant la parution de *Pas de vacances pour les idoles*, confie au chroniqueur artistique Michel Girouard le soin de rédiger *Le coin des copains* où l'on offre le portrait d'une nouvelle vedette chaque semaine, mais aussi une liste des plus récents 45 tours. En plus de consacrer l'essentiel de leurs pages à l'univers du « show-business » de la province, *Photo-Vedettes*, à partir de 1964, et *Échos-Vedettes*, en 1965, font paraître des

³⁴³ En plus des maisons de disques américaines et européennes (Capitol, Columbia, RCA-Victor et London) on trouve au début des années 1960 au Québec plusieurs compagnies locales telles que : Franco-Disque, Trans-Canada et Jupiter qui, eux, se lancent dans la production et la diffusion de musique populaire francophone. Voir Tremblay 1990.

palmarès de la chanson francophone, ainsi les jeunes savent qui sont les meilleurs vendeurs et si leur idole préférée est toujours « dans le vent ».

De plus, le phénomène s'intègre au quotidien d'une foule de jeunes principalement grâce au médium télévisuel. Ces jeunes sont la première génération à grandir avec la télévision et à l'accepter massivement dans leur univers culturel. L'apparition de la station Télé-Métropole en 1961 et de l'émission *Jeunesse d'aujourd'hui* en 1962 jouent un rôle prépondérant dans la diffusion des artistes de variétés et de la musique yé-yé (Côté 1990, p. 133). Pendant près d'une décennie (jusqu'en 1971), l'émission est une plaque tournante de la culture de la jeunesse et devient centrale dans la pratique, comme l'explique Robert Léger : « [m]is en ondes à 19 heures avant le départ pour la salle de danse ou le cinéma, c'était une sorte de rituel préparatoire : après une dernière retouche au maquillage ou à la coiffure, pour imiter les modèles proposés au cours de l'émission, la fête du samedi soir pouvait commencer... » (2003, p. 51). L'émission soutient des vedettes déjà connues qui vont y « chanter » en *playback* pour la promotion de leur plus récent 45 tours, et en présente une panoplie de nouvelles. Pour plusieurs, un passage à *Jeunesse d'aujourd'hui* symbolise la consécration et la possibilité d'une carrière partout en province. Le succès du programme est tel que Radio-Canada lance *Jeunesse oblige* l'année suivante pour suivre la tendance. L'historienne Catherine Durand souligne brillamment les conséquences de cette présence massive des artistes dans les médias de l'époque : « Plusieurs chanteurs et chanteuses deviennent de nouveaux héros de la culture populaire et expriment des aspirations collectives telles que le désir de reconnaissance et de distinction ainsi que la volonté de s'émanciper tout en intégrant avec succès des influences extérieures » (2007, p. 298). Si la plupart des groupes yé-yé cèdent leur place à de nouveaux groupes rock au début des années 1970, plusieurs

artistes solos obtiennent une notoriété assez importante pour perdurer au-delà du phénomène : Michèle Richard, Donald Lautrec, Serge Laprade, Michel Louvain, Ginette Reno, etc. Deux individus en particulier deviennent de grandes vedettes de la chanson populaire puisqu'ils ont la chance d'être à *Jeunesse d'aujourd'hui* chaque semaine, les animateurs Pierre Lalonde et celui qui nous intéresse plus spécifiquement, Joël Denis.

Né Denis Laplante, le jeune homme amorce sa carrière de fantaisiste en 1959, avec un nouveau nom, en étant garçon de table chantant au Café St-Jacques. Cette expérience sera de courte durée puisque Jacques Normand, désormais animateur à la radio et la télévision remarque son talent pour la danse et le chant et l'invite à participer à la revue *Nez à Nez* présentée au cabaret *Les Trois Castors*. S'ensuit une apparition à l'émission télévisée Radio-Canadienne *Musical Hall*, où il fait valoir ses talents de danseur de charleston (ce qui lui permet d'être sacré « découverte de l'année 1960 »). Sa carrière étant maintenant bien lancée, il devient rapidement une idole des jeunes. Entre 1962 et 1965, il anime *Jeunesse d'aujourd'hui* avec Pierre Lalonde, ce qui lui offre l'occasion de performer chaque semaine devant de nombreux téléspectateurs. Pendant ces mêmes années, on le retrouve à la barre de trois émissions de radio : *Salut les copains, salut les copines* (CKAC, 1963), *Joël déjeune avec...* (CHRC, 1963) et *Plein soleil* (SRC, 1964), toutes centrées sur la bonne humeur et la musique à la mode. Il multiplie aussi les 45 tours et obtient son plus grand succès avec la chanson *Ya Ya* (1964) une reprises en français³⁴⁴ du *hit* de 1961 du chanteur afro-américain

³⁴⁴ Cette chanson n'est pas une traduction mot pour mot de l'originale et les créateurs de la version locale font quelques modifications de formes et de fond pour que la jeunesse d'ici s'y reconnaisse. Par exemple, ils intègrent à la pièce l'idée que le *Ya Ya* est une danse simple et accessible qui n'est pas sans similitude avec les danses en lignes traditionnellement dansées dans les familles canadienne-françaises. Ils doivent ainsi ralentir le tempo de la chanson originale qui permettait aux jeunes

Lee Dorsay. Ses nombreux disques simples l'amènent à lancer deux microsillons : *JD* en 1963 et *Hey! Hey! Lolita* en 1965. Sa polyvalence – il chante, danse, joue la comédie et fait du mime – font de lui un fantaisiste très apprécié du public et un candidat parfait pour le projet de film que Denis et Claude Héroux concoctent au début de l'année 1965. Sans compter que l'interprète est l'une des plus grosses vedettes du réseau Télé-Métropole appartenant à Joseph-Alexandre De Sève, aussi président de *France-Film*, l'un des principaux investisseurs du film.

Stratégies de décrochage dans Pas de vacances pour les idoles

Le déplacement latéral : America the Great

À l'instar des récits privilégiés par les films produits au Québec depuis le début de la décennie 1960, l'histoire que propose le scénariste Noël Vallerand se déroule dans un monde exclusivement urbain. L'univers culturel des villages, des petites localités tricotées serrées et des communautés rurales traditionnelles qu'on retrouvait dans les productions locales des décennies précédentes est totalement absent et laisse toute la place à la complexité, la frénésie et la modernité des villes nord-américaines. Montréal, Québec et Toronto³⁴⁵ sont le décor des péripéties loufoques d'un jeune carriériste de la chanson yé-yé (Michel), interprété par Joël Denis, qui tente de gravir les échelons de l'industrie du spectacle et qui tombe sous l'emprise d'un agent d'artiste crapuleux. La rapide ascension du jeune homme amène le spectateur à découvrir toutes les facettes de ce phénomène culturel, mais aussi les lieux principaux où on le retrouve en société. On voit Michel performer dans un café chantant, dans une salle de danse, dans une station de radio [Figure 19] (CJMS plus précisément), dans un studio

américains de danser le *rock n' roll*. La création de cette danse aux accents locaux est certainement l'une des raisons de l'immense succès de la chanson.

³⁴⁵ Compte tenu du budget limité de la production, il est fort probable que les séquences se déroulant à Toronto aient été tourné à Montréal.

d'enregistrement de disque et à la station de télévision Télé-Métropole. Il intègre rapidement cet univers singulier où le divertissement est une industrie, et où le vedettariat est une chose acceptée, désirée et accessible. Ici peut être décelé par l'analyste ce que Bouchard appelle le « déplacement latéral », qui se cache surtout dans l'imitation du commerce massif, à l'américaine, de la musique et de l'image de la vedette qu'on idolâtre et érige en héros. Michel trime dur et arrive à ses fins : il enregistre des chansons sur disque, performe à la télévision, fait une tournée de spectacles, chante devant des foules de jeunes en liesse, reçoit un abondant courrier (un plan du film le montre littéralement enseveli sous les lettres) et est suivi par un *fan club*. Rien ne lui est refusé ou impossible. Denis Héroux s'assure de montrer un condensé du phénomène culturel et social que vivent les jeunes spectateurs de son œuvre. Il décrit un monde culturellement nouveau qui élague les traditions : le noyau familial et la religion y sont complètement absents. Tels les *teenagers* américains qui, dans les années 1950, deviennent une force culturelle d'envergure, la jeunesse québécoise est dépeinte comme le moteur de la création d'un renouveau social et culturel. Elle devient le socle sur lequel se constitue une culture fondatrice qui ici prend vie par un changement volontaire de métropole; elle se déracine pour mieux se transplanter dans une nouvelle culture qu'elle fera sienne. Désormais, la jeunesse intègre et incarne une société moderne, non pas recroquevillée sur elle-même et sa tradition, mais tournée vers l'Amérique et ouverte sur l'extérieur où la chanson, la danse et le divertissement sont des expériences cruciales.

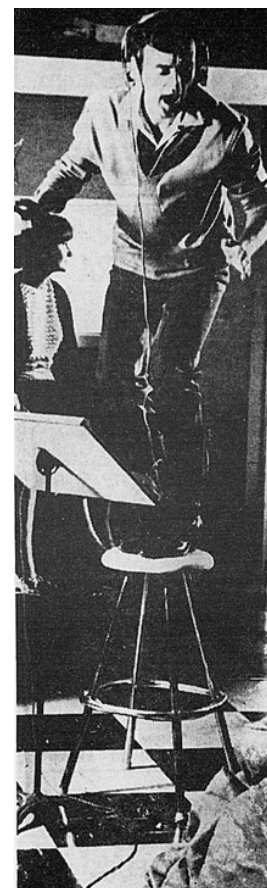


Figure 19 : Joël Denis. Image du film. *Photo-journal*, 20 octobre 1965, p. 76.

La diversion : la définition par la confrontation

Il ne s'agit pas, dans *Pas de vacances pour les idoles*, d'une diversion au sens strict, c'est-à-dire qui n'implique que le rejet d'une « alternative conflictuelle, [...] pour éviter deux symboles ou allégeances devenues irréconciliables [...] » (Bouchard 2000, p. 375). Tout au long de son aventure Michel est confronté à des personnages qui lui permettent de se définir culturellement et socialement en tant qu'individu, mais aussi d'occuper sa place dans cette société nouvelle. On assiste en quelque sorte à un parcours initiatique où chaque rencontre offre au héros un modèle identitaire que lui et les spectateurs récusent les uns après les autres.

L'aspect caricatural de la comédie place le protagoniste en confrontation avec d'inquiétants trafiquants de drogue directement sortie d'un roman-feuilleton à 10 ¢. Le chef du gang est un Allemand à l'accent prononcé qui emploie plusieurs complices, dont une jolie Danoise aux mœurs légères et deux Asiatiques, bien sûr experts dans les arts martiaux. Michel et ses acolytes déjouent les plans de ce cartel de la drogue, ridiculisent tous les fiers-à-bras et expédient le cerveau des opérations en prison. Le héros est opposé à un ensemble de stéréotypes dépeints à gros trait, que le spectateur perçoit facilement comme n'étant pas siens. Incarnation symbolique de la jeunesse québécoise, Michel progresse ainsi au cœur d'une société cosmopolite où il s'affuble du manteau du héros à l'américaine, corporification de la bonté, du courage, de l'amour, de l'honnêteté et du plaisir. Un ensemble de valeurs séduisantes auquel la jeunesse des années 1960 adhère sans modération.

Si les créateurs placent les gens d'ethnie et de nationalité différentes dans le camp des vilains, ils n'hésitent pas non plus à utiliser le meilleur ami de Michel comme source de confrontations entre les statuts sociaux des principaux protagonistes. Albert Millaire interprète

Hector le colocataire du héros [Figure 20], un jeune intellectuel au français châtié qui ne cesse de lui répéter qu'une carrière de fantaisiste est une occupation frivole. Ce personnage est lui aussi un peu caricatural; il vit entouré de livres, il écoute de la musique classique, il porte des vêtements soignés et il fréquente des événements mondains où une stricte bienséance est de mise. Il représente une culture qui se définit par la distinction et la supériorité qu'elle établit, mais qui dans ses excès pousse au snobisme et à la condescendance. Hector est entraîné, bien malgré lui, dans les péripéties rocambolesques de son ami boute-en-train et au fil de l'aventure il en vient à progressivement laisser tomber ses oripeaux au profit de la culture des jeunes. Les situations dangereuses le poussent à faire preuve de courage et on le retrouve à la fin du film arborant *jeans* et *T-shirt* et se fondant dans les foules de jeunes en extase devant l'idole qu'est devenu Michel.

Ce film présente un héros francophone mais « à l'américaine », défenseur d'une culture vernaculaire qui rejette les prétentions de la culture élitiste et qui incite ses camarades

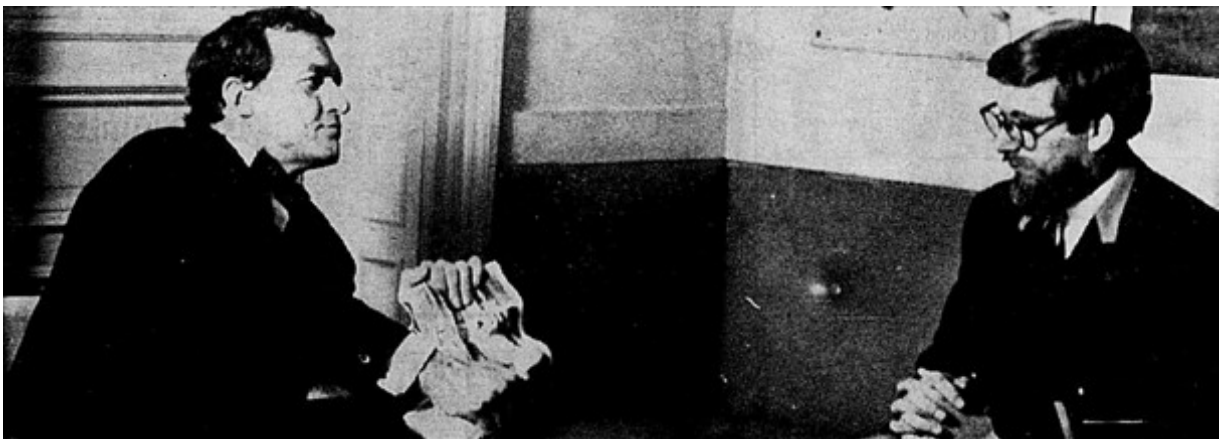


Figure 20 : Jacques Godin et Albert Millaire. Image du film. *Photo-journal*, 20 octobre 1965, p. 85.

à faire de même. Cette idole est le messager d'un renouveau culturel auquel participe une jeunesse fougueuse qui, par son nombre et son énergie, ébranle l'ordre établi pour incarner la réalité sociale moderne de la nation imaginée. En fait, on assiste à la naissance cinématographique d'une communauté vernaculaire qui rejette l'élitisme culturel et les figures d'autorité du passé.

La réappropriation : un ragoût de genre étranger à la sauce du Québec

La réappropriation est présente de deux façons importantes dans le film. La première se trouve dans la forme cinématographique privilégiée, plus précisément dans l'utilisation et le mélange de formations génériques « à l'américaine ». La seconde réside dans l'exploitation du style musical yé-yé qui, lui-même se réapproprie les produits français et américains pour les transformer et les adapter à la jeunesse du Québec. Dans le cas de *Pas de vacances pour les idoles*, ce procédé se repère essentiellement dans la traduction en français et la localisation – l'adaptation à la réalité locale – de chansons américaines.

Le film de Denis Héroux est évidemment une comédie musicale, genre hollywoodien par excellence, mais il en déborde largement les limites. On assiste à un mélange de plusieurs influences bien connues des spectateurs. La trame narrative est fortement inspirée des films d'action et de suspense de l'époque, surtout ceux de l'espion anglais James Bond qui connaît un grand succès depuis 1962. Comme souligné précédemment, on retrouve des personnages stéréotypés, trafiquants de drogues, durs à cuire et autres experts en karaté. Cependant la parodie permet au film de demeurer dans le spectre de la comédie en imposant une douce subversion des codes du genre. Les vilains deviennent malhabiles, idiots, risibles. L'angle du film d'action justifie plusieurs séquences de course-poursuite où Michel triomphe en

mystifiant ses poursuivants avec quelques pas de danse savamment orchestrés. Héroux n'aborde jamais de front le récit d'action, il préfère modifier le matériel d'origine, en faire ressortir les aspects les plus élémentaires, afin d'adapter cet univers cinématographique au public local. Il dénature le genre en créant des interstices dans lesquels il insère des référents locaux. Joël Denis n'a rien d'un héros au physique imposant, alors le chant et la danse deviennent ses armes les plus redoutables. Son ami snob Hector échappe à ses ravisseurs par des stratégies parodiques : il assomme un des gardiens en lui lançant sa casquette au visage (référence directe à l'assassin au chapeau du plus récent film de James Bond : *Goldfinger*) et en surprend un second d'un tonitruant « BOU! » qui le fait s'évanouir. Faute de budget, on transforme la traditionnelle poursuite en voiture en poursuite à vélo. Dans la dernière séquence du film, le spectateur a droit à une blague dont la source n'est connue que des initiés de l'émission *Jeunesse d'aujourd'hui*. Les deux durs à cuire les plus idiots reviennent très amochés au repaire des brigands où leur supérieur exige des explications : ils lui disent avoir été attaqués par la « bande à Pierre Lalonde », c'est-à-dire le « fan-club » du coanimateur de Joël Denis. Cet élément parodique permet de travestir le genre comique en le localisant fortement.

Le film est aussi imprégné par l'une des conventions centrales du genre de la comédie musicale américaine : l'apparition d'une musique extradiégétique qui justifie le spectacle musical, donc la suspension du narratif au profit de l'attractif et la confrontation entre des espaces-temps réalistes et d'autres idéalisés (Altman 1987, p. 60). Il devient ainsi relativement simple pour les créateurs d'adapter et localiser leur œuvre, il leur suffit de produire des segments musicaux qui interpellent la jeunesse par l'intermédiaire des vedettes qu'elle connaît bien. C'est la raison principale de la présence de Joël Denis qui interprète cinq des sept

chansons du film, mais l'intégration dans la vie quotidienne des jeunes ne s'arrête pas là. On invite des « stars » locales de la chanson à faire une apparition éclair. Le groupe *Les têtes blanches* interprète un *rock n' roll* énergique de sa propre création intitulé *Dernière minute*. On fait aussi appel au très populaire Donald Lautrec pour interpréter l'un de ses plus récents succès : *Loin dans ma campagne*, une chanson qui proclame que les régions les plus reculées se sont jointes au plaisir du divertissement musical nouveau.

La tendance chez les producteurs musicaux est à l'adaptation et la localisation de chansons étrangères – surtout anglo-saxonnes – et la majorité des chansons du film correspondent à ce phénomène de réappropriation. La pièce interprétée par Lautrec est une adaptation en français d'une chanson traditionnelle américaine intitulée *On Top of Old Smoky*. Elle fut popularisée à grande échelle au début des années 1950 par le chanteur folk Pete Seeger et son groupe *The Weavers*. Ici, on retravaille la musique pour la mettre au goût du jour en accélérant le rythme – pour délaisser l'atmosphère mélancolique de la chanson originale – et en lui offrant un arrangement de chanson « pop ». Les paroles ne sont pas seulement traduites, mais bien adaptées à la culture locale. On met au rancart l'histoire d'un homme ayant perdu l'amour de sa vie, pour lui préférer la réalité de la ruralité changeante. On peut entendre : « Loin dans ma campagne – ce n'est plus comme avant – on danse sur les nouveaux rythmes – et tous les cœurs sont contents [...] ». On en fait un hymne du renouveau où le poids de la jeunesse et sa culture en vient à transformer le conservatisme rural dans un contentement généralisé où sont élaguées les frictions générationnelles.

La plupart des chansons ont des textes qui abordent la jeunesse, son avenir et son espoir, mais aussi les fêtes qu'elle veut célébrer et le plaisir qu'elle désire sentir dans la vie.

C'est la nouvelle réalité des jeunes qui veulent beaucoup danser, chanter et s'amuser. C'est sans surprise qu'on utilise la chanson *Hey! Hey! Lolita* pour le film. Il s'agit de la pièce *Jump in Line*, une chanson de style Calypso, une musique afro-caribéenne au rythme soutenu et aux harmonies vocales abondantes. Composée originalement en 1946 par Aldwin Roberts, connu sous le nom de « Lord Kitchener », elle fut reprise par plusieurs artistes qui ajoutèrent leur touche personnelle. Mais c'est la version de l'Afro-Américain Harry Belafonte intitulée *Jump In The Line (Shake, Señora)*, parue en 1961, qui en fait un succès au-delà des amateurs de Calypso. La version de Joël Denis change peu musicalement, mais elle est bien sûr traduite en français. On y reprend le rythme endiablé du Calypso et le refrain incite la jeune Lolita – avec une certaine incongruité – à danser, danser, danser la Samba... *Pas de vacances pour les idoles* comporte plusieurs chansons au rythme dansant qui ont toutes des racines américaines. Elles invitent, par leur musique et leurs paroles, la jeunesse à bouger leur corps comme ceux montrés à l'écran, des corps qui à tout moment et en tout lieu peuvent se mettre en mouvement en empruntant de nouveaux pas, des corps qui pour le simple plaisir défient les limites de la bienséance traditionnelle.

La profanation : chambouler l'ordre un pied à la fois

La comédie musicale est un genre fondamentalement transgressif, dans la mesure où il met en image la coexistence d'un monde compris par le spectateur comme étant réel et familier, et un autre idéalisé, voire rêvé, où on suspend les limites de l'espace et du temps pour accéder au « spectacle pur » (Paci 2011, p. 85). La musique passe du diégétique à l'extradiegétique, le principe de causalité est mis de côté, les personnages peuvent donc chanter et danser à l'unisson (Altman 1987, p. 69). Cette formation générique offre structurellement de fortes possibilités de profanation et *Pas de vacances pour les idoles*

exploite ce potentiel en se lançant dans un saccage en règle, sur trois principaux fronts, des symboles de dépendance de la jeunesse canadienne-française. De ce fait, le film cerne, délimite et consolide l'existence de cette nouvelle communauté vernaculaire moderne qu'il met en scène.

L'œuvre de Héroux montre une jeunesse passionnée et impétueuse qui manifeste son existence et sa force culturelle et sociale en se soulevant contre l'autorité des adultes présents dans le récit. La jeunesse est toujours nombreuse, mais elle aussi souvent insaisissable. On assiste à plusieurs scènes de course-poursuite où les jeunes se défilent des adultes qui sont à leur trousses. Ces derniers sont mystifiés par la célérité du héros et de ses amis et sont donc associés au passé par une jeunesse qui court inexorablement vers l'avenir. L'autorité des adultes est bafouée plus d'une fois au cours du film. Bien sûr, les gangsters finissent humiliés et emprisonnés, mais la séquence la plus révélatrice est celle de l'assaut et de l'occupation du studio d'enregistrement. Après s'être rendu compte de l'hypocrisie du producteur de disque avec qui il fait affaire, Michel et ses admirateurs envahissent le studio et – tout en s'amusant – ligotent, bâillonnent et couvrent d'un drap les techniciens afin d'enregistrer eux-mêmes le premier succès du jeune chanteur. Les adultes apparaissent comme une force sociale dépassée constituée d'exploiteurs, de menteurs et de bandits qui ne sont, au final, que des obstacles au succès de la jeunesse qui incarne le futur.

En comédie, les gags ont souvent pour effet de réaffirmer la différence du rieur, comme l'explique James F. English :

Comic practice is always on some level or in some measure an assertion of group against group, an effect and an event of struggle, a form of symbolic violence. The inescapable heterogeneity of society, the ceaseless conflict of social life, the multiple and irreconcilable

patterns of identification within which relationships of hierarchy and solidarity must be negotiated – these are what our laughter is “about” (1994, p. 9).

Comme nous l’avons vu plus tôt, deux niveaux de culture, savante et populaire, s’affrontent tout au long de *Pas de vacances pour les idoles*. La culture populaire sort gagnante de cet affrontement où les gags à l’endroit de la culture lettrée ont un effet iconoclaste. Après la séquence d’ouverture, Michel retourne chez lui où son colocataire Hector se repose en écoutant un disque de musique classique. Tout en discutant avec son ami qui lui reproche son mode de vie de fantaisiste, notre héros retire nonchalamment ses vêtements de travail. Sans trop d’égard pour les reproches de son comparse, il retire et lance au loin une de ses chaussures qui, tel un coup de pied symbolique, atterrit directement sur le tourne-disque, ce qui interrompt momentanément la musique pour laquelle il n’a visiblement que très peu de considération. De tels détails comiques abondent dans la relation entre les deux amis.

La séquence suivante révèle l’ampleur de la profanation qu’on réserve à la hiérarchie culturelle. Invité dans une fête mondaine où la tenue soignée est de mise, Michel, au grand désarroi de son ami, décide soudainement de mettre du piquant dans la soirée en interprétant l’une de ses chansons. Le fantaisiste grimpe sur le plongoir de la piscine pour être bien à la vue de tous et interprète une chanson intitulée *Morte Valse*. Enthousiastes, les jeunes s’attroupent autour de lui qui vante la supériorité de ses pas : « On danse le Ya Ya, on laisse tomber la valse ». On assiste alors aux semonces d’Hector qui tente tant bien que mal de mettre un terme à ce spectacle qu’il trouve disgracieux. Malheureusement pour lui, bousculé par Michel, ses efforts se soldent par un plongeon dans la piscine sous les applaudissements de ses camarades, maintenant convertis. C’est de toute évidence un appel au rejet de la haute

culture et de ses contraintes, au profit de la liberté de cette culture nouvelle décomplexée. Dès lors le rieur peut répondre à cet appel et confirmer sa position.

Le dernier aspect important de la profanation concerne celle d'un corps socialement convenable par la danse. Le corps dansant au cinéma est décrit par la spécialiste Ratiba Hadj-Moussa comme un « signifiant flottant [...] sur lequel vient s'inscrire et se marquer l'ordre social » (1993, p. 206). Elle ajoute : « [L]orsque le corps est mis en jeu, lorsqu'il danse, il parle toujours *de* et *pour* quelque chose d'autre, notamment (et peut-être essentiellement) de la façon dont chaque société élabore sa propre rationalité (sa propre vérité et sa propre raison) » (*ibid.*). Dans ce cas-ci, le corps dansant à l'écran s'inscrit dans un rapport de force social entre deux groupes : la jeunesse avide de liberté et l'autorité catholiques qui cherchent à contrôler la population par diverses formes de coercition, celle visant le corps notamment. Le clergé exprime beaucoup de réserves et même d'interdits face à la danse, au *rock n' roll* et à ses possibles dérives. Quelques années auparavant, en avril 1957, la ville de Montréal, sous les pressions de divers groupes d'intérêts, avait décidé d'interdire la venue dans la métropole de la *star* Elvis Presley. Le 6 avril, on rapporte dans *La Presse* les félicitations de *l'Association des principaux de la commission des écoles catholiques de Montréal* pour le maire Drapeau et ses conseillers. L'Association souligne que « [L]a morale, l'art et le bon goût ont certainement motivé le refus adressé aux brasseurs d'affaires plus intéressés aux dollars qu'à la culture » (*La Presse*, 6 avril 1957, p. 53). On pense que les rythmes dansants facilitent la promiscuité et par le fait même le vice. La jeunesse voit la danse tout autrement. Héroux ne fait qu'une bouchée du clergé et de ses restrictions en élaguant complètement de son récit l'existence de la religion catholique – pourtant toujours présente dans ce Québec du début des années 1960, mais amorçant un net déclin. Le film fait table rase du passé et propose surtout une nouvelle

attitude face au corps. On met en image un corps libéré de toute contrainte, sensible voire sensuel, et désormais considéré comme un moyen de plaisir. C'est une approche du corps qu'on peut dire moderne du fait qu'elle répudie radicalement la position traditionnelle. Le film multiplie les appels à se trémousser furieusement, à créer des rapprochements physique, voire à exprimer clairement son attrait pour l'autre. La danse devient une façon d'être qui permet au héros de surmonter les obstacles que les bandits lui réservent, de se libérer des contraintes sociales lors de la fête mondaine et de prendre le contrôle de sa destinée en ralliant une foule de jeunes qui acclament son talent. Le film jette les bases de ce corps nouveau qu'on appellera bientôt « québécois » dans l'esprit des jeunes générations.

Conclusion

Les frères Héroux proposent une œuvre qui fait la synthèse du mouvement musical et culturel qui bouillonne dans la province. Ils exploitent ce phénomène, bien sûr dans le but d'obtenir un succès en salle de projection, mais de ce fait ils lui offrent un espace médiatique d'une grande valeur symbolique dans l'esprit du public. Désormais, la chanson et ses vedettes locales peuvent se retrouver sur l'écran argenté, au même titre que les vedettes étrangères.

Pas de vacances pour les idoles participe à un mouvement culturel et social nouveau qui met la table pour les années suivantes en prônant des idées telles l'indépendance, la liberté et le plaisir. On regarde au-delà des frontières et on accepte mieux la continentalité et la proximité de cette société avec son voisin du sud. Mais ce rapprochement n'inclut pas nécessairement de « l'effacement de soi », on promeut au contraire une différence identitaire par les affrontements métaphoriques mis en scène et par le travail d'appropriation et localisation. Le film met en récit et offre aux jeunes spectateurs un sujet et un corps moderne

qui rejettent le passé et défient diverses formes d'autorité dans un désir spontané de liberté. Ce héros attrayant et positif cherche à produire dans les salles de cinéma un plaisir et des éclats de rire qui par leurs résonnances tissent des liens imaginaires dans l'esprit des individus qui y participent. Le film exploite une culture qui cherche à fonder une communauté vernaculaire moderne et singulière, incarnée par une nouvelle conception du corps social, qui lentement mènera à un corps politique métamorphosé. Héroux laisse même entrevoir sa prochaine cible en offrant aux spectateurs de *Pas de vacances pour les idoles* quelques séquences mettant en scène une jeune femme peu vêtue...

Chapitre X

« Deux “minounes” comme ça, y-ont jamais vu ça!³⁴⁶ »

Deux femmes en or

La fin des années 1960 est marquée par de profonds changements sociaux un peu partout en occident et c'est la jeunesse qui en est le moteur principal. Du côté français, le mouvement de contestation trouve son apogée dans les événements de mai 1968 porté par les étudiants universitaires. Aux États-Unis, les jeunes remettent en cause l'autorité en participant au mouvement de la contre-culture qui supporte les revendications pour les droits civiques des Afro-Américains et qui affiche son désaccord avec la guerre du Viêt Nam. Au Québec, ils forment désormais la majorité de la population et s'inscrivent aussi en opposition face aux générations précédentes. La libération sexuelle est l'une des incarnations de ces velléités de changements; on réclame l'éclatement du carcan idéologique religieux puritain et une prise de contrôle de la sexualité par l'individu. Par contre, ce mouvement n'est pas sans paradoxe. Si les regroupements contreculturels et féministes en profitent pour contester la mainmise du patriarcat sur la sexualité féminine en société, d'autres voient l'occasion d'en exploiter l'aspect ludique.

La sexualité comme divertissement : contexte culturel

Ce n'est pas avec les années 1960 que la sexualité comme divertissement apparaît sur le territoire québécois, par contre elle était généralement enveloppée d'une aura d'immoralité et d'illégalité. Il est possible de remonter à l'époque de Nouvelle-France et du Bas-Canada

³⁴⁶ Il s'agit du slogan publicitaire qui apparaît sur les publicités du film.

pour trouver des traces d'un commerce des plaisirs de la chair (Voir Séguin [1972] 2017, Gagnon [1992] 2017 et Poutanen 2015). Au 20^e siècle, ces échanges de gré à gré sont toujours illicites (voir Lévesque 1989), même si la métropole Montréalaise entre les années 1920 et 1945 entretient une réputation de ville ouverte avec ses débits de boissons et son *Red Light District* – quadrilatère délimité par les rues St-Laurent, St-Denis, St-Antoine et Sherbrooke – où pullulent les maisons closes. Ces établissements, souvent contrôlés par la pègre, jouissent de la « tolérance » des autorités municipales et policières dont plusieurs membres ne sont pas blancs comme neige. Certaines tenancières deviennent très puissantes, par exemple Mme Émile Beauchamp (Anna Labelle) qui n'hésite pas à inviter des policiers à des réunions chez elles pour prévoir les prochaines descentes (Nadeau 2017, p. 63).

Les night-clubs de type New Yorkais font leur apparition dans la métropole après la Première Guerre mondiale. La prohibition américaine accentue l'apparition de ces lieux festifs, Montréal étant la seule grande ville Nord-américaine à permettre la consommation d'alcool sur son territoire. C'est au croisement des rues De La Montagne et St-Antoine que s'établissent plusieurs boîtes de jazz présentant les performances de musiciens et de danseuses noirs (Bourrassa et Larrue 1993, p. 125). Dans une atmosphère feutrée, les spectateurs peuvent assister à des prestations sensuelles et teintées d'exotisme. Les danseuses s'y déhanchent allègrement et n'hésitent pas à user de leur charme pour soutirer un petit pourboire à des spectateurs pantois devant leurs courbes généreuses³⁴⁷.

La crise économique des années 1930 ralentit les activités des boîtes de jazz et des cabarets sans les arrêter complètement. Les danseuses en tout genre font très souvent partie

³⁴⁷ Pour un portrait des boîtes de jazz à Montréal et du travail des danseuses, voir le film *Les Girls* de Meilan Lam et Robert Paquin (1999, ONF).

d'un programme de spectacle et leur prestation devient de plus en plus suggestive. Les théâtres burlesques anglophones ont leurs célèbres lignes de filles depuis la fin du 19^e siècle, et au cours des années 1940 plusieurs théâtres et cabarets, pour se démarquer de leurs concurrents, présentent non sans risque des effeuilleuses. La prestation repose principalement sur l'illusion de nudité de l'interprète. Celle-ci se dévêt au rythme d'une musique langoureuse en laissant paraître toujours un peu plus de peau. À cette époque, la nudité est rarement intégrale, bien que certaines danseuses s'y adonnent, et des accessoires tels que des pastilles cachant les mamelons, un ballon géant ou un éventail sont utilisés pour dissimuler les parties intimes. Les effeuilleuses qui remportent le plus de succès, Tempest Storm, Princess Do May, Betty Page et Lili St-Cyr, sont connues partout en Amérique du Nord (Ross 2000). Née Willis Marie Van Schaack, St-Cyr performe régulièrement à Montréal entre 1944 et 1951 (Weintraub 1996). Avec ses prestations qui défient constamment les limites de la décence³⁴⁸, elle devient l'une des personnalités les plus controversées de la province et attire son lot de fidèles. Lors de son passage au théâtre *Gayety* en juin 1951, quelques 400 paroissiens de St-Alphonse font parvenir une lettre au maire Camillien Houde l'exhortant à interdire ses spectacles, selon eux immoraux (*Le Devoir*, 14 juin 1951, p. 3). La semaine suivante, le directeur Langlois de la police municipale envoie une sommation de paraître en court à l'*Anatomic Bomb* et au gérant du théâtre les accusant d'avoir présenté un spectacle indécent (*Le Devoir*, 23 juin 1951, p. 8). Le 28 juin, les deux accusés sont acquittés faute de preuve par le juge Édouard Archambault qui ne croit pas que « la représentation ait été immorale au sens de l'article 208 du code pénal [...] » (*Le Devoir*, 28 juin 1951, p. 5). Ces spectacles érotiques sont les ancêtres des clubs de

³⁴⁸ La stripteaseuse n'hésitait pas à porter une *muckettes*, un sous-vêtement orné de faux poils pubiens qui permettait l'illusion de la nudité complète tout en évitant les accusations d'indécence (Ross 2000, p. 238).

danseuses nues qui apparaissent graduellement au cours des années 1960 et prolifèrent dans les années 1970, et qui mettent l'accent sur la demi nudité (communément appelé danse *topless*) ou la nudité intégrale. Finit l'effeuillage et l'aguichage, les femmes arrivent souvent sur scène déjà nues.

Certaines des effeuilleuses des années 1940 et 1950 s'inscrivent dans l'imagerie de la *pin-up*, représentation visuelle d'une femme insouciant et séductrice qui apparaît avec l'imprimé de masse à la fin du 19^e siècle. L'iconographie de la *pin-up* est à son apogée en occident pendant les années suivant la Seconde Guerre mondiale et est diffusée dans l'ensemble des médias de masse :

Généralement, il s'agit d'une illustration ou d'une photographie publiée dans un magazine, mais aussi dans d'autres médias. Véritable témoin de l'association faite entre son image et la culture populaire, la *pin-up* peut être imprimée sur des objets manufacturés en série tels que des calendriers, des jeux de cartes ou des affiches. Il arrive qu'on la trouve sous d'autres formes puisqu'elle est aussi incarnée par des actrices au cinéma et sur scène – notamment dans le cadre de spectacles burlesques (Godin-Laverdière 2013).

La *pin-up* est incarnée dans le cinéma hollywoodien par des actrices comme Marilyn Monroe, Rita Hayworth ou Veronica Lake, dont les photographies sont diffusées dans les journaux artistiques et revues sur le cinéma. On retrouve aussi cette imagerie dans les revues américaines pour hommes tels *Esquire* dans les années 1930 et *Playboy* dans les années 1950. Cette dernière est présente dans les kiosques à journaux montréalais entre 1953 et 1958, où elle est finalement censurée par les autorités (Hébert *et al.* 2006, p. 431). Pendant les années 1950, cette presse pour homme est côtoyée par la « presse jaune », de nombreux tabloïdes locaux forts sensationnalistes à la durée de vie plus ou moins éphémère. On retrouve souvent en couverture de ces journaux un modèle féminin racoleur et aguichant qui attire le regard

masculin. Ce sont des titres comme *Tabou* [Figure 22], *Ici Montréal*, *Voit tout*, *Montréal Confidentiel* ou *Jour et Nuit* [Figure 21]³⁴⁹ que la gent masculine peut se procurer dans les kiosques pour assouvir son voyeurisme et sa curiosité.

Au moment où cette iconographie est de plus en plus diffusée sur le territoire montréalais, certains organismes comme la *Ligue de vigilance sociale* et le *Comité de moralité publique* partent en chasse contre l'immoralité et l'indécence



Figure 22 : *Tabou*, Juillet 1957, p. 1.



Figure 21 : *Jour et Nuit*, Août 1957, p. 1.

qu'on trouve dans la métropole. De 1940 à 1954, ils participeront aux campagnes de moralité publique qui tentent de mettre un frein aux activités illicites du *Red Light* montréalais (Lapointe 2014).

L'avocat Pacifique Plante est la figure de proue de la croisade contre la corruption policière et municipale, d'abord dans ses fonctions de directeur de l'escouade de la moralité, ensuite comme

l'un des fondateurs du *Comité de moralité publique* au côté de J.-Z.-Léon Patenaude et Jean Drapeau. Son travail de dénonciation

acharné³⁵⁰ est un incitatif à la mise en place d'une commission d'enquête sur la corruption municipale. En 1950, le juge François Caron préside l'enquête judiciaire qui s'échelonne sur trois ans « et jugera 63 accusés avec l'intervention de nombreux avocats et de 373 témoins, au

³⁴⁹ Pour plus d'exemples de cette presse à sensation voir le site personnel de Will Straw professeur dans le *Department of Art History and Communications Studies* de l'Université McGill : <https://willstraw.com/>. Consulté le 29 novembre 2018.

³⁵⁰ Entre 1948 et 1949, Pacifique Plante publie dans le journal *Le Devoir* une série d'articles intitulés *Montréal sous le règne de la pègre*. Ses articles jouent pour beaucoup dans la conscientisation du public au problème de la corruption dans la métropole. Voir Lapointe 2014.

cours de ses 325 séances. [La commission] sera l'occasion de démontrer la réalité du système de tolérance qui perdurait à Montréal depuis des décennies avec la complicité de bon nombre d'officiers de police » (Lapointe 2015, p. 22). S'ensuit l'élection d'un certain Jean Drapeau à la mairie de la ville en 1954. Il se fait élire contre la promesse de nettoyer la ville et de mettre un terme à la vie du *Red Light*. Les « vices de la chair » sont dénoncés par les moralistes qui ont l'appui de l'Église catholique. Mais si on réprime et met un terme aux maisons closes, les affaires ne s'arrêtent pas pour autant. La prostitution se déplace et se transforme. Au cours des années 1960, ce sont les salons de massage et les services d'escorte qui prennent le relais.

Depuis le début du 20^{ème} siècle, une iconographie qui sexualise la femme se développe dans les média de masse. Journaux, publicité et cinéma offrent une imagerie qui défie toujours plus l'acceptabilité sociale de la représentation visuelle du corps féminin, et il devient impossible pour les membres les plus puritains de la société québécoise d'endiguer complètement ce phénomène. Nous avons vu précédemment que les publicitaires du domaine cinématographique font preuve au cours des années 1960 d'une grande audace et n'hésite pas à user d'images aguichantes pour convaincre les spectateurs d'assister aux projections. Un distributeur comme Cinépix offre aux exploitants de salles des œuvres qu'il achète de l'autre côté de la frontière et qui abordent des sujets de plus en plus osés. Avec le relâchement de la censure cinématographique à la fin des années 1960, les *baby-boomers*, qui sont maintenant de jeunes adultes, assiste avec grand plaisir aux projections qu'on interdisait quelques années auparavant. *Valérie* et *L'initiation* de Denis Héroux marquent un changement d'attitude de la population face à la présentation de spectacle érotique en public. *Deux femmes en or* incarne l'apogée de cette nouvelle attitude face à la sexualité, un libéralisme qui s'étend à une très large part de la population. D'une part, la sexualité n'est plus régie par les impératifs de

« reproduction de l'espèce » imposés par l'élite clérico-nationaliste et sa sacralité en est amoindrie. De l'autre, elle sort partiellement de la pénombre associée aux sujets auparavant considéré comme immoraux, pour intégrer les loisirs auxquels tout citoyen peut s'adonner, et les sujets qui peuvent être abordés avec aisance et humour.

Stratégies de décrochage dans Deux femmes en or

Déplacement latéral

Les deux scénaristes, Claude Fournier et Marie-Josée Raymond, exploitent un milieu de vie qui prend de l'ampleur dans les zones les plus urbanisées de la société québécoise : la banlieue. *Deux femmes en or* décrit la vie de deux

banlieusardes mariées : Violette Lamoureux et Fernande Turcot [Figure 23]. Délaissées par leur mari et ennuyées par leur vie de ménagères – leur temps libre se développe grâce à l'efficacité des innovations techniques –, elles rêvent d'aventures excitantes et entreprennent de séduire les hommes qui se présentent à leur porte. Dès les premières séquences, les deux



Figure 23 : Louise Turcot et Monique Mercure. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.

femmes sont dépeintes comme étant bien intégrées à un monde technologique et consommant abondamment la culture industrielle. Elles prennent pleinement part à ce nouveau mode de vie « à l'américaine ». Elles utilisent le séchoir à cheveux, l'aspirateur et l'interphone, lisent des journaux à potin, regardent la télévision et discutent abondamment au téléphone. Fournier présente la banlieue comme un espace où le matérialisme et le conformisme sont de mise. La réplique du « gars du Bell » joué par Yvon Deschamps en est un parfait exemple : « Toutes les maisons sont pareilles, ça doit être mélangeant au début... ». De cet espace « nord-américain »

uniforme, la réalité locale se démarque par la langue (joual), l'environnement (l'hiver et la neige) et les situations dans lesquels évoluent les personnages. Les deux femmes incarnent les nouvelles conditions de vie de bien des « ménages » de la classe moyenne de l'époque. Elles ne sont plus les ménagères d'antan qui se consacraient au soin de leur grande famille et répondaient ainsi à l'idéologie clérico-nationale. Désormais, elles prennent soin d'elles-mêmes, se maquillent et s'habillent élégamment, utilisent la pilule contraceptive, tiennent des réceptions, vont magasiner dans les grands centres d'achat, voient peu leurs maris qui travaillent trop, et ultimement séduisent les hommes que le monde du commerce amène à frapper à leur porte : laitier, plâtrier, nettoyeur de tapis, déménageur de piano, électricien, réparateur de téléphone, livreur du restaurant Kenny Wong, etc. S'ensuit une foule de scènes où humour et nudité se côtoient. Malheureusement pour elles, leur occupation devient un jeu dangereux qui mène à la mort involontaire d'un des mâles que Violette a enjôlé. Pendant leur procès, le juge se fait clément et aucune accusation n'est portée contre elles, le magistrat les félicite même d'être deux femmes libérées et indépendantes, « deux femmes en or! » On assiste à un glissement narratif vers une ouverture aux plaisirs sensuels que l'on n'estime plus répréhensibles. Leurs aventures sensuelles deviennent même objet du commerce : dans une finale mémorable, un contrat alléchant leur est proposé pour mettre en scène leur vie extravagante dans un spectacle à Broadway. La morale puritaine qui aurait fait condamner les deux amies quelques années plus tôt est maintenant complètement renversée, comme le montra l'énorme succès commercial du film.

La réappropriation : de la fesse américaine à la fesse québécoise

Cette stratégie de décrochage apparaît dans *Deux femmes en or* surtout dans la forme du film. Fournier se réapproprie un genre du cinéma d'exploitation américain appelé *Nudie-*

Cutie, qu'on retrouve sur les écrans québécois dès la fin de la censure en 1967. Il apparaît aux États-Unis en 1959 avec la production d'un film intitulé *The Immoral Mr. Teas* réalisé par le cinéaste indépendant et futur roi de la sexploitation Russ Meyer. Les films *Nudie-Cutie* délaissent l'aspect documentaire et le discours scientifique – qui servaient à légitimer la nudité féminine à l'écran – du cinéma d'hygiène sexuel pour privilégier le récit fictionnel de l'homme voyeur et de la femme exhibitionniste. Ces films sont constitués d'une multitude de petits « sketches » où un homme timide assiste plus ou moins par hasard au spectacle d'une jolie femme se dévêtant. Cette formation générique repose sur l'exploitation de la nudité féminine sous un angle humoristique bon enfant. L'érotisme y demeure inoffensif car la représentation cinématographique d'un effeuillage ou d'ébats amoureux pouvait toujours attirer les foudres des autorités judiciaires dans une Amérique encore très puritaine³⁵¹. Il s'agit en somme d'un spectacle où voyeurisme puéril et exhibitionnisme partiel (toujours en haut de la ceinture) se côtoient, mais où les hommes et les femmes n'entrent jamais en contact.

La construction narrative de *Deux femmes en or*, fondée sur un fil narratif très mince, laisse place à l'enchaînement de plusieurs séquences où les deux femmes tentent de séduire les différents hommes qui se présentent à leur porte. Les segments sont autonomes les uns par rapport aux autres et laissent toute la place au spectacle visuel et attractif de la nudité féminine. Les femmes exhibent leurs courbes et les hommes réagissent plus ou moins normalement. L'humour des séquences repose par moment sur les réactions incongrues des hommes face aux avances des deux ménagères. Les récits mettent en scène divers types de l'homme québécois où il apparaît maladroit, timide ou très naïf. La scène présentant Gilles

³⁵¹ Pour plus de détails concernant le cinéma d'exploitation américain dans les années 1950, voir Lebel 2009, p. 41-43.

Latulippe en est un bon exemple [Figure 24]. Le jeune homme, travaillant pour une entreprise de nettoyage de vêtements, vient récupérer la lessive de Fernande. Elle lui demande de monter à la chambre pour prendre les sacs de vêtements sales. Soudain, elle décide que les vêtements qu'elle porte devraient être nettoyés eux aussi, et entreprend donc de se dévêtir en présence du visiteur. Hors champ, elle lui lance ses vêtements au visage un à un. Visiblement nerveux, l'homme peine à enchaîner les mots et à mettre le linge dans le sac à lessive. Ici, la nudité est donc présumée et elle laisse plutôt la place à la performance du comédien. Fournier exploite à son avantage l'idée commune que les Québécois en connaissent peu dans le domaine des choses de l'amour ou de la séduction. Dans l'ensemble des segments du film, l'érotisme est mis de côté pour privilégier l'aspect ludique ou comique des situations. Comme dans les *Nudie-Cuties*, la sexualité du film de Fournier n'est rien de plus qu'un jeu et ne revêt pas le caractère sérieux des plaisirs érotiques.



Figure 24 : Gilles Latulippe et Monique Mercure. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.

Le réalisateur réutilise la formule de ce genre en vogue depuis quelques années en le saupoudrant de références québécoises. Il utilise la culture populaire locale de l'époque afin d'interpeler le spectateur par ce qui constitue son quotidien culturel. *Deux femmes en or* met en vedette une brochette d'artistes très populaire sur scène, en chanson ou à la télévision : Donald Lautrec, Yvon Deschamps, Réal Béland, Gilles Latulippe, Jean Lapointe, Raymond Lévesque, Janine Sutto et même le syndicaliste Michel Chartrand. Fournier demande même au très populaire Robert Charlebois de composer et interpréter les chansons du film. Les scénaristes font abondamment référence à la culture de médiatique internationale dans leurs

dialogues : on y parle du magazine *Playboy*, des actrices Brigitte Bardot et Julie Christie ou encore du chanteur américain pour enfant Tiny Tim. Le réalisateur insère au montage des gros plans de journaux pour susciter le rire : après le « flirt » de Violette Lamoureux avec le laitier, on voit apparaître une publicité où l'on peut lire le slogan « Du lait, c'est vachement bon! ». Les situations, elles aussi, empruntent à la culture populaire : des enfants jouent au hockey dans la rue, Fernande lie un photo-roman érotique et se retrouve en couverture d'un journal à potin, le *Midi-Net*. De leur côté, les hommes font une excursion de chasse ou assistent au match final de la coupe Grey en vidant plusieurs bouteilles.

Cet ensemble d'éléments qu'exploite le film reflète la réalité vernaculaire du Québec, un monde qui s'éloigne des valeurs et idéologies traditionnelles, pour laisser place à une culture de masse influencée par la culture américaine. La scène finale est particulièrement révélatrice : dans ce récit où l'on ne condamne plus les excès libidinaux des femmes, leur corps et leur comportement deviennent une marchandise qui leur permet d'atteindre la renommée et la richesse. C'est ainsi la réappropriation de la culture continentale qui permet une opposition à la culture érudite qui bannit les plaisirs sexuels et leur commerce par le moyen du cinéma. *Deux femmes en or* est souvent vu comme un film exploitant sans vergogne la sexualité féminine pour le profit du producteur; pourtant si on le compare à la vague de cinéma pornographique qui envahit plus tard les salles et se poursuit maintenant sur le web, le film apparaît comme une candide séance de défoulement contre une censure extrême finalement vaincue par le retour du refoulé.

Paradigme du « bâtard » : la femme de mauvaise vie

Le récit du film exploite une figure fort mal vue en société, qui dans l'histoire du Québec remonte au mythe ayant longtemps entouré les « Filles du Roy » : la femme de peu de vertu. Les auteurs en font cependant des personnages qui certes répondent à un fantasme masculin, mais qui cherchent tout de même une voie alternative à celle que la société leur a imposée auparavant.

Selon l'angle de réception du spectateur mâle, les femmes à l'écran participent au fantasme de la simplification des rapports sexuels : « [r]enonçant à tout ce que la relation à l'autre peut avoir de troublant et d'inquiétant, [...], la pornographie prend radicalement en charge le fantasme d'une relation simple et confortable où l'autre n'a de voix que celle qu'on lui prête » (Dubois 2006, p. 65). Les femmes s'offrent délibérément au regard masculin réduisant ainsi au minimum les frictions généralement présentes dans ces relations interpersonnelles. Les spectateurs peuvent donc accéder sans difficulté au plaisir du regard : « [i]l va sans dire que le regard est un acte. C'est une participation au plaisir; ce sera, selon les critères puritains, une participation à la culpabilité » (Lenne 1978, p. 118). Ces corps nus qui s'offrent au regard et les plaisirs primaires qu'ils suscitent possèdent un potentiel important d'évasion des vicissitudes de la vie quotidienne.

Ce corps féminin « bâtard » incarne dans les strates vernaculaires de la population la modernité sociale qui progresse. Pendant plus ou moins une dizaine d'années, une large part de la culture nouvellement québécoise se nourrit de cette « faiblesse » culturelle, pour reprendre les mots de Bouchard. La femme tentatrice investit massivement l'imaginaire culturel de la population et nos deux femmes en or en sont des porte-étendards d'envergure. Elles s'inscrivent dans une narration renouvelée et libérée de la sexualité qui aide la

propagation d'idées modernes, comme la régulation des naissances et la sexualité comme plaisir. Ces idées nouvelles ne sont pas sans paradoxe, mais elles remettent en question la vision traditionnelle du corps sexuel. D'une part, les femmes réclament leur indépendance sexuelle et s'éloignent du rôle social traditionnel de la mère canadienne-française, pourvoyeuse de grande famille. D'autre part, elles revendiquent le droit à une sexualité ludique qui symboliquement fait craquer le puritanisme entourant la sexualité féminine, même s'il consolide la normalité de l'exploitation commerciale du corps féminin.

La profanation : chambouler l'ordre un sein à la fois

Après deux films érotiques extrêmement populaires, *Valérie* et *L'Initiation*, *Deux femmes en or* est le premier grand succès de cette vague filmique à utiliser un langage joul. Le langage vernaculaire profane le bon parler français associé aux élites culturelles et permet de s'en distinguer en créant un lien symbolique entre les utilisateurs de ce langage singulier.

The uniqueness, the contextuality, resides in the domain or the popular, it is part of the culture of everyday life, and as such opposed to the generality, the normalization, and thus the discipline, of the linguistic system in which is inscribed "correctness" [...]
(Fiske 1989a, p. 108).

Le film exploite cette réalité langagière nouvellement légitimée, et tous les personnages offrent leur lot d'expressions bien locales : Bob appelle les deux femmes des « minounes », Fernande dit à l'opératrice que son téléphone fait « zwing, zwing » pour parler de son mal fonctionnement, le laitier utilise un mot anglais dans sa phrase en disant : « S't'une tite *run* qui commence bien! » et le « gars du Bell » commet l'erreur classique de langage en mélangeant les « si » et les « rait ». De plus, on y « sacre » allègrement et l'on se sert de ces blasphèmes aux résonnances religieuses pour créer le comique : le jeune déneigeur n'a

d'autres mots que « tabarnak! » pour exprimer son ahurissement devant les avances de Violette. Le joual est considéré par plusieurs à l'époque comme « [...] une arme politique, une arme linguistique que le peuple comprend d'autant plus qu'il l'utilise tous les jours » (Michel Tremblay cité dans Portelance 2000, p. 25). Il représente la singularité du peuple québécois dans la francophonie et dans le monde. Ce parler singulier joue le rôle de liant pour les membres de cette communauté vernaculaire qui se consolide. L'utilisation décomplexée de cette langue perçue comme disgracieuse contribue à son acceptation et sa normalisation dans la société, ainsi qu'à l'affirmation de l'être québécois à l'écran.

Les corps dénudés des deux ménagères mettent définitivement la hache dans le puritanisme visuel que l'Église catholique s'efforce de maintenir depuis l'avènement de l'imprimé de masse. Si les images de femmes nues se diffusent jusqu'alors sous le manteau, le cinéma de « fesses » québécois les rend disponibles légalement pour le grand public. Violette et Fernande n'ont que peu à voir avec le corps féminin « canadien-français » régi par des normes strictes liées essentiellement à la reproduction de l'espèce. Les nombreuses scènes de nudité du film présentent les deux femmes commettant le péché d'adultères, défiant ainsi la morale religieuse. Elles apparaissent comme des corps sexualisés et sexualisant qui attire les regards et excite les sens. Les corps nus s'exhibent et les conventions sexuelles éclatent. Ces fantaisies procurent aux spectateurs québécois des plaisirs qu'on lui interdisait jusqu'alors. La morale catholique réduisait le corps sexué en instrument de procréation niant le désir et le plaisir féminins. Ce lieu de reproduction vole en éclats pour laisser place à un moyen de sensations et de plaisirs. *Deux femmes en or* offre une expérience moderne et vernaculaire du corps et de ses plaisirs qu'on peut associer au nouveau paradigme identitaire « québécois ».

Nos deux femmes en or profanent aussi la bienséance sociale, d'abord en se donnant au premier venu, ce qui ne respecte en rien les codes du jeu de la séduction où l'homme doit faire les premiers pas, mais aussi en s'offrant au regard des hommes sur la rue. Vêtue d'une simple chemise de nuit transparente, Fernande s'exhibe à la fenêtre pour attirer un électricien qui répare un lampadaire. Ce dernier n'hésite pas à aller cogner à la porte de la banlieusarde pour quémander un verre d'eau...

Le mélange entre humour et sexualité dans *Deux femmes en or* participe à la profanation de la sacralité de l'acte sexuel : « [l']intrusion du rire y est donc ambivalente : ou



Figure 25 : Monique Mercure et Yvon Deschamps. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.

bien négation, dérision de l'érotisme, ou bien outil de désacralisation, dépouillant la sexualité de ses oripeaux mythologiques et redécouvrant sa réalité » (Lenne 1978, p. 118). Plusieurs scènes du film tournent en dérision la parade auquel les femmes s'adonnent. Le réparateur de téléphone absorbé par son travail et ses propres réflexions ne remarque pas les avances et les allusions de Fernande qui s'exhibe de plus en plus. Il émet tout de même ce constat : « Ouff, c'est bien chauffé, ici, par exemple ». Fernande, étendue sur le lit, répond : « Ça peut être plus chaud que ça... ». Et lui de rétorquer : « Encore? Ah ben, j'vous le conseille pas! Vous pourriez pu rien faire vous-là » [Figure 25]. Violette ne séduit pas davantage le plâtrier, qui devant son effeuillage pique une colère et rétorque qu'il a beau être Français, il est respectable! Visiblement confuse, la blonde remet rapidement ses habits. Dans cette scène, c'est la surprise qui fait surgir l'humour puisque le spectateur avait déjà vu Violette réussir à charmer certains

de ses invités. Le film de Fournier n'offre jamais une représentation candide de la sexualité comme le fait Denis Héroux. Les deux femmes apparaissent comme des prophètes de l'hédonisme. Les joutes sexuelles ne sont plus confinées au sanctuaire de la chambre à coucher et n'ont plus à respecter le rituel des ébats intimes réservé aux amoureux. Les désirs et fantasmes prennent une ampleur considérable et viennent ébranler les colonnes du temple de la coercition sexuelle.

La représentation de la sexualité dans *Deux femmes en or* apparaît comme un acte de profanation permettant la constitution d'une culture nouvelle qui remplace une conception traditionnelle des relations amoureuses, mais aussi comme un acte de violence culturelle au sens de Michel de Certeau :

Plus fondamentalement, l'acte violent signe l'irruption d'un groupe. Il scelle le vouloir exister d'une minorité qui cherche à se constituer dans un univers où elle est de trop parce qu'elle ne s'est pas encore imposée. La naissance est indissociable d'une violence. Chaque ordre, chaque statut légal à une origine marquée de sang, même si, une fois établi, il s'efforce de faire oublier cette origine (1974, p. 105).

Si *Valérie* et *L'Initiation* ont donné les premiers coups de boutoir afin d'ouvrir la porte à l'acceptation sociale d'une sexualité libérée, ces œuvres ont en définitive respecté une morale plutôt puritaine où le libertinage des jeunes femmes se terminait par la découverte de l'amour idéalisé. *Deux femmes en or* a fait éclater les pentures de la porte et a poussé la sexualité sur la pente d'un certain réalisme. L'ensemble du récit est certes invraisemblable, mais les rapports amoureux ou sexuels eux même n'y sont pas magnifiés. L'approche humoristique permet un recadrage symbolique de la sexualité qui désormais n'est plus de l'ordre du privé et du tabou. Bref, *Deux femmes en or*, et l'ensemble du cinéma populaire de exploitation d'ailleurs, ont agi comme un électrochoc social pendant quelques années et ont

permis à un grand nombre de spectateurs d'assumer et d'intégrer cette nouvelle réalité culturelle à leur identité.

Conclusion

Les spectateurs moyens ont trouvé dans *Deux femmes en or* une expérience commune de modernité qui reflétait leur différence en tant que groupe, mais aussi une vision d'un Québec libéré d'un lourd carcan idéologique. On passe des saints aux seins et de la messe à la fesse. C'est en exploitant l'illicite des plaisirs sexuels adultérins que le film de Fournier put proposer une vision sociale renouvelée. *Deux femmes en or* s'inscrit dans le désir de changements qui souffle sur le Québec en s'attaquant directement au puritanisme catholique, l'un des importants héritages de la culture française ancestrale. Les 1 500 000 personnes qui se déplacent vers les salles de cinéma affichent concrètement leurs désirs de voir l'approche traditionnelle s'effriter et éventuellement disparaître. Sous cet angle, il est difficile de nier que *Deux femmes en or* eut son rôle à jouer dans l'émergence d'une expérience de modernité vernaculaire québécoise.

Si la sexualité imaginée dans le film cherche à ébranler quelques idées désuètes héritées de l'ancienne mère-patrie, Fournier et Raymond n'hésitent pas à bousculer au passage la mère-patrie suivante. En voici un exemple éloquent : après que son mari Yvon T. eut suspendu, plus ou moins fièrement, le portrait de la reine d'Angleterre qu'il a reçu comme récompense de la part de ses patrons anglophones, Fernande s'approche, le regarde et dit : « Mon Dieu, c'est plein de traces de doigt ça! ». Elle crache ensuite sur le portrait royal puis le nettoie avec un chiffon, ajoutant allègrement la profanation politique à celle des mœurs, et s'affichant comme une femme politiquement plus rebelle que son mari colonisé.

Chapitre XI

« C'est comme un long Symphorien³⁵² »

Pousse mais pousse égal

Pour plusieurs de mes contemporains québécois, le nom La Tulipe désigne une salle de spectacle sur l'avenue Papineau à Montréal. Cette salle, connue pendant plus de trente ans sous le nom de « Théâtre des Variétés » (1966-2000), fut renommée au milieu des années 2000 en l'honneur de son ancien propriétaire, Gilles Latulippe. Pour ma génération, qui grandit dans les années 1990, Latulippe représentait la quintessence du vieux comique possédant un répertoire majoritairement composé de jeux de mots et de plaisanteries redondantes sur les belles-mères. Mais pour les générations précédentes, il avait une tout autre résonance. En fait, il fut l'un des acteurs comiques québécois les plus appréciés du public télévisuel de la décennie 1970. Son personnage de Symphorien attira de nombreux spectateurs entre les débuts de la comédie de situation homonyme en 1970 et sa fin en 1977. Grâce à son ton bon enfant et sa comédie légère, l'émission fut un rendez-vous hebdomadaire hautement prisé des familles québécoises.

De Cré Basile à Pousse mais pousse égal : contexte culturel

Au cours des années 1950 et 1960, la télévision s'impose définitivement comme le divertissement favori des Québécois, au point où certaines formes de divertissement comme les cabarets et le cinéma enregistrent de graves baisses d'assistance. Une grande majorité des foyers possède un poste de télévision et les diffuseurs principaux, Radio-Canada et Télé-

³⁵² Propos d'un spectateur à la sortie de la première du film, rapporté par Marc Barrière dans *Le Journal de Montréal*, 8 février 1975.

Métropole, se font une chaude lutte pour convaincre les spectateurs de syntoniser leur réseau. Entre 1965 et 1977, tous les mardis de l'automne au printemps, de nombreux Québécois s'assoient devant leur téléviseur pour regarder *Cré Basile*, *Moi et l'autre* ou *Symphorien*. La comédie télévisuelle locale rythme la vie de la population de façon hebdomadaire. Pour bien comprendre la place de *Pousse mais pousse égal* dans le paysage culturel du Québec des années 1970, je dois me pencher sur la relation professionnelle de deux des maîtres d'œuvre du film : le scénariste Marcel Gamache et la vedette comique Gilles Latulippe.

Marcel Gamache est un vieux routier de la comédie ayant participé à plusieurs émissions radiophoniques humoristiques dans les années 1940 comme *Le Ralliement du rire* (1940-1950) et *Faites-moi rire* (1951-1956) avec Ovila Légaré sur les ondes de CKAC. Dans les années 1960 et 1970, il est l'auteur des textes de deux des comédies de situation télévisuelles les plus regardées³⁵³ : *Cré Basile* (175 épisodes) et *Symphorien* (269 épisodes). C'est après un projet de film avorté – qui aurait réuni Michel Costom de *Mojack Films* à la production, Jean Bissonnette à la réalisation, Gamache au scénario et mettant en vedette Gilles Latulippe³⁵⁴ – et les rumeurs d'un film sur *Symphorien* qu'il écrit *Pousse mais pousse égal*. Pour ce projet, Gamache reprend à peu de chose près le type de comédie de situation qu'il a développée à la télévision et crée des gags sur mesure pour le personnage du sympathique maladroit, interprété par Latulippe.

³⁵³ Les deux émissions trônaient régulièrement au sommet des cotes d'écoute. Pour *Cré Basile* voir : « D'après les cotes d'écoute, *Cré Basile* en première place », *Échos Vedettes*, 18 janvier 1969, s.p. Pour *Symphorien*, on peut lire ceci dans l'hebdomadaire ludique *Échos Vedettes* du 25 mars 1972 : « Déjà, durant la deuxième moitié de la première saison "SYMPHORIEN" se classait premier. Depuis ce temps, cette émission alterne régulièrement avec "LES BERGER" et sont les deux émissions les plus regardées de la province. » De son côté, *Le Petit Journal* rapporte un total de 1 543 400 spectateurs en date du 27 avril 1972. Rappelons qu'à cette époque la population du Québec est d'environ 6 millions d'individus.

³⁵⁴ Voir : *Télé-Radiomonde* (12 février 1972); *Photo-Journal* (10 avril 1972) et *Échos-Vedettes* (25 mars 1972).

C'est dans *Cré Basile* que l'auteur crée le personnage de Symphorien Laperle, le cousin de Basile Lebrun, personnage principal de la série. Latulippe est embauché pour le rôle en 1966, lui qui est déjà bien connu du public pour sa participation à plusieurs autres émissions du moment : *Le zoo du Capitaine Bonhomme* (1963-1968, Télé-Métropole) et *Rue des pignons* (1966-1967, Société Radio-Canada). Gamache et Latulippe s'entendront si bien qu'à la fin de *Cré Basile*, l'auteur décide d'écrire une nouvelle série comique spécialement pour l'acteur. En plus de *Symphorien*, Latulippe poursuit au cours des années 1970 son travail comme animateur comique à la télévision³⁵⁵, sur les planches de son Théâtre des Variétés, dans des publicités, dans les journaux et au cinéma, bien sûr.

Le Théâtre des Variétés amorce sa programmation officielle le 23 septembre 1967³⁵⁶. Latulippe conçoit ses représentations sur le modèle des spectacles de vaudeville montréalais des années 1930 et 1940. On amorce la représentation vers 17 h avec deux films. On enchaîne avec une succession de « sketches » divers interprétés par des comédiens qui firent auparavant les belles années du Théâtre National. Le spectacle se poursuit avec une pièce comique d'une heure largement improvisée et le tout se termine avec une autre projection cinématographique. Le succès de la salle de spectacle est immédiat avec près de 4 000 acheteurs de billets par semaine, et le théâtre accueille son 100 000^e spectateur dès l'année suivante (*Échos Vedettes*, 27 avril 1968, s.p.). Latulippe en est une des vedettes principales, et comme directeur embauche les plus grands noms de la comédie de l'époque. Grâce aux succès qu'il remporte à la télévision et sur scène, il devient l'un des comiques les plus reconnus du Québec.

³⁵⁵ Il anime plusieurs émissions de variétés avec son ami Fernand Gignac comme *Le 5 à 6* (1968-1971, Télé-Métropole) et *Qui club* (1970-1971, Télé-Métropole).

³⁵⁶ En fait, le théâtre ouvre pendant l'été, mais ne présente que des films jusqu'à l'automne.

Dans tous ses projets, l'acteur entretient son personnage d'homme simple, sympathique, maladroit et farceur. Le public peut le retrouver, par exemple, dans diverses publicités dans les journaux et à la télévision pour des fabricants de bière, d'essence ou de motoneige. Sa réputation de conteur de blague l'amène au cours de l'année 1974 à rédiger une chronique mensuelle dans le journal *La Patrie* intitulée : *Mieux vaut en rire avec Gilles Latulippe*. À l'instar de son personnage de Symphorien, il propose au lecteur une panoplie de blagues et d'histoires drôles.

L'acteur jouit d'une grande estime à travers tout le Québec et ses admirateurs sont nombreux. Latulippe et son personnage font fréquemment partie du paysage culturel et l'industrie cinématographique locale, encore fragile, cherche à profiter du vedettariat de plusieurs artistes du monde du divertissement. Il interprète plusieurs petits rôles, dans *Deux femmes en or*, *Tiens-toi bien après les oreilles à papa...*, *Ah! Si mon moine voulait...* et *Y a toujours moyen de moyenner!*, avant d'avoir l'opportunité d'être la vedette principale d'un film. Après plusieurs rumeurs de premier rôle³⁵⁷, il s'allie à son ami Marcel Gamache et au cinéaste Denis Héroux – lui qui venait de remporter de bons succès avec ses deux précédentes comédies : *J'ai mon voyage!* et *Y a toujours moyen de moyenner!* – pour créer *Pousse mais pousse égal*.

Stratégies de décrochage dans Pousse mais pousse égal

Déplacement latéral et paradigme du « bâtard »

Le scénario de Marcel Gamache s'assure de lier son personnage comique aux caractéristiques de la modernité accélérante : progrès technologiques rapides et

³⁵⁷ Pour un long métrage adapté de *Symphorien*, entre autres. Voir : Michèle Sénécal, « Symphorien sera porté au grand écran dans un film », *Le Journal des vedettes*, 12 août 1972, s.p.

transformations sociales nombreuses et souvent déroutantes. L'auteur nous fait suivre les tribulations de Conrad Lachance, perpétuel gaffeur, qui n'arrive pas à conserver un emploi. On assiste, à travers une série de saynètes, à ses déboires comme opérateur de chargeuse, poseur de tapis et infirmier dans un centre hospitalier de la ville de Québec. Ses malheurs soulèvent la colère et l'exaspération du docteur Gagnon, père de sa fiancée, qui refuse que sa fille Gisèle fréquente cet hurluberlu, fils de famille modeste. Pour ajouter au malheur des Gagnon, les parents de Conrad viennent s'établir dans la maison voisine qu'ils ont obtenue en héritage. Les Lachance, au même titre que les Gagnon, veulent maintenant vivre la vie des gens bien nantis, mais ne cessent de créer le chaos autour d'eux. Gisèle décide de quitter Conrad, qui réussit ensuite à la reconquérir en misant sur sa bonté.

Pousse mais pousse égal se déroule dans le Québec de la modernité urbaine et de la compétition sociale. Cet univers exigeant s'accommode mal de la maladresse et bouscule le citoyen modeste (Conrad Lachance) qui tente, tant bien que mal, d'y trouver sa juste place. L'histoire se déroule dans un monde essentiellement urbain (Québec et Montréal) qui affiche tous les progrès technologiques qui caractérisent les grandes villes en expansion de l'époque : téléphone, télévision, voiture, transport en commun, centre hospitalier, etc. Cet environnement technologique force le protagoniste vers des emplois requérant finesse et adresse, mais c'est un monde qui ne cesse de contrarier et repousser le héros sympathique mais lent et incompetent, générant une panoplie de situations cocasses. La première rencontre avec Conrad a lieu dans le paysage enneigé du Grand Nord québécois. Malgré l'espace de manœuvre considérable, le jeune homme, au volant d'une énorme chargeuse sur roues, écrase par maladresse une première automobile, puis en fait dégringoler une deuxième au bas d'une falaise, sous les yeux écarquillé de son employeur stupéfait. Au contact de la technologie,

Conrad apparaît toujours comme un individu perdant le contrôle de son corps. L'espace qui l'entoure s'amenuise, le coince, l'enferme. Et, finalement, l'empêche d'accomplir correctement les tâches qu'on lui assigne.

Ce gentil maladroit est aussi perpétuellement bousculé par les exigences sociales de ce nouveau monde complexe qui lui demandent d'occuper un emploi. Conrad en est incapable et de cette difficulté émane une bonne part des péripéties de la comédie. Pour la spécialiste du corps burlesque au cinéma, Rae Beth Gordon, la frénésie du monde moderne est la source d'une mécanique corporelle nerveuse chez les comiques : « [l]e mouvement hystérique, [...], fait partie du paradigme essentiel de la modernité – la vitesse – [...] » (2010, p. 134). Conrad évolue dans un univers progressant à vive allure et l'obligeant à accélérer physiquement afin de suivre la cadence. Une séquence le montre en passager d'une ambulance dont le conducteur tente de gagner une course contre un corbillard. Prisonnier du véhicule qui roule à toute vitesse, Conrad ne peut que se cramponner, mais offre aux spectateurs ses plus belles contorsions faciales.

Ce corps frénétique fait paraître Conrad comme un mésadapté de la modernité, constamment en marge de celle-ci. Il incarne ainsi la figure de la stratégie de décrochage du retournement contre soi-même, ou paradigme du « bâtard ». Latulippe en est arrivé à créer ce personnage en s'inspirant en partie du personnage burlesque américain que Revault d'Allonnes décrit ainsi :

Il est [...] un être ordinaire, un quidam, mais, cependant il n'en est pas moins un être singulier, inaliénable. Une figure de l'ambiguïté, mi-adulte mi-enfant, mi-somnambule mi-veilleur, etc., avec une allure étonnante (tel costume, telle gestuelle), une nature étrange, laquelle intrigue. Une figure de l'inadaptation à la société, en décalage, qui entretient un rapport au monde bien à lui, individuel et portatif, lequel

fascine (Revault d'Allonnes 1997, p. 41).

Conrad Lachance possède la majorité de ces caractéristiques. Il personnifie en quelque sorte le Québécois moyen, représentant d'une classe laborieuse, le subalterne qui doit toujours obéir aux ordres de son supérieur. Il évoque le voisin, le collègue de travail ou le membre de la famille, mais n'est jamais totalement le citoyen moyen. On le reconnaît, par moments on l'apprécie, mais sa singularité, son « rapport au monde bien à lui », font de Conrad un être pour qui naît un sentiment ambivalent d'attachement et de distanciation qui permet l'autodérision. Il est le portrait exacerbé du petit francophone bon vivant et sympathique qui vogue d'une « jobine » à l'autre et qui cherche sa place dans un monde devenu plus exigeant et compétitif.

Latulippe incarne, tel Jerry Lewis³⁵⁸, ce que Serge Cardinal appelle le « type³⁵⁹ » du « perdant-né, inséparable d'un genre, la comédie américaine » (2012, p. 69). Un type qui n'accomplit rien sans fracas et désordre, qui est toujours au mauvais endroit au mauvais moment et dont la maladresse en exaspère plus d'un. Pourtant, Conrad demeure l'individu le plus charmant du film, ce qui explique l'amour que lui portent sa compagne et les spectateurs. Il n'est presque jamais mal intentionné – comme peut l'être Chaplin face à l'autorité – à l'exception d'une scène dans une file d'attente, où il utilise de peu subtils subterfuges pour améliorer sa position. Finalement son stratagème échoue parce que son arrogance l'aveugle et l'empêche de voir une seconde ligne se créer, lui faisant perdre sa place.

Lachance se présente comme un perdant-né, un personnage comique américain mais

³⁵⁸ Ici, il ne s'agit pas de l'acteur à proprement parler, mais plutôt de l'être qui naît de la fusion entre sa performance et le médium cinématographique. Voir : Cardinal 2012.

³⁵⁹ Cardinal emprunte ce terme à Stanley Cavell dans *The World Viewed: Reflections on the Ontology of Film*. Enlarged Edition. Cambridge, Harvard University Press, 1979.

aux accents québécois. Là où les maladresses d'un Buster Keaton le poussent inextricablement dans une fuite vers l'avant (Revault d'Allonnes 1997, p. 47), celles de Conrad Lachance font de lui un prisonnier du monde moderne. On le constate à plusieurs reprises dans le film, mais plus éloquemment dans une scène où, tel l'enfant qu'il tente d'aider, son doigt reste coincé dans l'un des tubulures d'une chaise en aluminium. Cette faiblesse – être issu du monde moderne, mais incapable d'y vivre correctement, sans intention ni possibilité de fuite – est certainement inspirée par le vieux stéréotype du Québécois subalterne qui se disait « né pour un p'tit pain » et se pensait « en retard sur le reste du monde », expressions répétées pendant plusieurs décennies. La mise en scène et à l'écran du personnage incarnant ces faiblesses voulait évidemment susciter l'empathie pour ses qualités de cœur malgré son incompétence professionnelle. Conrad fait rire mais chacun pardonne ses erreurs en constatant qu'il ne présente aucune méchanceté, et son personnage d'éternel perdant devient celui qui gagne l'estime de tous dans le film autant que dans la salle. Ce que le théoricien Bouchard appelle déplacement latéral et retournement contre soi-même est au cœur de l'univers comique construit par Gamache et Latulippe pour offrir une narration nouvelle de l'identité québécoise.

La diversion : la définition par la confrontation

Les maladresses du personnage de Latulippe se veulent génératrices du rire du spectateur. Ces moments cocasses sont issus, bien souvent, de ses confrontations avec les autres personnages. C'est ainsi que se présente la « diversion » et que Conrad nous apparaît comme membre à part entière d'une communauté singulière : québécoise et vernaculaire. La diversion se définit par la création, au sein de la culture fondatrice, d'une nouvelle figure identitaire qui récuse une opposition binaire entre deux figures devenues conflictuelles (Bouchard 2000, p. 375). Dans notre cas, il s'agit de l'anglophone et du français de France qui

apparaissent comme des figures d'altérité (de Conrad et du spectateur) surtout à cause des confrontations langagières et culturelles qu'elles subissent.

La scène de la file d'attente contient une situation conflictuelle entre notre protagoniste et une dame anglophone. Après avoir devancé une première fois quelques personnes, Conrad recommence en feignant reconnaître un ami possédant une position plus avantageuse dans la queue. L'astucieux héros se retrouve devant une dame frustrée qui n'hésite pas à lui faire part du fond de sa pensée. Il lui explique alors en français qu'il rejoint un ami même si cela est visiblement faux. La dame montre son exaspération à sa voisine en rétorquant : « He doesn't even speak english. Bill 22 for sure! » Elle l'accuse ainsi d'être un partisan de la loi 22, *Loi sur la langue officielle*, adoptée en 1974 et faisant du français la langue officielle du Québec. Cette séquence de 20 secondes résume très bien le conflit existant entre ces deux communautés langagières cohabitant sur le même territoire et arrime le film à l'actualité.



Figure 26 : Jean Guilda, Céline Lomez et Gilles Latulippe. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.

Pour ce Québécois francophone, la communication semble impossible avec l'anglophone. Il n'est pas clair si Conrad ignore l'anglais ou s'il feint seulement de ne pas comprendre, mais cet affrontement le singularise et le distingue, permettant aux spectateurs francophones de s'y associer.

Marcel Gamache n'oublie pas d'inclure dans son scénario la figure stéréotypée du Français. Le docteur François Dupont est l'ami de la famille Gagnon, celle-ci digne

représentante d'une bourgeoisie économique et culturelle québécoise. Lors d'une excursion en calèche dans les rues de Québec [Figure 26], M. Dupont est montré comme un individu fortement condescendant qui n'hésite pas à déclarer à la vue du Parlement que : « Ça ne se compare pas avec l'Élysée. » Conrad enchaîne : « Quand on pense que c'aurait pu être un évêché. » « Évêché? » demande une autre passagère. Conrad poursuit : « Ouais évêché, seulement Lévesque est pas rentré ». Ce calembour fait allusion à René Lévesque, chef du Parti québécois, qui fut vaincu aux élections provinciales de 1973. Ici c'est la familiarité avec le contexte politique québécois qui permet à la fois de ridiculiser le personnage étranger et d'amuser le spectateur complice, comme l'explique Mahadev Apte :

Familiarity with a cultural code is a prerequisite for the spontaneous mental restructuring of elements that results in amusement and laughter ... Individuals are not conscious of this requirement, because they already possess the cultural knowledge to which they compare the humour-generating stimuli. An individual who is not a member of a specific culture and therefore has not internalised its behavioural patterns and value systems may not experience humour (Apte 1985, p. 17).

Rire à ce calembour marque le lien du spectateur de l'époque avec les autres membres de sa communauté élargie (Gisèle et sa famille y prennent autant plaisir que lui) tandis que le personnage français demeure étranger à ce qui se discute. Conrad est visiblement lancé dans un processus de distinction identitaire, se frottant à l'anglophone et au Français, deux figures des cultures métropolitaines du Québec.

Il se voit confronté également à ses beaux-parents, représentants d'une classe supérieure avantagée par sa fortune et sa culture, devenant l'incarnation d'une autre condition socioéconomique commune pour beaucoup de spectateurs. Héroux s'applique à bien opposer l'univers des familles Lachance et Gagnon, qui par « pur hasard » deviennent voisines, pour

accentuer le comique de situation. Le manque de civilité des Lachance soulève constamment l'ire de la famille Gagnon et le rire des spectateurs. Un des points importants de cet affrontement de classe se perçoit dans la langue parlée par les deux familles. Les Lachance utilisent une langue vernaculaire marquée principalement par leur accent qui leur fait dire : « on sort à souère? » ou « Va don'le vouère! ». Ils utilisent les contractions communes au slang urbain québécois : « s'pas », « s'ul » ou « quossé ». Néologisme (pantoute), anglicisme (boss) et régionalisme (m'escuse) jonchent les répliques des Lachance³⁶⁰, tandis que les Gagnon parlent un français soigné qu'on peut lier à la langue académique de Radio-Canada « [...] dont on a longtemps cru, par fierté, qu'elle constituait le seul vrai français international, un baume sur nos plaies linguistiques » (Portelance 2000, p. 22). Le spectateur est bien conscient de cette dualité langagière qu'il vit au quotidien. D'un côté, la langue du travail teinté par l'anglais, de l'autre, le bon parler français défendu par l'élite et présent dans plusieurs émissions télévisuelles et radiophoniques radio-canadiennes mettant en vedette le grammairien Jean-Marie Laurence. Christine Portelance avance que : « [l]a plupart des téléspectateurs conserveront de lui l'image d'un homme au langage quelque peu précieux et à qui ils pouvaient difficilement s'identifier [...] » (*ibid.*).

Les niveaux de langue et les contextes culturels conflictuels des deux familles (professions, allures vestimentaires, loisirs) les distinguent l'une de l'autre et définissent leur appartenance culturelle respective, tout en contribuant à la comédie. Conrad et ses parents apparaissent sous cet angle comme de fiers représentants d'une classe modeste mais fière, de bons vivants sans prétention que la conclusion de l'aventure associe par mariage à leurs voisins bourgeois pour bien surligner la cohésion nécessaire au projet national.

³⁶⁰ Pour un portrait de langue vernaculaire québécoise, voir : Forest 1996.

Réappropriation et profanation : chambouler l'ordre un gag à la fois

Dans un rapport de force où elle est désavantagée, la nouvelle culture transforme et fait sienne la culture dominante. Depuis la fin du 19^e siècle, c'est la culture de masse états-unienne qui exerce son emprise sur la population du Québec. *Pousse mais pousse égal* participe à ce phénomène de réappropriation qui permet d'offrir au public un cinéma comique présentant ses vedettes³⁶¹ et se déroulant dans des lieux connus de lui.

La réappropriation demande de « faire sien » et le film de Héroux y parvient en empruntant au genre de la comédie burlesque américaine, servie toutefois à la sauce québécoise. L'œuvre est inspirée de certains traits esthétiques du film burlesque et en réutilise aussi plusieurs des codes. L'une des marques les plus évidentes se retrouve dans la séquence de la descente infernale en calèche dans les rues de Québec. La voiture, après avoir été abandonnée par son cheval et son cocher, fait tomber un cycliste, déshabille d'un coup une jeune demoiselle, renverse une cargaison de fruits et pourchasse un cuisinier qui transporte de la nourriture. Pour éviter d'être écrasé, l'homme emprunte un escalier qu'il dévale à toute vitesse. Le pauvre trébuche et finit par laisser tomber le plateau qu'il tenait. Le réalisateur décide d'accélérer ce dernier plan de l'homme dans l'escalier, imitant le rythme rapide et saccadé associé au cinéma de l'époque muette. L'emprunt esthétique le plus important est cependant l'utilisation abondante de :

[...] plans larges fixes et frontaux, d'une durée assez longue : ce style de filmage veut permettre au spectateur d'apprécier pleinement le jeu de l'acteur comique, et laisser la possibilité au gag d'arriver d'un point quelconque de l'espace cadré [...] (Revault d'Allonnes 1997, p. 40).

³⁶¹ On retrouve dans le film une panoplie d'acteurs de *Symphorien* : Janine Sutto, Juliette Huot, Jean-Pierre Masson, Denis Drouin, Fernand Gignac, Yves Létourneau, Manda Parent, Robert Desroches, Suzanne Langlois, Michel Noël, Denise Andrieu et Marthe Nadeau.

Le cadrage donne tout l'espace nécessaire à Latulippe pour exercer son art. C'est le cas lors de la scène où Conrad, infirmier depuis peu, se trompe de chambre et tente d'aider un patient bien trop faible à faire de l'exercice. Le même type de cadrage et de découpage domine lorsqu'il essaie de transférer un colosse sur une civière. Après de nombreuses cabrioles, il finit bien sûr écrasé sous le géant.

Des éléments esthétiques du burlesque américain parsèment l'œuvre de Héroux, cependant c'est la présence abondante du gag³⁶² et de son pouvoir de profanation qui est l'élément de réappropriation le plus intéressant. Le film burlesque propose deux lectures du monde réel, l'une réaliste qui place le personnage dans un environnement reconnaissable, l'autre transgressive qui se plaît à tromper les attentes du spectateur. Jean-Paul Simon décrit l'une des principales fonctions du gag au cinéma ainsi : « [...] les gags s'attaquent au discours réaliste et en révèlent le code caché, ce par un double mécanisme : présentation du code que connaît le spectateur et donc préréglage de l'attente spectatorielle, perturbation de cette logique par l'exploitation d'une possibilité "déplacée" [...] » (Simon 1997, p. 83). Autant dire que l'humour burlesque repose sur la transgression de différentes normes, règles ou usages, qui habitent l'univers cinématographique ou la réalité du spectateur. Le gag burlesque est un engrenage important de l'humour de *Pousse mais pousse égal* et sa réappropriation permet à la culture d'une communauté québécoise en transformation de vandaliser différents symboles de domination.

Pour le théoricien des cultures populaires John Fiske, les plaisirs du corps excessif possèdent un potentiel subversif parce qu'ils remettent en question l'ordre social (1989a,

³⁶² Le gag est, selon Jean-Pierre Coursodon, « une forme dynamique qui se développe dans le temps sur un mode strictement visuel » (Mars 1964).

p. 75). Le corps dans ses excès s'évade et échappe au contrôle des forces de domination qui le perçoivent comme un danger potentiel pouvant faire glisser leur monde vers le chaos. *Pousse mais pousse égal* est habité par ce type de plaisir dissident, Conrad et sa famille ne cessant de produire désordres et désastre dans la vie des gens en position d'autorité. Dans l'œuvre de Héroux, c'est le rire du spectateur qui signale l'acceptation de la profanation de ces symboles de domination sociale. Au cours de la scène où le docteur Gagnon frappe le policier escaladant une échelle vers la chambre de Gisèle, le spectateur est placé devant deux choix tout aussi réconfortants pour lui. Il rit à la fois de la figure d'autorité bafouée du policier, mais aussi de la méprise du père de Gisèle, principal antagoniste de Conrad Lachance. Plus tôt dans le film, Wilfrid Lachance écrase avec sa voiture les bâtons de golf de François Gagnon, vandalisant symboliquement ce loisir bourgeois. Le « manque de classe » des Lachance ne sert en quelque sorte qu'à la profanation de la position sociale et des prétentions des Gagnon.

À de nombreuses reprises, Conrad ridiculise ses employeurs et pourfend leur autorité. Qui n'a jamais rêvé de pousser en bas d'une falaise la voiture de son patron à l'aide d'une chargeuse sur roues? Plus loin lors de son court épisode comme poseur de tapis, il sème la destruction chez une cliente en voulant attraper une perruche échappée de sa cage. Son employeur ne peut que constater, fou de rage, le coût des dégâts. Dans son rôle d'infirmier, il défenestre ensuite par maladresse son supérieur immédiat et entraîne dans ses étourderies, plus souvent qu'à son tour, son beau-père. Les gags de *Pousse mais pousse égal* ridiculisent les figures d'autorité économique et sociale qui côtoient notre malhabile héros.

Dans cette optique, une pitrerie en particulier nous apparaît teintée d'une signification éloquente. Conrad, partant rejoindre Gisèle à Montréal, marche rapidement dans le couloir d'un hôtel. Devant lui se dresse une pyramide de boîtes qu'il ne voit pas, provoquant sa chute. Ce gag peut



Figure 27 : Gilles Latulipe. Photographie de plateau. Coll. Cinémathèque québécoise.

sembler commun, cependant il ridiculise plus ou moins subtilement l'unité canadienne puisque les boîtes sont à l'effigie du Canada [Figure 27]. Pour qui s'esclaffe à la vue de ce gag métaphorique peut naître un sentiment de profanation politique qui vient flatter la fibre nationaliste québécoise de plus en plus sensible à l'époque.

Les gags du film ne rejettent toutefois pas en bloc l'autorité de la bourgeoisie francophone. La comédie la distingue nettement des classes laborieuses, mais finit par les réunir toutes deux au moyen d'une finale carnavalesque où la moquerie et la dérision dépouillent chacun de sa prétention et abolissent les strates hiérarchiques :

Carnival allowed everyone to laugh at everyone – peasants and kings alike were cursed and mocked. Everyone was brought down to the same level. Thus, those texts that embody the carnival spirit – the carnivalesque – allow their participants to be [...] temporarily free of hierarchical dominance and to be free to think of a world without (or with altered) hierarchies (Bonnstetter 2011, p. 20).

La traditionnelle coupe du gâteau de mariage occasionne une projection de tartes à la crème où tout le monde est atteint, même le curé. Les maladresses se multiplient et précipitent les invités dans l'eau de la piscine. Les différences sociales s'amenuisent dans la dérive carnavalesque laissant place à une communauté plus homogène à laquelle le spectateur

s'associe par le plaisir comique. La séquence finale du film invite les spectateurs à secondariser les frustrations vécues dans les rapports de classe quotidiens, en leur proposant un projet politique nouveau porté par l'unité nationale des francophones.

Conclusion

Les spectateurs, par l'expérience d'un film comme *Pousse mais pousse égal*, trouvent un terrain d'entente, une expérience commune de modernité qui reflète leur différence en tant que groupe, mais aussi une vision du Québec qui leur plait. La comédie proposée par les Latulippe, Gamache et Héroux participe à la propagation d'une telle vision sociétale. Les maladresses de Conrad Lachance – et le rire qu'elles ont suscité – ont contribué à une expérience communautaire singulière. En observant cette comédie sous l'angle des stratégies de décrochage théorisées par Bouchard, je crois avoir confirmé le rôle de l'expérience sensible du rire et du plaisir dans la constitution d'une culture fondatrice vernaculaire moderne québécoise. *Pousse mais pousse égal* met en scène un corps bousculé par cette modernité toute puissante et permet d'en critiquer les aspects les plus absurdes : les inégalités sociales, la compétition entre les individus et l'exigence de réussite. Les pitreries de Gilles Latulippe ont été bien plus que de simples « drôleries », elles ont permis à plusieurs membres de la société québécoise de comprendre un peu mieux qui ils étaient et le monde dans lequel ils évoluaient.

Conclusion

« Y a toujours moyen de moyenner! »

Plaidoyer pour une histoire inclusive

Il m'apparaît pertinent de terminer cette thèse en citant l'historien culturel Lawrence W. Levine qui appelle à un changement d'attitudes de la part des penseurs de la culture, et recommande l'établissement de ponts entre « haute » et « basse » culture :

Je passe toutefois beaucoup de temps à me demander si, en faisant des distinctions hiérarchiques aussi rigides, nous ne limitons pas les dimensions de notre compréhension de la culture : un ensemble plus ouvert et plus souple de divisions permettrait d'approfondir cette compréhension en facilitant les comparaisons vraiment complexes dont nous manquons actuellement (2010, p. 21).

Levine ne défend pas l'idée d'un relativisme absolu qui mettrait sur un plan d'égalité tout objet culturel aux yeux de l'historien. Il invite plutôt le penseur à prendre en considération le processus de formation et les relations des diverses catégories culturelles, et c'est ce que cette thèse s'est efforcée de présenter. Explorer le rapport dialogique constant entre les œuvres d'art cinématographique et le cinéma populaire, entre communauté savante et communauté vernaculaire, a permis de jeter un nouvel éclairage sur l'ensemble de l'histoire du cinéma québécois. Il m'apparaissait important d'aller dans cette direction afin de participer au renouvellement de l'historiographie du cinéma au Québec, qui n'a pas toujours su éviter ce danger décrit par Marc Bloch : « [l]a science ne décompose le réel qu'afin de mieux l'observer, grâce à un jeu de feux croisés dont les rayons constamment se combinent et s'interpénètrent. Le danger commence quand chaque projecteur prétend à lui seul tout voir; quand chaque canton du savoir se prend pour une patrie » ([1941] 1997, p. 131).

La science de l'histoire du cinéma au Québec s'est souvent prise pour une patrie puisqu'elle s'est développée à un moment charnière de l'histoire intellectuelle de la province où l'existence d'une nation distincte était une question vraiment centrale. Comme je l'ai dit précédemment : discuter de la nation, c'est la créer un peu, la chercher, c'est la créer amplement. Pour ma part, j'ai tenté d'en discuter sans trop l'influencer. J'ai voulu multiplier les projecteurs, afin de faire entrer en contact des cantons du savoir trop souvent séparés par quelques préjugés. Malgré toutes mes bonnes intentions, je suis bien conscient que de chercher à comprendre l'implication de cette culture cinématographique singulière dans le développement d'une conscience nationale peut aboutir en une vision, certes plus large, mais toujours un peu trop restrictive de « la nation ». Je tiens à réitérer que l'idée de nation doit être comprise comme un processus et non comme un tout cohérent et immuable. Elle doit être entendue comme un ensemble de visions hétérogènes qui entrent en contact plus ou moins brutalement, créant une multitude de mutations à travers le temps. Pour bien comprendre ce processus complexe, il faut éviter de l'encercler d'a priori historiques.

To understand the power of nationalism, we do not need to invoke nations. Nor should we, at the other extreme, dismiss nationhood altogether. We need, rather, to decouple categories of analysis from categories of practice, retaining as analytically indispensable the notions of nation as practical category, nationhood as institutionalized form, and nationness as event, but leaving "the nation" as enduring community to nationalists (Brubaker 1996, p. 22).

J'ai voulu décrire la mécanique d'une « nationness » singulière. Dans l'exploration de ce phénomène, la culture et le cinéma populaire ne devaient pas être réduits et marginalisés, mais plutôt pensés comme de possibles vecteurs d'une multitude d'aspirations sociales des spectateurs, dont celle de former une collectivité distincte.

Pour examiner adéquatement cette culture et rendre apparente toute sa richesse et sa complexité, il fallait d'abord me harnacher d'une posture historienne adaptée à l'étude des cultures de masse et populaire. Je me suis donc affairé à éviter certains écueils décrits par Lawrence W. Levine dans son ouvrage historiographique *The Unpredictable Past : Explorations in American Cultural History* (1993, p. 296-299).

Premièrement, je devais laisser de côté l'idée que les spectateurs ne sont qu'une seule masse passive, acceptant unilatéralement quelques idéologies proposées par les films. Il me fallait déplacer le point de création de sens, du film à la relation – constitué d'acceptation, de résistance et de rejet – entre le spectateur et l'objet filmique. Il était important d'approcher l'expérience de ce cinéma sous un angle dialogique et de s'éloigner de l'idée que le cinéma serait le miroir de la société. Certes, il en propose une image, mais une image que le spectateur peut accepter ou non. Le cinéma populaire de comédies reflète une réalité connue tout en proposant une vision magnifiée et stéréotypée du monde qui simplifie les relations sociales, sans en réduire nécessairement les tensions inhérentes, pour permettre au spectateur de jouir au maximum des plaisirs qu'on lui propose.

Deuxièmement, il me fallait éviter de mettre tous les œufs dans le même panier en croyant que la culture populaire exploite des formules si simples que connaître une part d'un genre, c'est de tout connaître. Pour cette raison, il m'a paru pertinent d'étudier un corpus large qui allait montrer certaines grandes lignes du genre de la comédie, mais aussi trois cas précis qui s'inscrivent dans des courants culturels différents qui influencent inévitablement l'humour présenté au public. Nous avons vu qu'en une décennie, on propose un humour « adolescent »,

puis « adulte » et finalement « familial ». Un humour qui a suivi l'évolution d'une génération : les *baby-boomers*.

Troisièmement, il était nécessaire d'écarter l'idée que la culture populaire ne suscite que l'évasion du monde réel et qu'elle en serait complètement détachée. Le phénomène de l'évasion n'est pas une fuite complète, mais plutôt un moment où l'on suspend les relations de domination pour mieux les affronter de nouveau le temps venu : « [e]ven in their escape people can be quite realistic in understanding what it is they need to do to maintain themselves; what kinds of fictions, myths, fantasies they require not primarily to escape reality but to face it day after day after day » (*ibid.*, p. 298). Le cinéma de comédie québécois des années 1960 et 1970 permit d'une part de projeter sur grand écran une image qui s'accorde avec la nouvelle réalité sociale et culturelle qui relègue au passé ou amoindrit fortement les rapports de domination par l'église catholique, d'autre part de présenter des récits et des héros positifs qui, malgré les obstacles qui surgissent de cette nouvelle organisation sociale, finissent toujours par triompher de l'adversité. Aux yeux de bien des critiques, ces représentations simplifient à outrance et déforment la réalité. Cette vision mésestime le fonctionnement de la culture populaire et les intérêts de la population, qui ne veut pas d'une culture lui rappelant constamment sa position désavantageuse sur l'échiquier social, mais préférant être exposée à une image idéalisée qui permet la valorisation de leur situation.

Finalement, il s'avérait indispensable d'éluder l'une des attitudes les plus présentes chez les intellectuels qui se penchent sur les cultures de masse et populaire : privilégier l'esthétique à la fonction. Les spectateurs communs ne sont généralement pas éduqués aux normes et codes des arts, ils arborent une approche pragmatique de la culture qui place

l'esthétique plus bas que la fonction sur l'échelle de leurs intérêts. Une chaise berçante doit bercer correctement, une voiture doit mener d'un point A au point B et une comédie doit faire rire; tant mieux si l'esthétique est plaisante, tant pis si elle ne l'est pas. Accorder une trop grande importance à l'esthétique empêche trop souvent l'analyste d'explorer sérieusement « the dynamic relationships that exist between the audience and the expressive culture they interact with » (*ibid.*, p. 299). Il ne s'agissait donc pas de s'évertuer à faire l'étude d'un ou de plusieurs *objets*, mais bien de recadrer notre approche vers l'étude d'une *expérience* culturelle qui s'amorce bien avant la projection d'un film. En outre, il était impératif d'éviter de croire que mon expérience des films était comparable le moins avec celle des spectateurs de l'époque. Mes expériences et mes intérêts d'historien ne peuvent que différer de ceux de cette masse hétérogène mangeant à tous les râteliers. Là où l'érudite perçoit souvent les aspects symboliques négatifs, les foules profitent plutôt des plaisirs qui sont proposés.

Haute et basse culture doivent aussi être étudiées sous l'angle de réception de leur public cible et doivent être examinées dans leurs relations et confrontations, qui les transforment et les définissent l'une par rapport à l'autre. C'est la raison principale pour laquelle je termine cette étude par un petit plaidoyer qui invite l'historien de la culture à privilégier des récits historiques inclusifs qui s'efforcent d'amoindrir les rapports hiérarchiques entre les divers objets et pratiques culturels dans une même société. Cela étant dit, je ne prétends pas être parvenu à offrir une telle histoire. Le titre provisoire de cette conclusion a longtemps été *Première et dernière histoire du cinéma populaire québécois : Plaidoyer pour une histoire inclusive*. Si je n'ai pas conservé ce titre, j'ai voulu en conserver l'essence. Je suis bien au fait que mon histoire n'est pas aussi inclusive qu'elle le pourrait; certaines œuvres et certains cinéastes reconnus ont délibérément été mis de côté pour en

privilégier d'autres qui avaient été marginalisés auparavant. Je crois qu'il serait pertinent à l'avenir de produire des études qui articulent adéquatement culture populaire et culture savante, en ouvrant et transcendant ces catégories pour exposer toute la complexité de leur relation. Je clos cette thèse sur quelques sages paroles chantées par Dominique Michel et Willie Lamothe. Elles symbolisent autant ce que cherche généralement le spectateur dans sa relation avec un film populaire que l'attitude que devrait avoir l'historien de la culture :

♪♪ *Y a toujours moyen de moyenner*
Toujours une façon d's'en tirer
Quand t'as l'impression
Qu'y'a pu d'solution
Y faut qu'tu dises...
Y a toujours moyen de moyenner! ♪♪

Filmographie

* = *corpus principal*

**Pas de vacances pour les idoles* (Denis Héroux, 1965)

La vie heureuse de Léopole Z.(Gilles Carle, 1965)

C'est pas la faute à Jacques Cartier (George Dufaux et Clément Perron, 1968)

**Deux femmes en or* (Claude Fournier, 1970)

Les Mâles (Gilles Carle, 1971)

**Après-ski* (Roger Cardinal, 1971)

**Les chats bottés* (Claude Fournier, 1971)

Fleur Bleue (Larry Kent, 1971)

**Tiens-toi bien après les oreilles à papa...* (Jean Bissonnette, 1971)

IXE-13 (Jacques Godbout, 1972)

**L'Apparition* (Roger Cardinal, 1972)

La vraie nature de Bernadette (Gilles Carle, 1972)

**Le p'tit vient vite* (Louis-George Carrier, 1972)

La mort d'un bûcheron (Gilles Carle, 1973)

**J'ai mon voyage!* (Denis Héroux, 1973)

Ah! Si mon moine voulait... (Claude Pierson, 1973)

Les corps célestes (Gilles Carle, 1973)

**Y a toujours moyen de moyenner!* (Denis Héroux, 1973)

O.K. Laliberté (Marcel Carrière, 1973)

**La pomme, la queue... et les pépins!* (Claude Fournier, 1974)

**Les deux pieds dans la même bottine* (Pierre Rose, 1974)

Y a pas de mal à se faire du bien (Claude Mulot, 1974)

**Les aventures d'une jeune veuve* (Roger Fournier, 1974)

**Tout feu, tout femme* (Gilles Richer, 1975)

**Pousse mais pousse égal* (Denis Héroux, 1975)

Le lit [*Le plumard en folie*] (Jacques Lem, 1975)

Bibliographie

Bibliographie générale

- Adorno, Theodor W. 1998. « On Popular Music ». Dans *Cultural Theory and Popular Culture : A Reader*, compilé par John Storey, p. 197-209. Harlow : Prentice Hall.
- Anderson, Benedict R. O'G. [1992] 2002. *L'imaginaire national : réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris : La Découverte.
- Apte, Mahadev L. 1985. *Humor and Laughter: An Anthropological Approach*. Ithaca : Cornell University Press.
- Bakhtine, Mikhaïl. 1968. *Rabelais and His World*. Cambridge : Massachusetts Institute of Technology Press.
- Beaulieu, André, et Jean Hamelin. 1973-1990. *La presse québécoise : des origines à nos jours*, 10 tomes. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Bergson, Henry. [1899] 2007. *Le Rire : Essai sur la signification du comique*. Paris : P.U.F.
- Benjamin, Walter. 1971. *Œuvres I*. Paris : Denoël
- Benjamin, Walter. 2000. « L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (dernière version de 1939) ». Dans *Œuvres III*, p. 268-316. Paris : Gallimard.
- Bloch, Marc. [1941] 1997. *Apologie pour l'histoire ou Métier d'historien*. Paris : Armand Colin.
- Bouchard, Gérard et Yvan Lamonde (dir.). 1995. *Québécois et Américains : la culture québécoise au XIXe et XXe siècle*. Québec : Fides.
- Bouchard, Gérard. 2000. *Genèse des nations et cultures du Nouveau Monde : essai d'histoire comparée*. Montréal : Boréal.
- Bouliane, Sandria P. 2013. « “Good-bye Broadway, Hello Montréal” : traduction, appropriation et création de chansons populaires canadiennes-françaises dans les années 1920 ». Thèse de doctorat (musicologie), Québec, Université Laval.
- Bourassa, André-G., et Jean-Marc Larrue. 1993. *Les nuits de la « Main » : Cent ans de spectacles sur le boulevard Saint-Laurent (1891-1991)*. Montréal : VLB éditeur.
- Bourdieu, Pierre. 1970. *La Reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris : Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre. [1992] 1998. *Les règles de l'art : Genèse et Structure du champ littéraire*. Paris : Éditions du Seuil.
- Bourdieu, Pierre. [1979] 2007. *La distinction, critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.
- Brubaker, Rogers. 1996. *Nationalism reframed : Nationhood and the national question in the New Europe*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Charbonneau, Réal. 1963. *Une semaine de télévision 18 au 25 novembre 1962 : Étude comparative de la programmation CBFT, CFTM-TV, CFCM-TV, CKRS-TV*. Montréal : Institut canadien d'éducation des adultes.
- Charland, Jean-Pierre et Mario Désautels. 1992. *Système technique et bonheur domestique. Rémunération, consommation et pauvreté au Québec (1920-1960)*. Québec : IQRC.

- Chartier, Roger. 2010. « Préface ». Dans Lawrence W. Levine, *Culture d'en haut, culture d'en bas : l'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*. Paris : Éditions la découverte.
- Clairoux, Jacques. 1988. « Du spectacle de la force à l'athlétisme théâtral : Louis Cyr et le cirque au Québec ». *L'Annuaire théâtral*, n° 4 (printemps), p. 107-123.
- Clairoux, Jacques. 1995. « Le théâtre ambulant et ses amuseurs publics ». *Cap-aux-diamants*, n° 35 (automne), p. 46-49.
- Clairoux, Jacques. 2009. « Des hommes forts aux artistes de la piste : L'invention du cirque québécois ». *Cap-aux-diamants*, n° 97, p. 16-19.
- Corbin, Alain (dir.). 1995. *L'avènement des loisirs, 1850-1960*. Paris : Aubier.
- Côté, Christian. 1990. « Les racines de la musique populaire québécoise : ou destination ragou ». *Moebius : écritures/littérature*, n° 44, p. 106-158.
- Couvrette, Sébastien. 2014. *Le récit de la classe moyenne : la publicité des quotidiens montréalais, 1920-1970*. Montréal : Leméac.
- Croteau, Jean-Yves. 1993. *Répertoire des séries, feuilletons et téléromans québécois de 1952 à 1992*. Québec : Vitray.
- Daignault, Sylvain. 2006. *Histoire de la bière au Québec*. St-Constant : Broquet.
- de Certeau, Michel. 1974. *La culture au pluriel*. Paris : Inédit.
- de Certeau, Michel. 1979. « Pratiques quotidiennes ». Dans G. Poujol et R. Labourie (dir.), *Les cultures populaires*, p. 23-29. Toulouse : Privat.
- de Certeau, Michel. 1990. *L'invention du quotidien I*. Arts de faire, Paris : Gallimard.
- Desbiens, Lucien. 1936. « L'infiltration américaine par la radio ». *Revue Dominicaine*, (Mars), p. 134-149.
- Dickson, Olivier. 2009. « La Révolution tranquille : période de rupture ou de continuité? ». Mémoire de Maîtrise, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- Durand, Caroline. 2007. « Entre exportation et importation : La création de la chanson québécoise selon la presse artistique, 1960-1980 ». *Revue d'histoire de l'Amérique française*, n° 603, p. 295-324.
- English, James F. 1994. *Comic Transactions: Literature, Humor and the Politics of Community in Twentieth-Century Britain*. Ithaca : Cornell University Press.
- Faugier, Étienne. 2009. « Automobile, transports urbains et mutations : l'automobilisation urbaine de Québec, 1919–1939 ». *Revue d'histoire urbaine*, vol. 38, n° 1, p. 26-37.
- Filion, Michel. 1994. *Radiodiffusion et société distincte. Des origines de la radio jusqu'à la Révolution tranquille au Québec*. Montréal : Méridien.
- Fiske, John. 1989a. *Understanding popular culture*. Boston : Unwin Hyman.
- Fiske, John. 1989b. *Reading the Popular*. Boston : Unwin Hyman.
- Fontaine, Mario. 1978. *Tout sur les p'tits journaux z'artistiques ou comment dormir avec le cœur qui palpète*. Montréal : Quinze/Critere.
- Forest, Jean. 1996. *Anatomie du parler québécois*. Montréal : Triptyque.
- Fournier, Marcel. 1986. « Intellectuels de la modernité et spécialistes de la modernisation ». Dans Yvan Lamonde et Esther Trépanier (dir.), *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*, p. 231-251. Québec : IQRC.
- Gagnon, Claude-Marie et Denis Saint-Jacques. 1984. « Histoire de la littérature populaire au Québec ». *Nuit Blanche*, n° 15 (novembre), p. 44-45.
- Gagnon, Serge. [1992] 2017. *Plaisir d'amour et crainte de Dieu : Sexualité et confession au Bas-Canada*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.

- Gellner, Ernest. 1979. *Nations and Nationalism*. Ithaca : Cornell University Press.
- Godin-Laverdière, Julie-Anne. 2013. « Montréal érotique : pin-up et imagerie de nus chez le photographe de presse Conrad Poirier, 1912-1968 ». *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, n° 5. <https://id.erudit.org/iderudit/1017690ar>. Consulté le 28 novembre 2018.
- Gramsci, Antonio. 1998. « Hegemony, Intellectuals and the State ». Dans *Cultural Theory and Popular Culture : A Reader*, compilé par John Storey, p. 210-216. Harlow : Prentice Hall.
- Gripsrud, Jostein. 1998. « “High Culture” Revisited ». Dans *Cultural Theory and Popular Culture : A Reader*, compilé par John Storey, p. 532-545. Harlow : Prentice Hall.
- Guay, Donald. 1987. *Introduction à l'histoire des sports au Québec*. Montréal : VLB Éditeur.
- Guay, Donald. 1990. *L'histoire du hockey au Québec : origine et développement d'un phénomène culturel*. Chicoutimi : Éditions JCL.
- Guay, Donald. 1997. *La conquête du sport : Le sport et la société québécoise au XIXe siècle*. Outremont : Lanctôt Éditeur.
- Guilbert, Lucille. 1993. « La tradition des contes et la culture québécoise ». Dans Gérard Bouchard et Serge Courville (dir.), *La construction d'une culture : Le Québec et l'Amérique française*, p. 145-159. Sainte-Foy : Les Presses de l'Université Laval.
- Hall, Stuart. 1998. « Notes on Deconstructing “the Popular” ». Dans *Cultural Theory and Popular Culture : A Reader*, compilé par John Storey, p. 442-453. Harlow : Prentice Hall.
- Hall, Stuart (dir.). 1980. *Culture, Media and Language : Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. Londres : Hutchinson.
- Hébert, Bertrand et Pat Laprade. 2013. *À la semaine prochaine, si Dieu le veut!* Montréal : Libre Expression.
- Hébert, Chantal. 1981. *Le burlesque au Québec. Un divertissement populaire*. Montréal : Éditions Hurtubise HMH.
- Hébert, Chantal. 1989. *Le burlesque Québécois et américain : Textes inédits*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Hebdige, Dick. 1979. *Subculture : The Meaning of Style*. New York : Methuen & Co. Ltd.
- Hobsbawm, Eric. 1990. *Nations et nationalisme depuis 1780 : programme, mythe, réalité*. Paris : Gallimard.
- Janson, Gilles. 1995. *Emparons-nous du sport*. Montréal : Guérin Éditeur.
- Jenkins, Henry, Tara McPherson et Jane Shattuc. 2002. « The Culture That Sticks to Your Skin: A Manifesto for a New Cultural Studies ». Dans *Hop on Pop : The Politics and Pleasures of Popular Culture*, p. 3-26. Durham : Duke University Press.
- Jenkins, Henry. 2010. « Why Fiske Still Mather ». Dans John Fiske, *Understanding popular culture*. Deuxième Édition. New York : Routledge.
- Laclau, Ernesto. [1977] 2012. *Politics and Ideology in Marxist Theory*. Londres : Verso.
- Lamarche, Marcolin-Antonio (dir.). 1937. *Notre américanisation : Enquête de la Revue dominicain (1936)*. Montréal : Œuvre de presse dominicaine.
- Lamonde, Yvan et Esther Trépanier (dir.). 1986. *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*. Québec : IQRC.
- Lamonde, Yvan et Raymond Montpetit. 1986. *Le Parc Sohmer de Montréal : 1889-1919, un lieu populaire de culture urbain*. Québec : IQRC.
- Lamonde, Yvan. 1991. *Territoires de la culture québécoise*. Québec : Les Presses de

l'Université Laval.

- Lamonde, Yvan. 1996. *Ni avec eux ni sans eux : Le Québec et les États-Unis*. Québec : Nuit Blanche.
- Lamonde, Yvan. 2004. *Histoire sociale des idées au Québec : 1896-1929*. Québec : Fides.
- Lamonde, Yvan. 2011-2016. *La modernité au Québec*. 2 tomes. Montréal : Fides.
- Lapierre, Emmanuel. 2012. « Nationalisme culturel et performance dans l'histoire du Canadien de Montréal (1926-2012). Une étude de cas. ». *Globe, revue internationale d'études québécoise*, vol. 15, n^{os} 1-2, p. 317-335.
- Lapointe, Mathieu. 2014. *Nettoyer Montréal : Les campagnes de moralité publique, 1940-1954*. Québec : Septentrion.
- Lapointe, Mathieu. 2015. « "Beaucoup trop Chicago" : la campagne de moralité publique montréalaise dans ses contextes internationaux ». *Bulletin d'histoire politique*, vol 24, n^o 1, p. 20-29.
- Laporte, Gilles. 2009. *Molson et le Québec*. Montréal : Michel Brûlé.
- Lavallée, David. 2009. *Denyse Émond : Ti-Mousse : Biographie*. Chicoutimi : Éditions JCL.
- Lavoie, Elzéar. 1971. « L'évolution de la radio au Canada français avant 1940 ». *Recherches sociographiques*, vol. XII, p. 17-49.
- Lavoie, Elzéar. 1986. « La constitution d'une modernité culturelle populaire dans les médias au Québec (1900-1950) ». Dans Yvan Lamonde et Esther Trépanier (dir.), *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*, p. 253-298. Québec : IQRC.
- Lavoie, Yolande. 1972. *L'émigration des Canadiens aux États-Unis avant 1930 : mesure du phénomène*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal.
- Lavoie, Yolande. 1973. « Les mouvements migratoires des Canadiens entre leur pays et les États-Unis au XIX^e et au XX^e siècles ». Dans Hubert Charbonneau (dir.), *La population du Québec : études rétrospectives*. Montréal : Boréal Express.
- Léger, Robert. 2003. *La Chanson québécoise en question*. Montréal : Québec Amérique.
- Legris, Renée, Jean-Marc Larrue, André-G. Bourassa et Gilbert David. 1988. *Le théâtre au Québec : 1825-1980*. Montréal : VLB éditeur.
- Létourneau, Jocelyn. 1997. « La Révolution tranquille, catégorie identitaire du Québec contemporain », dans Alain G. Gagnon et Michel Sarra-Bournet (dir.), *Duplessis, entre la Grande Noirceur et la société libérale*. Montréal : Québec Amérique, p. 95-118.
- Lévesque, Andrée. 1989. « Éteindre le Red Light. Les réformateurs et la prostitution à Montréal entre 1865 et 1925 ». *Urban History Review*, vol 17, n^o3 (février), p. 191-201.
- Levine, Lawrence W. 1993. *The Unpredictable Past, Explorations in American Cultural History*. Oxford : Oxford University Press.
- Levine, Lawrence W. 2010. *Culture d'en haut, culture d'en bas : l'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*. Paris : Éditions la découverte.
- Lewisohn, Mark. 1992. *The Complete Beatles Chronicle : The Definitive Day-By-Day Guide To the Beatles Entire Career*. Chicago : Chicago Review Press.
- Linteau, Paul-André, René Durocher, Jean-Claude Robert. 1989a. *Histoire du Québec contemporain*. Tome 1 : *De la Confédération à la crise (1867-1929)*. Montréal : Les Éditions du Boréal.
- Linteau, Paul-André, René Durocher, Jean-Claude Robert et François Ricard. 1989b. *Histoire du Québec contemporain*. Tome 2 : *Le Québec depuis 1930*. Montréal : Les Éditions du Boréal.

- Mars, François. 1964. *Le gag*. Paris : Éd. Du Cerf.
- McLuhan, Marshall. 1968. *Pour comprendre les média : les prolongements technologiques de l'homme*. Montréal : HMH.
- Medhurst, Andy. 2007. *A National Joke : Popular comedy and English cultural identities*. Londres; New York : Routledge.
- Monpetit, Raymond. 1983. « Culture et exotisme : les panoramas itinérants et le Jardin Guilbault à Montréal au XIXe siècle ». *Loisir et société*, vol. 6, n° 1, (printemps), p. 71-104.
- Moreau, Sophie. 2011. *Jean-Guy Moreau : 50 ans, 1000 visages*. Montréal : Michel Brûlé.
- Nadeau, Jean-François. 2017. « L'échappée du temps. Au miroir des bordels ». *Lettres québécoises*, n° 166 (été), p. 62-63.
- Nouss, Alexis. 1995. *La Modernité*. Coll. « Que sais-je? », Paris : PUF.
- Offenstadt, Nicolas. 2011. *L'historiographie*. Coll. « Que sais-je? », Paris : PUF.
- Ory, Pascal. [2004] 2015. *L'histoire culturelle*. Coll. « Que sais-je? », Paris : PUF.
- Pagé Pierre. 2007. *Histoire de la radio au Québec : information, éducation, culture*. Montréal : Fides.
- Pagé, Pierre et René Legris. 1976a. *Le comique et l'humour à la radio québécoise : aperçus historiques et textes choisis, 1930-1970. Vol. 1*. Montréal : La Presse.
- Pagé, Pierre et René Legris. 1976b. *Le comique et l'humour à la radio québécoise : aperçus historiques et textes choisis, 1930-1970. Vol. 2*. Montréal : Fides.
- Paquette, Claude. 2013. *Yvon Deschamps : « J'en peux plus de parler de moi-même »*. Montréal : Éditions Contreforts.
- Pelletier, Claude. 1986. *Yvon Deschamps : dossier de presse, 1969-1985*. Sherbrooke : Bibliothèque du Séminaire de Sherbrooke.
- Pelletier, Claude. 1988. *Yvon Deschamps II : dossier de presse, 1968-1986*. Sherbrooke : Bibliothèque du Séminaire de Sherbrooke.
- Pelletier, Georges. 1936. « Notre américanisation par le journal ». *Revue Dominicaine* (mai), p. 273-282.
- Portelance, Christine. 2000. « Entre le joul de force et le joul de fierté : un joul de combat ». Dans André Gervais (dir.), *Emblématiques de l'« époque du joul » Jacques Renaud, Gérald Godin, Michel Tremblay, Yvon Deschamps*, p. 11-25. Outremont : Lanctôt.
- Poutanen, Mary Ann. 2015. *Beyond Brutal Passions : Prostitution in Early Nineteenth Century Montreal*. Montréal : McGill-Queen's University Press.
- Proulx, Steve. 2005. *Les saisons du parc Belmont, 1923-1983*. Outremont : Libre expression.
- Québec, Ministère des communications. 1977. *La presse écrite au Québec : bilan et prospective*. Québec : Multi-Réso Inc.
- Renan, Ernest. 1947-1961. « Qu'est-ce qu'une nation? ». Dans *Œuvres complètes*. Paris : Calmann-Lévy, p. 887-906.
- Robert, Jean-Claude. 1993. « À la recherche d'une culture urbaine québécoise ». Dans Gérard Bouchard et Serge Courville (dir.), *La Construction d'une culture : Le Québec et l'Amérique française*, p. 199-212. Sainte-Foy : Les Presses de l'Université Laval.
- Roby, Yves. 1995. « Émigrés canadiens-français, franco-américains de la Nouvelle-Angleterre et images de la société américaine ». Dans Gérard Bouchard et Yvan Lamonde (dir.), *Québécois et Américains : la culture québécoise au XIXe et XXe siècle*, p. 131-156.

- Québec : Fides.
- Ross, Becky L. 2000. « Bumping and Grinding On the Line : Making Nudity Pay ». *Labour/Le Travail*, vol 46 (automne), p. 221-250.
- Rudin, Ronald. 1998. *Faire de l'histoire au Québec*. Québec : Septentrion.
- Saint-Jacques, Denis et Marie-Josée des Rivières. 2012. « Le magazine canadien-français : un média américain? ». *Mens*, vol. 12, n° 2, p. 17-36.
- Séguin, Robert-Lionel. [1972] 2017. *La vie libertine en Nouvelle-France au XVIIe siècle*. Québec : Septentrion.
- Seymour, Michel. 1998. « Une conception sociopolitique de la nation ». *Dialogue*, vol. 37, n° 3, p. 435-461.
- Seymour, Michel. 1999. *La nation en question : essai*. Montréal : L'Hexagone.
- Stam, Robert. 1989. *Subversive Pleasures : Bakhtin, Cultural Criticism, and Film*. Baltimore : The Johns Hopkins University Press.
- Storey, John (comp.). 1998. *Cultural Theory and Popular Culture : A Reader*. Harlow : Prentice Hall.
- Thériault, Mélissa. 2015. *Le « vrai » et le reste, Plaidoyer pour les arts populaires*. Montréal : Varia (Nota Bene).
- Thérien, Robert et Isabelle D'amours. 1992. *Dictionnaire de la musique populaire au Québec : 1955-1992*. Québec : IQRC.
- Thérien, Robert. 2003. *L'histoire de l'enregistrement sonore au Québec et dans le monde : 1878-1950*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Tremblay, Danielle. 1990. « La production de disques au Québec ». *Moebius*, n° 46, p. 99-122.
- Turner, Graeme. 1998. « Cultural studies and film », compilé par John Hill et Pamela Church Gibson. *Oxford Guide to Film Studies*. p. 195-201. Oxford : Oxford University Press.
- Valois, Marcel. 1970. « Le cinéma, la radio et la télévision ». Dans Léopold Lamontagne (dir.), *Visages de la civilisation au Canada français*, p. 46-51, Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Volosinov, Valentin N. 1973. *Marxism and the Philosophy of Language*. Harvard : Seminar Press.
- Warshaw, Robert. 1964. *The Immediate Experience: Movies, Comics, Theater, and Other Aspects of Popular Culture*. Garden City : Doubleday.
- Weintraub, William. 1996. *City Unique : Montreal Days and Night in the 1940's and 50's*. Toronto : McClelland & Stewart.

Bibliographie cinématographique

- Aird, Robert et Marc-André Robert. 2016. *L'imaginaire comique dans le cinéma québécois (1952-2014)*. Montréal : Septentrion.
- Altman, Rick. 1987. *The American Film Musical*. Bloomington : Indiana University Press.
- Altman, Rick. [1999] 2004. *Film/Genre*. London : BFI Publishing.
- Andrew, Dudley. 1984. *Concepts of Film Theory*. New York : Oxford.
- Astruc, Alexandre. 1992. *Du stylo à la caméra...et de la caméra au stylo : écrits (1942-1984)*. Paris : L'Archipel.
- Ayscough, Susan et Michael Spencer. 2003. *Hollywood à Montréal : naissance et développement de l'industrie du cinéma canadien*. Montréal : Trait d'union.

- Bacelar de Macedo, Luiz Felipe. 2017. « Le cinéclub comme institution du public : Pour une nouvelle histoire ». Mémoire de Maîtrise, Montréal, Université de Montréal.
- Bärbel Sill. 2005. *Le star system : Du cinéma hollywoodien classique (1930) à sa renaissance dans les années 80*. Frankfurt am Main : Peter Lang.
- Barrette, Pierre. 2008. « La comédie québécoise : entre la recherche du succès et le discours identitaire ». *24 Images*, n° 140, (décembre – janvier), p. 18-20.
- Belzile, Ginette. 1995. « Deux ou trois choses que l'on sait d'elle ». *Cinébulles*, vol. 14, n° 2, p. 7-10.
- Bérubé, Rénaud, Yvan Patry *et al.* 1968. *Le Cinéma québécois : tendances et prolongements*. Montréal : Éditions Sainte-Marie.
- Blain, Gilles. 1988. « La place du sexe et la fonction du rire dans le film Deux femmes en or ». Dans Claude Chabot et Denise Pérusse (dir.), *Cinéma et sexualité*, p. 100-116. Actes du colloque « Cinéma et sexualité ». Québec : Prospeç.
- Bonnstetter, Beth E. 2011. « Mel Brooks Meets Kenneth Burke (and Mikhail Bakhtin): Comedy and Burlesque in Satiric Film ». *Journal of Film and Video*, n° 63.1 (printemps), p. 18-31.
- Bonneville, Léo. 1971. « Vous êtes pas écoeurés... ». *Séquences*, n° 65 (avril), p. 2-3.
- Bonneville, Léo. 1972. « L'Apparition ». *Séquences*, n° 69 (avril), p. 40-41.
- Bonneville, Léo. 1973. « Sensations ». *Séquences*, n° 73 (juillet), p. 17.
- Bonneville, Léo. 1979. *Le cinéma québécois par ceux qui le font*. Montréal : Éditions Paulines.
- Brenez, Nicole. 1998. *De la figure en général et du corps en particulier : l'invention figurative au cinéma*. Paris : De Boeck Université.
- Cardinal, Serge. 1997. « La mélancolie du nom. Cinéma et identité nationale ». *Cinémas*, vol. 8, n°s 1-2 (automne), p. 13-33.
- Cardinal, Serge. 2012. « Les “convulsions paroxystiques” de l'acteur : La synchronisation de l'image et du son sur le corps de Jerry Lewis ». *Intermédialités*, n° 19 (printemps), p. 65-83.
- Canudo, Ricciotto. 1995. *Manifeste des sept arts; suivi de À l'ordre du jour : la censure au cinéma ; Le public et le cinéma ; T.S.F.* Paris : Séguier.
- Camerlain, Jacques. 1973. « Le p'tit vient vite ». *Séquences*, n° 71 (janvier), p. 27-28.
- Carrière, Louise. 1983. *Femmes et cinéma québécois*. Montréal : Boréal Express.
- Charest, Ginette. 1972. « Tiens-toi bien après les oreilles à papa... ». *Cinéma/Québec*, vol 7, n° 1 (janvier-février), p. 42-43.
- Conant, Micheal. 1960. *Anti-trust in Motion Picture Industry*. Berkeley : University of California press.
- Coulombe, Michel et Marcel Jean. [1988, 1991, 1999] 2006. *Dictionnaire du cinéma québécois*. Montréal : Boréal.
- Coulombe, Michel. 2009. « De “Gros Bill” aux “Grandes chaleurs” : la comédie dans le cinéma québécois ». *Ciné-Bulles*, vol. 27, n° 3 (été), p. 30-37.
- Daudelin Robert. 1967. *Vingt ans de cinéma au Canada français*. Québec : Ministère des Affaires culturelles.
- de Baecque, Antoine. 1996. *Le corps exposé*. Coll. « Vertigo ». Paris : J.-M. Place.
- de Baecque, Antoine (comp.). 2001. *La politique des auteurs : les textes*. Paris : Cahier du cinéma.

- de Baecque, Antoine. 2003. *La cinéphilie : l'invention d'un regard, histoire d'une culture 1944-1968*. Paris : Fayard.
- Delluc, Louis. 1985. *Le cinéma et les cinéastes*. Paris : Cinémathèque française.
- Demers, Pierre. 1973. « L'idéologie de Gilles Carle : l'univers des corps célestes ». *Cinéma Québec*, vol. 3, n° 3 (novembre/décembre), p. 13.
- Demers, Pierre. 1976. « Jos Carbone ». *Cinéma Québec*, vol. 4, n° 43, p. 41.
- Dorland, Michael, Seth Feldman et Pierre Véronneau (dir.). 1987. *Dialogue. Cinéma canadien et québécois*. Montréal : Médiatexte publications et Cinémathèque québécoise.
- Dotoli, Giovanni. 1999. *Ricciotto Canudo, ou, Le cinéma comme art*. Fasano : Schena.
- Dubost, Matthieu. 2006. *La tentation pornographique : Réflexions sur la visibilité de l'intime*. Paris : Ellipses.
- Éthier, Jean-René. 1973. « J'ai mon voyage! », *Séquences*, n° 72 (avril), p. 27-28.
- Froger, Marion. 2009. *Le cinéma à l'épreuve de la communauté, le cinéma francophone de l'office national du film 1960-1985*. Montréal : PUM.
- Froger, Marion, et Jürgen E. Müller (dir.). 2007. *Intermédialité et socialité : Histoire et géographie d'un concept*. Münster : Nodus Publikationen.
- Gaudreault, André et François Jost. 1990. *Le récit cinématographique*. Paris : Nathan.
- Gaudreault, André, Germain Lacasse et Jean-Pierre Sirois-Trahan. 1996. *Au pays des ennemis au cinéma : pour une nouvelle histoire des débuts du cinéma au Québec*. Montréal : Nuit Blanche Éditeur.
- Gaudreault, André. 2008. *Cinéma et attraction : pour une nouvelle histoire du cinématographe*. Paris : CNRS.
- Gauthier, Christophe. 1999. *La passion du cinéma, cinéphiles, cinéclubs et salles spécialisées à Paris de 1920 à 1929*. Paris : École nationale des chartes/Association française de recherche sur l'histoire du cinéma.
- Gauthier, Philippe. 2008-2009. « Les coproductions France-Québec : un espace culturel problématique : l'exemple de "J'ai mon voyage!" ». *Nouvelles vues sur le cinéma québécois*, n° 10 (hiver), p. 71-86.
- Gauthier, Philippe. 2013. « Histoire(s) et historiographie du cinéma en France : 1896-1953 ». Thèse de doctorat, Montréal, Université de Montréal.
- Garel, Sylvain, et André Paquet (dir.). 1992. *Les Cinémas du Canada*. Paris : Centre Georges-Pompidou.
- Gay, Richard. 1972. « Des vues pour rire ». *Maintenant*, n° 115 (avril), p. 5.
- Gordon, Rae Beth. 2010. « Les galipettes de l'autre burlesque ou la mécanique corporelle du double ». *1895*, n° 61 (septembre), p. 129-148.
- Gordon, Rae Beth. 2013. *De Charcot à Charlot : Mises en scène du corps pathologique*. Rennes : Presses universitaire de Rennes.
- Guillet, Michel. 1962-1963. *Cours d'Histoire du cinéma canadien et cinétude*. Montréal : à compte d'auteur.
- Gunning, Tom. [1986] 2006. « Le cinéma d'attraction : le film des premiers temps, son spectateur, et l'avant-garde ». *1895*, n° 50 (décembre).
- Hansen, Miriam. 1999. « The Mass Production of the Senses: Classical Cinema as Vernacular Modernism ». *Modernism/Modernity*, n° 6.2, p. 59-77.
- Hamelin, Lucien, et Lise Walser. 1973. *Cinéma québécois, petit guide (1)*. Montréal : Conseil québécois pour la diffusion du cinéma.

- Hadj-Moussa, Ratiba. 1993. « Le Corps dansant au cinéma ». *Cinémas*, vol. 3, nos 2-3, p. 205-221.
- Hébert, Pierre-François et Yvan Lamonde. 1981. *Le cinéma au Québec essai statistique historique (1896 à nos jours)*. Québec : Institut québécois de recherche sur la culture.
- Hébert, Pierre, Kenneth Landry et Yves Lever. 2006. *Dictionnaire de la censure au Québec : littérature et cinéma*. Montréal : Fides.
- « Héroux ont en commun ce besoin de tout contrôler (Les) ». 1987. *L'Actualité*, (juillet), p. 59-61.
- Higson, Andrew. 1989. « The Concept of National Cinema ». *Screen*, vol. 30, n° 4, p. 36-46.
- Hill, John et Pamela Church Gibson (Comp.). 1998. *The Oxford Guide to Film Studies*. Oxford : Oxford University Press.
- Houle, Michel et Alain Julien. 1978. *Dictionnaire de cinéma québécois*. Montréal : Fides.
- Hutchings, Peter. 1995. « Genre Theory and Criticism ». Dans Joanne Hallows et Mark Jancovich (dir.), *Approaches to Popular Film*. Manchester : Manchester University Press.
- Jean, Marcel. [1991] 2005. *Le cinéma québécois*. Montréal : Boréal.
- Jean, Marcel. 2014. *Dictionnaire des films québécois*. Montréal : Somme toute.
- Keith Grant, Barry. 1988. « Introduction ». Dans *Film Genre Reader*, sous la direction de Barry Keith Grant. Austin : University of Texas Press.
- Keith Grant, Barry. 2007. *Film genre : from iconography to ideology*. London; New York : Wallflower.
- Keith Grant, Barry (comp.). 2008. *Auteurs and Authorship : A Film Reader*. Malden : Blackwell Pub.
- Lacasse, Germain et Serge Duigou. 1985. *Marie de Kerstrat : l'aristocrate du cinéma*. Quimper : Ressac.
- Lacasse, Germain et Serge Duigou. 1987. *L'Historiographe : les débuts du spectacle cinématographique au Québec*. Montréal : Cinémathèque québécoise.
- Lacasse, Germain. 1988. *Histoire de scopes*. Montréal : Cinémathèque québécoise.
- Lacasse, Germain. 2000. *Le bonimenteur de vues animées : le cinéma « muet » entre tradition et modernité*. Paris : Méridiens Klincksieck ; Québec : Éditions Nota Bene.
- Lacasse, Germain, Johanne Massé et Bethsabée Poirier. 2012. *Le diable en ville : Alexandre Silvio et l'émergence de la modernité populaire au Québec*. Montréal : PUM.
- Lacasse, Germain. 2017. « *Dream World* » : *parcours et discours d'un duo d'exploitants français aux USA (1899-1910)*. Lac-Brome : à compte d'auteur.
- Lamonde, Yvan. 1983. *Un voisin qui fait l'écran : le cinéma au Canada et au Québec et les É.-U.* Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles.
- Lavoie, Alain. 1972. « Tiens-toi bien après les oreilles à papa... ». *Séquences*, n° 68 (février), p. 41.
- Lebel, Sacha. 2009. « Vulgaire! Pervers! Dégradant! : Le film d'exploitation et le cinéma québécois ». *Mémoire de Maîtrise*, Montréal, Université de Montréal.
- Lefebvre, Jean Pierre. 1987. « Le concept de cinéma national ». Dans Michael Dorland *et al.* (dir.), *Dialogue. Cinéma canadien et québécois*, p. 84-96. Montréal : Médiatexte publications et Cinémathèque québécoise.
- Lenne, Gérard. 1978. *Le sexe à l'écran*. Paris : Artefact.
- Lever, Yves. 1970. « Deux femmes... en or? ». *Relations*, n° 353 (octobre), p. 281.
- Lever, Yves. 1972a. « Roger Cardinal : L'Apparition ». *Relations*, n° 370 (avril), s.p.

- Lever, Yves. 1972b. *Cinéma et société québécoise*. Montréal : Éditions du Jour.
- Lever, Yves. 1977. « L'église et le cinéma au Québec ». Mémoire de Maîtrise, Montréal, Université de Montréal.
- Lever, Yves. 1991. *Le cinéma de la révolution tranquille de Panoramique à Valérie*. Montréal : Bibliothèques et Archives nationales du Québec.
- Lever, Yves. 1995. *Histoire générale du cinéma au Québec*. Montréal : Boréal.
- Lever, Yves. 2008. *Anastasia ou la censure du cinéma au Québec*. Sillery : Septentrion.
- Lherminier, Pierre. 2008. *Louis Delluc et le cinéma français : avec une sélection de texte de Louis Delluc*. Paris : Ramsay.
- MacKenzie, Scott. 2004. *Screening Québec : Québécois Cinema, National Identity and the Public Sphere*. Manchester : Manchester University Press.
- Maggi, Gilbert. 1970. « Cinéma, érotisme et voyeurisme ». *Séquences*, n° 61 (avril), p. 4-12.
- Major, Ginette. 1982. *Le Cinéma Québécois à la recherche d'un public, bilan d'une décennie*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Maltais, Bruno. 2010. « Le phénomène de l'édition de scénarios cinématographiques dans l'espace éditorial québécois ». Mémoire de Maîtrise, Montréal, Université de Montréal.
- Marshall, Bill. 2001. *Québec National Cinema*. Montréal : McGill-Queen's University Press.
- Marsolais, Gilles. 1968. *Le Cinéma canadien*. Montréal : Éditions du Jour.
- Martin, Marcel. 1968. « Petite Planète du cinéma : Canada », *Cinéma 68*, n° 131, p. 69-89.
- Ménard, Olivier. 2007. « L'implication du clergé et du laïc dans les cinéclubs étudiants au Québec, 1949-1970 ». *Études d'histoire religieuse*, vol. 73, p. 61-75.
- Noguez, Dominique. 1970. *Essai sur le cinéma québécois*. Montréal : Éditions du Jour.
- Objectif*. 1966. « Denis Héroux : Pas de vacances pour les idoles ». n° 36 (août), p. 14-19.
- Paci, Viva. 2011. *La comédie musicale et la double vie du cinéma*. Udine : Forum; Lyon : Aleas.
- Pageau, Pierre. 2009. *Les salles de cinéma au Québec : 1896-2008*. Québec : Éditions GID.
- Paquet, André et al. 1967. *Comment faire ou ne pas faire un film canadien*. Montréal : La Cinémathèque canadienne.
- Patry, Yvan. [env. 1974]. *Cinéma québécois 940 : anthologie critique*. Montréal : Collège Montmorency.
- Poirier, Christian. 2004a. *Le cinéma québécois à la recherche d'une identité : L'imaginaire filmique*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- Poirier, Christian. 2004b. *Le cinéma québécois à la recherche d'une identité : Les politiques cinématographiques*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- Pelletier, Louis. 2012. « The Fellows Who Dress the Pictures : Montreal Film Exhibitors in the Days of Vertical Integration (1912-1952) ». Thèse de doctorat, Montréal, Université Concordia.
- Pelletier, Louis. 2014. « Pour un cinéma canadien-français, un vrai : l'aventure du Studio Gratien Gélinas et de La dame aux camélias ». *Revue canadienne d'études cinématographiques*, vol. 23, n° 2, p. 70-95.
- Prédal, René. 1967. « Jeune cinéma canadien ». *Premier plan*, n° 45 (octobre).
- Québec. 1962. *Mémoire du Comité provisoire pour l'étude de la censure du cinéma*. Montréal : le Comité.
- Rabinovitz, Lauren. 2012. *Electric Dreamland : amusement parks, movies, and American modernity*. New York : Columbia University Press.

- Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. *Rapports annuels*, 1968-1969 à 1982-1983.
- Revault d'Allonnes, Fabrice. 1997. « Prémmodernité du burlesque ». Dans François Puaux (dir.), *Le comique à l'écran*, p. 39-50. Paris : Colret.
- Robert Paradis & associés. 1972. *Le p'tit vient vite : Campagne de publicité*. Montréal : Document d'entreprise.
- Rochon, Dominique. 2004. « Masculinité, sexe et espace dans l'affirmation de l'identité culturelle. Métissage et altérité dans trois films québécois ». *Nouvelles vues sur le cinéma québécois*, n° 2 (été-hiver), p. 62-75.
- Rousseau, Yves. 1993. « La comédie, ce n'est pas notre genre ». *24 Images*, n°s 68-69 (septembre-octobre), p. 20-23.
- Sabino, Hubert. 2010. « Le cinéma québécois vu par ses critiques entre 1960 et 1978 ». Mémoire de Maîtrise, Montréal, Université de Montréal.
- Sainte-Marie, Gille. 1972. « L'Année des retombées ». *Études françaises*, vol. 8, n° 2 (mai), p. 214-223.
- Scheppler, Gwenn. 2009. « "Je suis le premier spectateur" : l'œuvre de Pierre Perrault ou le cinéma comme processus ». Thèse de Doctorat, Montréal, Université de Montréal.
- Séquences*, 1967. « Une compagnie de cinéma canadienne Coopératio, rencontre avec Pierre Patry, directeur général ». n° 50 (octobre), p. 15-21.
- Simon, Jean-Paul. 1997. « Le genre comique entre la "transgression" du genre et le "genre" de la transgression ». Dans François Puaux (dir.), *Le comique à l'écran*, p. 80-84. Paris : Colret.
- Sklar, Robert. 1975. *Movie-Made America*. London : Chappell & Company.
- Staiger, Janet. 1990. « Announcing Wares, Winning Patrons, Voicing Ideals : Thinking about the History and Theory of Film Advertising ». *Cinema Journal*, vol. 29, n° 3 (Spring), p. 3-31.
- Staiger, Janet. 1992. *Interpreting Film : Studies in the Historical Reception of American Cinema*. Princeton : Princeton University Press.
- Straram, Patrick (Constitué par). 1966. « Dossier canadien », *Cahiers du cinéma*, n° 176, p. 57-66.
- Tadros, Jean-Pierre. 1973. « Les scénaristes ont la parole : Gilles Richer et la comédie québécoise ». *Cinéma Québec*, vol. 2, n° 6-7 (mars-avril), p. 9.
- Véronneau, Pierre et al. 1978. *Les Cinémas canadiens*. Paris : L'herminier ; Montréal : Cinémathèque québécoise.
- Véronneau, Pierre. 1979a. *Le succès est au film parlant français. Histoire du cinéma au Québec 1*. Les Dossiers de la Cinémathèque, n° 3. Montréal : Cinémathèque québécoise.
- Véronneau, Pierre. 1979 b. *Cinéma de l'époque Duplessiste. Histoire du cinéma au Québec 2*. Les Dossiers de la Cinémathèque, n° 7. Montréal : Cinémathèque québécoise.
- Véronneau, Pierre. 1987. *Résistance et affirmation : la production francophone à l'ONF — 1939-1964, Histoire du cinéma au Québec 3*. Les Dossiers de la Cinémathèque, n° 17. Montréal : Cinémathèque québécoise.
- Véronneau, Pierre. 1990. *L'inscription du cinéma québécois dans la culture nationale*. Actes du colloque « Les arts et les années 60 : l'éclatement des certitudes, le 30 mars 1990 ». Montréal : Auteur.

- Véronneau, Pierre. 1995. « Le cinéma muet au Québec et au Canada : nouveaux regards sur une pratique culturelle ». *Cinemas*, vol. 6, n° 1, (automne), p. 47–80.
- Véronneau, Pierre. 2012. *Cinéma québécois : histoire et société : recueil de textes*. Montréal : Université Concordia.
- Willemen, Paul. 1994. *Looks and Frictions: Essays in Cultural Studies and Film Theory*. Londres : British Film Institute.
- Williams, Linda. 1991. « Film Body : Gender, Genre and Excess ». *Film Quarterly*, vol. 4, p. 2-13.