

## Provocation gratuite ? Commodification des logiques d'opposition et de différenciation du cinéma indépendant américain contemporain

Célia Sauvage

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/lcc/525>

DOI : 10.4000/lcc.525

ISSN : 2430-4247

**Éditeur**

Université Aix-Marseille (AMU)

**Référence électronique**

Célia Sauvage, « Provocation gratuite ? Commodification des logiques d'opposition et de différenciation du cinéma indépendant américain contemporain », *Les chantiers de la création* [En ligne], 6 | 2013, mis en ligne le 23 janvier 2015, consulté le 08 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/lcc/525> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lcc.525>

---

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2020.

Tous droits réservés

---

# Provocation gratuite ? Commodification des logiques d'opposition et de différenciation du cinéma indépendant américain contemporain

Célia Sauvage

---

- 1 Portés aux nues pour ses représentations souvent transgressives, en tout cas assurément plus radicales que les représentations habituelles et codifiées des films plus grand public, les films indépendants américains contemporains alimentent consciemment leur opposition à Hollywood. Cet essai se propose d'analyser le concept de provocation, selon un cas d'étude précis, comme stratégie de différenciation, comme outil de positionnement compétitif face à une industrie dominante. On entend la provocation comme une composante essentielle de l'art contemporain, un instrument capable de transgresser les règles établies, de s'opposer aux conceptions dominantes et de s'attaquer aux tabous. Cette définition à priori reflète précisément le projet du cinéma indépendant américain contemporain.
- 2 Réemployée dans ce secteur, la provocation se formalise d'abord et avant tout sous une forme discursive et promotionnelle. Les auteurs cultivent une idéologie rebelle, un discours de la contreculture, insistant sur leur rejet de l'idéologie dominante. Les producteurs, eux, n'hésitent pas à exploiter la polémique et la controverse, avec les censeurs notamment, pour impulser une publicité facile et un bouche-à-oreille. Le marketing du cinéma indépendant participe également de la mise en avant du caractère provocant, dérangeant des films, quitte à s'éloigner du contenu réel, frôlant par moments la manipulation publicitaire. Cette stratégie discursive et promotionnelle, marqueur générique pourtant essentiel dans la construction de l'image de marque du cinéma indépendant, se transforme ainsi en commodification parfois facile et conduit à des représentations esthétiques extrêmes parfois injustifiées.

## 1. Déclarations d'indépendance : provocation et discours d'opposition

- 3 Les discours du cinéma indépendant s'axent principalement sur la légitimation d'un discours de l'authenticité et de liberté artistique. Les réalisateurs réaffirment sans cesse leur intégrité, en défendant leur position d'*outsider* et leur volonté d'exprimer une vision personnelle et alternative, se constituant ainsi une logique d'opposition bien rodée, parfois marquée par un langage virulent. Davantage centrée vers son destinataire, la provocation, ici, s'exprime avant tout comme l'art de se confronter à son ennemi, comme une forme d'attaque et de discrédit du cinéma hollywoodien.
- 4 La première provocation des réalisateurs indépendants s'exprime à travers leur refus d'appartenir à une tendance labellisée sous le terme d'*indiewood*, véritable pendant industriel d'Hollywood. Connu pour son franc-parler et son statut d'*outsider* intègre, le réalisateur indépendant, Jim Jarmusch, n'hésite pas à critiquer son propre camp (le secteur indépendant) pour renforcer son indépendance. Renforçant son opposition à ces deux systèmes institutionnalisés, il déclare dans une seconde interview du *Guardian* : « Pour moi, la politique des auteurs, c'est des conneries. [...] Je ne veux pas être *mainstream*. J'aime être à la marge. Je suis content d'y être. Les choses qui m'inspirent sont à la marge. Je n'essaie pas d'être consciemment marginal, c'est juste ma manière de fonctionner et de vivre » (O'Hagan, 2005). L'énervement du réalisateur sous-entend son refus d'appartenir non seulement à Hollywood, mais également à l'*indiewood*. À propos de la labellisation même du terme « indépendant », il déclare volontiers à un journaliste du *Guardian* : « On ne parle que des indépendants. J'en marre de ce mot. J'ai envie de prendre mon revolver à chaque fois que je l'entends. [...] Ces mots sont devenus des labels qui sont collés sur des produits pour les vendre. Tous ceux qui font des films, qui ne sont pas définis par des concepts marketing ou des entreprises commerciales, sont indépendants. Mes films sont faits à la main. Ils ne sont pas polis, ils sortent en quelque sorte de mon garage. C'est comme si j'étais un artisan en quelque sorte » (Hirschberg, 2005). Dans la même lignée, Terry Zwigoff, réalisateur du remarqué *Ghost World* (2001), s'inscrit dans une perspective similaire lorsqu'il définit ce qu'il entend par « indépendant » : « C'est un combat, une bataille perpétuelle pour obtenir ce que vous voulez, mais bien sûr c'est toujours très satisfaisant que vous y arriviez. La récompense est un film unique qui a un réel point de vue au lieu d'un produit qui répond à une formule » (Pride, 2001). En refusant de s'inscrire dans la mouvance indépendante, il prône l'originalité de sa vision et son refus de créer un produit répondant à une formule. La majorité des réalisateurs indépendants refuse d'admettre qu'ils puissent appartenir à une mouvance commune du cinéma américain actuel. La logique de différenciation est ainsi non seulement externe (face au cinéma hollywoodien, grand public), mais également interne (face à sa propre mouvance). Michel Gondry, interrogé à propos de cette même question, répond sans détour : « Je n'ai jamais aimé ça. Ils ne sont pas de ma famille. Je suis différent de Spike. Peut-être que je suis plus traditionaliste même. Je n'ai jamais aimé l'idée d'un petit groupe exclusif, encore moins si ce groupe n'existe pas » (Hirschberg, 2006).
- 5 La logique d'opposition et de différenciation du cinéma indépendant américain s'exprime également par un mépris ou un refus du succès commercial. Michael Arndt, le scénariste de *Little Miss Sunshine*, s'étonne par exemple du succès de son film : « J'ai

toujours trouvé mes personnages un peu extrêmes dans leurs excentricités et que les mésaventures qui leur tombent dessus au cours de l'histoire (échec, mort, désillusion) étaient un peu dures. L'accueil chaleureux par le grand public qu'on a reçu me surprend encore » (Wood, 2007), déclare-t-il lors d'une interview. Dans la même optique, Wes Anderson, réalisateur entre autres de *Rushmore*, *La Famille Tenenbaum*, *La Vie aquatique*, *Moonrise Kingdom*, se demande pourquoi son film, *A bord du Darjeeling Limited* n'a pas eu autant de succès que *Slumdog Millionaire* (Danny Boyle, 2008), sorti un an plus tard et également situé en Inde : « Avec mon style, je pourrais prendre un sujet commercial et en faire quelque chose que peu de personnes voudraient voir » (Brody, 2009, 51). Il semble y avoir un réel rejet du grand public de la part des réalisateurs indépendants, qui maintiennent l'idée que leurs films restent encore destinés à un public restreint malgré le succès de certains – comme ceux de Quentin Tarantino, Sofia Coppola, les frères Cohen, Wes Anderson, *Little Miss Sunshine* ou encore *Juno*. Succès certes restreints en comparaison aux succès commerciaux beaucoup plus importants des comédies *mainstream* par exemple. Charlie Kaufman, scénariste entre autres d'*Eternal Sunshine of the Spotless Mind* et *Dans la peau de John Malkovich*, radicalise sa pensée et affirme ne jamais vouloir adapter ses œuvres à un public plus large, ou même à un public spécifique pour pouvoir mieux organiser le marketing de ses films : « Je ne cherche pas à savoir si ce film est un produit, s'il va attirer un certain public, ou s'il va correspondre à un genre. [...] Je ne pense jamais à ça parce que ça ne me sert pas, ni à mon travail. Ça ferait que l'empirer » (Koresy & Plouffe, 2005).

- 6 Il semble donc y avoir un refus catégorique des réalisateurs à se prononcer sur leur cible marketing. L'exemple de Wes Anderson est révélateur dans notre démarche. Il a été longtemps (et est encore aujourd'hui) accusé de faire un cinéma élitiste, bourgeois, à la mode. Très certainement pour ne pas avoir à répondre de cette polémique, Wes Anderson n'évoque jamais le public qu'il aimerait cibler ou que son distributeur cible. Lorsque Deborah Solomon du *New York Times* demande à Noah Baumbach, réalisateur proche de Wes Anderson, auteur de *The Squid and the Whale* et *Greenberg*, si ses films expriment la marque d'une affection envers les intellectuels, le réalisateur coupe court à la discussion : « *Franchement, non* » (Solomon, 2005). Ce refus d'appartenir à une certaine intelligentsia du cinéma est renié systématiquement, certainement par stratégie d'ouverture vers un public plus large. Cette légitimation d'une idéologie rebelle, condition d'existence du cinéma indépendant américain, apparaît ici comme une forme de provocation justifiée et nécessaire.
- 7 Il est intéressant de noter les emprunts aux discours des auteurs indépendants par des cinéastes plus grand public qui cultivent une idéologie d'*outsider* similaire. Dans le secteur hollywoodien, M. Night Shyamalan, par exemple, auteur de nombreux films succès dont *Sixième Sens* (1999), *Incassable* (2000) et plus récemment *Phénomènes* (2008), aime à rappeler lui-même qu'il est une valeur sûre pour l'économie hollywoodienne : « Excepté Pixar, j'ai réalisé coup sur coup les quatre films les plus originaux de tous les temps. [...] Si vous voulez parier sur moi, alors tout le monde devrait en avoir pour son argent. J'ai transformé le profit en principe mathématique imparable. Je suis le pari le plus sûr que vous avez sur le marché » (Corliss, 2008). Champion du box-office américain, Shyamalan s'est cependant fait une réputation d'*outsider*, au même titre que Jarmusch. Évitant les interviews presse, refusant de négocier avec des producteurs belliqueux, en 2005, il va jusqu'à claquer la porte des studios Disney, qui avaient pourtant produit ses quatre premiers succès hollywoodiens. Comme l'explique Michael Bamberger dans son ouvrage, *The Man Who Heard Voices : Or How M. Night Shyamalan*

*Risked His Career on a Fairy Tale*, le studio lui aurait pourtant offert 60 millions de dollars pour produire *La Jeune fille de l'eau* (2006), mais le réalisateur aurait estimé que les producteurs n'aimaient pas véritablement son film. « Les éléments qui me rendaient conventionnel étaient appréciés, et les autres qui me rendaient non conventionnel ne l'étaient pas. Je savais qu'une grande partie de mon travail n'était pas conventionnel et je ne voulais pas abandonner cette partie de moi » (Corliss, 2008), déclare-t-il au *Time* quelques années plus tard pour expliquer sa décision. En effet, le réalisateur est persuadé qu'il doit son succès non pas à sa fidélité à un studio, mais au contraire à son anticonformisme et à son refus des normes hollywoodiennes : « Je ne serais pas là où je suis maintenant si je n'avais refusé ces conventions depuis le début » (Hope Weiner, 2008). Ce refus des conventions est d'ailleurs reconnu dans le discours critique également. Ainsi Roger Ebert écrit à propos de *Phénomènes* : « À une époque où Hollywood confond volume et action, Shyamalan fait des films silencieux. À une époque où l'action fait le style, il nous persuade de faire attention aux moindres nuances ».

- 8 Bien que ces deux exemples se rapprochent en termes de discours, Jarmusch et Shyamalan sont néanmoins deux réalisateurs qui n'ont jamais changé de secteur. Si l'on s'intéresse à un réalisateur comme Christopher Nolan, il est intéressant de noter l'évolution de son discours. Nolan s'est fait remarquer d'abord par ses films indépendants, notamment *Memento* (2000). Mais très rapidement repéré par Hollywood, il s'est lancé dans des films à plus gros budget, dont les trois volets de Batman (*Batman begins*, 2005 ; *The Dark Knight*, 2008 ; *The Dark Knight Rises*, 2012) et plus récemment *Inception* (2010). Il représente cette nouvelle catégorie d'auteurs, d'abord indépendants puis hollywoodiens, que Yannis Tzioumakis nomme des « auteurs industriels » (Tzioumakis, 2006). Cette labellisation présuppose que le réalisateur soit déjà considéré comme un artiste avant le succès qu'il peut rencontrer à Hollywood, ce qui permet de vendre ses films sur la base de son nom et de sa reconnaissance critique et publique déjà préexistante. « C'est cette association [...] qui permet au réalisateur de conserver sa réputation auprès de spectateurs de plus en plus exigeants » (Tzioumakis, 2006, 72). C'est ainsi que Nolan a pu être un auteur commercial, dont la sensibilité, l'intelligence et la créativité sont régulièrement saluées. Paradoxalement, il ne tient pas le discours de Shyamalan de vouloir changer le système de l'intérieur, d'user de sa position d'*outsider* indépendant. Au contraire, Nolan soutient sans complexe en interview qu'il « ne se considère pas du tout comme un réalisateur de films d'art », préférant même avouer, « en réalité, j'ai des goûts *mainstream*, même si ça peut paraître surprenant » (Robert, 2000).

## 2. Marketing de la provocation : Le cas Miramax ou faire la différence en faisant polémique

- 9 Parallèlement aux changements industriels et économiques des majors, le marché industriel et économique du cinéma indépendant américain a lui aussi considérablement évolué depuis ces deux dernières décennies. Le cas du studio Miramax illustre à lui seul cette évolution en terme de méthodes de distribution et de marketing, négociées et créées par le secteur indépendant pour se positionner face au cinéma hollywoodien dominant et grand public. Les frères Weinstein, fondateurs de Miramax, doivent ainsi leur succès à des stratégies marketing agressives et efficaces. Le

nom même de Miramax est devenu un gage de qualité, une marque de fabrique aisément reconnaissable par les habitués des films indépendants américains.

- 10 La stratégie de marque de Miramax consiste à exploiter la polémique et la controverse pour impulser une publicité facile et un bouche-à-oreille. Favorisant les films aux sujets polémiques, Miramax cultive les affiches et les bandes-annonces provocantes, dont le visuel est principalement axé sur la mise en évidence des éléments à caractère sexuel – quitte à s'éloigner du contenu premier du film. Les affiches n'hésitent pas, également, à citer directement des commentaires de critiques outrées : « L'histoire qui a séduit le monde devient aujourd'hui le film le plus controversé de l'année » (*Scandal*) ; « un film sexuellement intense », « érotique » (*Sexe, mensonges et vidéos*) ; « le film le plus controversé de la décennie » (*Le cuisinier, le voleur, sa femme et son amant*). Elles insistent sur les baisers et les corps nus. Le terme de « mystère » est employé de manière récurrente : « Sexe. Meurtre. Trahison. Dans le nouveau thriller de Neil Jordan, rien ne ressemble aux apparences » (*The Crying Game*) ; « dans un monde ritualisé, dans un monde de secrets, un homme doit choisir entre garder la foi ou révéler la vérité » (*Prêtre*) ; « Jusqu'où iriez-vous pour protéger un secret ? » (*The Reader*).
- 11 Par-delà les affiches, les sujets des films sont choisis pour leur caractère polémique et sexuellement ambivalent. En 1989, *Scandal* (Michael Caton-Jones) traite d'une liaison secrète entre une strip-teaseuse et un ministre. En 1992, *The Crying Game*, épouse la forme d'un thriller homo-érotique sur fond de politique avec un membre de l'IRA et un travesti. En 1995, sort *Prêtre* (Antonia Bird), dont le récit est centré autour d'un prêtre gay qui lutte pour ne pas révéler son secret incestueux et trouver la paix intérieure. Des groupes catholiques tentèrent d'interdire la sortie du film. Mais cette polémique fut bénéfique pour le film qui gagna ainsi en couverture médiatique. La même année, *Kids*, de Larry Clark, narre la débauche de jeunes new-yorkais sur fond de sida. En 1996, *Simple secrets* (Jerry Zaks), avec le jeune DiCaprio, Meryl Streep, Robert De Niro, Diane Keaton, évolue tout à la fois autour de thèmes tels que la paralysie, la leucémie, l'hôpital psychiatrique, ainsi qu'un accident vasculaire cérébral. Plus récemment en 2008, *The Reader* fit également scandale du fait de la liaison qu'y entretient un adolescent avec une femme d'âge mûr, soupçonné plus tard de complicité nazie. Ce thème de la relation entre une femme mûre et un adolescent avait déjà été traité en 2001, avec le moins connu *In the Bedroom* (Todd Field).
- 12 Au-delà du caractère polémique et du caractère sexuel mis en avant, les frères Weinstein n'hésitent pas à parier sur des sujets délicats, difficiles à promouvoir pour un public plus large. Dès 1989, Miramax produit un film difficile, avec *My Left Foot*, récit d'un peintre paralysé qui peint avec son pied gauche. En 1997, *Sling Blade* (Billy Bob Thornton) est centré autour du personnage d'un jeune handicapé mental qui assassine ses parents et essaie de se réinsérer dans la vie sociale à sa sortie de prison. En 2010, le pari n'était pas non plus gagné avec *Le Discours d'un roi*, centré uniquement sur l'apprentissage d'un discours par un roi bègue. En 2011, *The Artist* (Michel Hazanavicius, 2011) remporte un franc succès critique et public, alors même que le film est français, muet, et en noir et blanc.
- 13 Le marketing agressif des frères Weinstein s'appuie également sur leur conflit permanent avec la MPAA<sup>1</sup>. Jusqu'en 1995 au moins, la MPAA leur attribue systématiquement l'interdiction aux moins de 17 ans (NC17), auparavant catégorisé X : *Scandal* (1989) ; *Le cuisinier, le voleur, sa femme et son amant* (Peter Greenaway, 1989) ; *Attache moi* (Pedro Almodovar, 1990) ; *You So Crazy* (Thomas Schlamme, 1994) ; *Prêtre*

(1995) ; *Kids* (1995) ou plus récemment *Blue Valentine* (Derek Cianfrance, 2010). Plutôt que d'entamer des négociations pour obtenir une interdiction plus légère, les frères Weinstein sont connus pour être sans concession, préférant la polémique. Cette intransigeance leur permet également de légitimer leur position d'indépendant et de critiquer ce qu'ils dénoncent régulièrement être de l'injustice face aux films indépendants.

- 14 Cette marchandisation de la provocation a cependant un prix. Car en réalité, le cinéma indépendant favorise certes des films aux sujets sensibles, controversés, mais ne redéfinit jamais réellement le cinéma américain, à défaut de pouvoir s'appuyer sur des films réellement transgressifs – les films les plus radicaux n'accédant pas au circuit de distribution traditionnel. Afin qu'une réelle transgression soit à l'œuvre, le cinéma indépendant cède alors à une provocation gratuite, se résumant à un simple choc visuel, qui, sous couvert de réalisme et d'authenticité, penche souvent vers des représentations franchement sinistres (c'est le cas de la représentation de la sexualité notamment).

### 3. Esthétique de la provocation : Voyeurisme et mise en scène de l'obscénité

- 15 Pour encourager une logique d'opposition à Hollywood et aux films grand public, le cinéma indépendant américain cultive une représentation de la sexualité radicalement différente. La provocation est ici vécue comme une transgression des codes de représentations traditionnels, ainsi que comme la contamination d'un type de cinéma (le cinéma indépendant) par un autre type de cinéma (à savoir un cinéma plus obscène, voire pornographique). Le premier reproche fait, en effet, à l'encontre de cette stratégie est la perversion de la syntaxe cinématographique, notamment le goût pour des cadrages suggestifs et explicites au profit de la disparition du hors-champ, d'ordinaire privilégié dans la représentation de la sexualité. Ce choix esthétique radical des films indépendants américains peut ainsi paraître condamnable du fait de sa représentation inappropriée, qui céderait à un impératif de visibilité et à l'exploitation d'images obscènes, qui devraient rester cachées, privées. De cette mise en scène de l'obscénité découle une impression intrusive et voyeuriste, une impression de proximité gênante avec les personnages et la vision présentée. L'image obscène se construit d'abord à partir d'une image *low-budget*, sale, souvent graineuse, sombre, les films faisant ainsi ostensiblement le choix d'un apparent naturalisme contre l'esthétisation récurrente du cinéma hollywoodien.
- 16 Ce choix du naturalisme se retrouve de manière exemplaire dans les films de Larry Clark. Plus radicaux dans leur volonté de trancher sur les représentations *mainstream* de la sexualité adolescente, ses films exploitent cependant des thématiques proches de ceux de *teen movies* plus traditionnels (première expérience sexuelle, séduction, désirs spontanés refrénés par des autorités parentales peu compréhensives). Les films leur donnent cependant une inflexion nettement plus sombre et plus dérangeante, défendue par le réalisateur comme un gage d'authenticité et de réalisme accru : « J'ai toujours voulu faire le *teen movie* que l'Amérique n'a jamais fait [...] J'ai toujours voulu faire un film avec un portrait plus juste de l'adolescence » (Schrader, 1995). Dans *Kids* (Larry Clark, 1995), on suit le parcours du jeune Telly, adolescent de quatorze ans autoproclamé « *virgin surgeon* » (*chirurgien des vierges*). Celui-ci poursuit un but unique, à

savoir déflorer le plus de jeunes filles vierges possible. Le propos est sombre, amplifiant la dimension de perversité et de rapport de forces. Celles-ci prennent le pas sur la question du plaisir et du jeu de séduction. Le film s'attaque de front à l'actualité brûlante du virus du sida, Casper étant, comme on va l'apprendre, séropositif. Il s'achève sur le viol d'une adolescente, droguée, par un ami à elle. L'ouverture de *Kids* illustre parfaitement cette logique d'exhibition de l'intimité corporelle et du contact physique intense. La représentation est crue, à caractère réaliste, voyeuriste et dérangeante. Les gros plans des visages du couple adolescent qui ouvrent la scène, tranchent d'emblée avec les représentations habituelles codifiées. On note notamment la sueur du visage des personnages ainsi que leur technique de baiser plutôt vorace. L'aspect à première vue honnête du jeune homme est brisé avec sa voix off (« Les vierges. Je les adore. Pas de maladies, pas d'ouverture de métro, pas de truc dégueu, rien. Du plaisir pur »). Le voyeurisme de la scène est d'autant plus accentué par le jeune âge des personnages.

- 17 Même perversité assumée jusqu'à l'insoutenable dans *Ken Park* (Larry Clark et Edward Lachman, 2002), où un adolescent entretient une relation sexuelle à la fois avec sa petite amie et la mère de celle-ci, s'attardant sur les similitudes intimes d'une manière profondément troublante pour le spectateur. Le même film s'est fait connaître pour une scène particulièrement explicite où un autre adolescent se masturbe en s'étranglant avec une écharpe, jusqu'à la quasi-asphyxie. La scène est filmée en plan-séquence, dans un cadre statique, jusqu'à l'éjaculation de l'adolescent. Transgressifs par leurs visions sinistres des rapports sexuels entre adolescents, les films de Larry Clark le sont ainsi également par leur apparent réalisme, qui instaure un sentiment de familiarité troublant avec les personnages. Ainsi *Kids* choque par son apparence quasi documentaire, comme prise sur le vif. L'impression laissée est d'autant plus déplaisante et voyeuriste, puisque les actrices, mineures, sont souvent d'apparence plus enfantine que dans les *teen movies* plus grand public. À cette forme pseudo documentaire, s'ajoute un goût pour les plans longs et les cadrages explicites notamment sur les pénis en érection, ne laissant guère de place à l'imaginaire. Ces plans évoquent davantage les codes du cinéma pornographique que ceux des comédies *mainstream*.
- 18 Alors qu'on accuse souvent Larry Clark d'un voyeurisme douteux, le même reproche est souvent adressé à un autre cinéaste indépendant américain, Vincent Gallo, dont le second film, *Brown Bunny* (2003) a marqué les esprits. La fin, en particulier, s'inscrit dans ce réemploi des codes pornographiques et de sexe explicite, non simulé. Le personnage principal, interprété par Vincent Gallo lui-même, retrouve sa petite-amie décédée (interprétée par Chloë Sevigny), dans une scène fantasmagorique, afin qu'elle lui fasse une dernière fellation. La scène est crue, filmée en différents plans statiques, majoritairement centrés autour du visage de Chloë Sevigny ou de l'impressionnant pénis en érection de Vincent Gallo. Le ton est d'abord rêveur, mais devient vite misogyne et sinistre. Aux bruits insistants de Chloë Sevigny s'ajoutent les dialogues répétitifs et agressifs de Vincent Gallo, qui tient avec insistance la tête de sa partenaire (« Pourquoi t'as sucé d'autres bites ? Pourquoi t'as baisé avec ces types ? [...] Tu m'as bien baisé, pauvre connasse ! »). Le caractère explicite de la scène a provoqué une vive polémique. Sûrement pour alléger cette intimité voyeuriste, il a longtemps été dit que Vincent Gallo avait utilisé une prothèse démesurément grande. Non seulement le cinéaste et l'actrice principale ont tous deux tenu à répéter qu'il s'agit bien de son pénis et surtout que la fellation n'était pas simulée, accentuant ainsi le caractère réaliste et pornographique de la scène. Vincent Gallo revendique cette imagerie crue, qu'il voulait

basée sur « des images provocantes qui étaient à la fois magnifiques, dramatiques, esthétiques et clairement éloignées de l'imagerie érotique grand public » (Murray, -).

- 19 Si les scènes sont cependant le plus souvent graphiques, ce n'est pas pour répondre à une volonté de choquer, mais plutôt de coller au plus près d'un réalisme, le sexe explicite étant légitimé dans une volonté d'authentification de la vision défendue par les réalisateurs. Sans hésiter, Larry Clark affirme ainsi en réponse aux critiques condamnant la vision dépréciative de la sexualité adolescente de ses films : « Je suis sûr que j'ai raison. J'essaie le mieux que je peux. Je parle aux gens de cet âge-là et je leur demande si j'ai raison. Et si c'est pas le cas, vous savez, bah peut-être que je ferai mieux la prochaine fois » (Lemons, 2001). Il répète souvent son refus de sensationnalisme et de choc gratuit : « Certaines personnes croient que je suis une sorte de pervers parce que je filme et je photographie des enfants. Mais regardez autour de vous. Ce sont des situations qui existent. C'est la vraie vie. Les adolescents ont des rapports sexuels, ils fument des joints. Je ne pense pas avoir ajouté quoi que ce soit, juste pour choquer » (O'Hagan, 2008). Larry Clark va même jusqu'à justifier régulièrement le réalisme de ses films dans une logique autobiographique : « J'ai eu une adolescence très traumatisante et très difficile en Oklahoma. J'ai toujours manqué de quelque chose et j'avais plein de problèmes, j'étais incontrôlable et obsédé par les drogues. Donc je suis sûr que tout ça, c'est psychologique, ça vient de mon adolescence » (Martin, 2006).
- 20 Les films indépendants ne cherchent ni à être pornographiques, ni érotiques, mais seulement à être réels, comme l'explique l'acteur américain, Ryan Gosling, à propos du film, *Blue Valentine* (Derek Cianfrance, 2010), d'abord classé X à cause des scènes de sexe explicites qu'il contient : « On avait l'impression que le sexe était réel – ce n'était pas sexy ou comme une scène de sexe habituelle, c'est qui a posé problème. On ne devrait pas être pénalisé pour avoir fait un bon boulot » (Fisher, 2011). Si les réalisateurs se défendent de ne pas chercher à rendre le désespoir sexy ou érotique, mais plutôt à respecter l'émotion des personnages, le plus souvent tragique, la représentation du désir apparaît du coup problématique dans les films indépendants américains. Les films réactivent une logique du dégoût, de la répulsion, rendant tout désir impossible, derrière le malaise ambiant. C'est précisément cette représentation de la sexualité associée à la tristesse, à la dépression et au plaisir coupable qui rend la lecture et la vision de ces films d'autant plus pénible par moment et qui explique la censure sévère aux États-Unis. Les films sont certes présentés comme transgressifs, provocateurs et porteurs de représentations sans tabous. Cependant, ils apparaissent tout autant puritains et conservateurs dans leur logique dépréciative ou dans leur désir de normalisation. La transgression ici n'est pas porteuse de valeur positive et apparaît clairement comme une arme à double tranchant.
- 21 Du fait de son absence de dimension politisante ou militante, le cinéma indépendant américain se démarque finalement par des démarches provocatrices qui appellent moins à une réaction du public, qu'à devenir des marqueurs génériques du secteur en opposition à Hollywood. La provocation peut ainsi apparaître par moment excessive et injustifiée, voire atténuée tant elle est omniprésente dans de nombreux films. La commodification et la banalisation de la provocation par le cinéma indépendant ont également conduit parallèlement Hollywood à recycler cette stratégie, atténuant à nouveau son potentiel virulent. La provocation n'a ainsi plus valeur de défamiliarisation, ni de valeur de défi aux normes. La commodification ramène la provocation vers une forme plus normalisée, autrement vers un certain conformisme.

Cette récupération force le cinéma indépendant à rééquilibrer, à renégocier ses paramètres, afin de redéfinir constamment de nouvelles stratégies d'opposition et de différenciation, quitte à extrémiser ses positions esthétiques et discursives.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Brody, Richard. « Wild, Wild, Wes ». *The New Yorker*, 2 novembre 2009.
- Corliss, Richard. « M Night Shyamalan's Scary Feature ». *Time*, 8 Juin 2008. <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1214952,00.html>>
- Fisher, Alice. « The Life of Ryan ». *The Observer*, 9 janvier 2011. <<http://www.guardian.co.uk/film/2011/jan/09/ryan-gosling-blue-valentine-film>>
- Hirschberg, Lynn. « Popular success is not my area ». *The Guardian*, 5 août 2005. <<http://www.guardian.co.uk/film/2005/aug/05/2?INTCMP=ILCNETTXT3487>>
- Hirschberg, Lynn. « Le Romantique ». *The New York Times*, 17 septembre 2006. <<http://www.nytimes.com/2006/09/17/magazine/17gondry.html>>
- Hope Weiner, Allison. « Shyamalan's Hollywood Horror Story, With Twist ». *New York Times*, 2 juin 2008. <<http://www.nytimes.com/2008/06/02/business/media/02night.html>>
- Koresy, Michael, et Plouffe, Matthew. « Why Charlie Kaufman Doesn't Watch Movies Anymore ». *Reverse Shot*, printemps 2005.
- Lemons, Stephen. « Larry Clark ». *Salon.com*, 20 juillet 2001. <[http://www.salon.com/2001/07/20/larry\\_clark/](http://www.salon.com/2001/07/20/larry_clark/)>
- Martin, Michael. « The Nerve Interview: Larry Clark ». *Nerve*, 6 septembre 2006. <<http://www.nerve.com/content/the-nerve-interview-larry-clark>>
- Murray, Rebecca. « Filmmaker Vincent Gallo Discusses The Brown Bunny ». *About.com* <<http://movies.about.com/od/thebrownbunny/a/bbunnyvg081904.htm>>
- O'Hagan, Sean. « Wandering Star ». *The Guardian*, 2 octobre 2005. <<http://www.guardian.co.uk/film/2005/oct/02/features.magazine>>
- O'Hagan, Sean. « The Kids Stay in the Picture ». *The Observer*, 17 février 2008. <<http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2008/feb/17/photography.exhibition1>>
- Pride, Ray. « Spirit Moves Me ». *Filmmaker Magazine*, été 2001.
- Roberts, Chris. « Memento more-ish: Interview with Christopher Nolan ». *The Unofficial Christopher Nolan Website*, 17 octobre 2000.
- Schrader, Paul. « Babes in the Hood ». *ArtForum*, mai 1995. <<http://harmony-korine.com/text/int/lc/?p=10>>
- Solomon, Deborah. « The Way We Live Now: 10-09-05: Questions For Noah Baumbach; The Intelligentsia Indie ». *The New York Times*, 9 octobre 2005. <<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=940CEEDC1130F93AA35753C1A9639C8B63>>

Tzioumakis, Yannis. « Marketing David Mamet: Institutionally Assigned Film Authorship in Contemporary American Cinema ». *The Velvet Light Trap*, n° 57, printemps 2006.

Wood, Jennifer M. « Family Values ». *Movie Maker*, 3 février 2007

## NOTES

1. La MPAA est l'association gérant la classification des films sur le territoire américain.

---

## RÉSUMÉS

Cet essai se propose d'analyser le concept de provocation, selon un cas d'étude précis, celui du cinéma indépendant américain, comme stratégie de différenciation et outil de positionnement compétitif face à une industrie dominante hollywoodienne. La provocation se formalise tour à tour sous une forme discursive, promotionnelle et esthétique. Les auteurs cultivent une idéologie rebelle et un discours de la contreculture. Le marketing, lui, met en avant le caractère provocant, dérangeant des films, quitte à s'éloigner du contenu réel. Cette marchandisation de la provocation a cependant un prix. Le cinéma indépendant favorise certes des films aux sujets sensibles, controversés, mais sans jamais redéfinir les représentations traditionnelles. Perdant de son aspect transgressif, la provocation gratuite se résume souvent à un simple choc visuel, qui, sous couvert de réalisme et d'authenticité, penche souvent vers des représentations franchement sinistres.

This essay will analyse provocation as a differentiation and competitive tool to position the American independent cinema against the dominant Hollywood industry. Provocation formalises into either a discursive, promotional or aesthetical form. Filmmakers cultivate a rebel ideology and a countercultural discourse. Independent films marketing helps promote the provocative and disturbing aspects of films, to the point that ultimately, through misleading advertising, it is no more in accordance with the true content. This commodification of provocation has naturally a price. Independent cinema promotes yet films with controversial and sensitive subjects but it never redefines traditional representations. Gratuitous provocation can only be a lack of transgression, translated in a visual shock and sinister representations in the name of realism and authenticity.

## INDEX

**Mots-clés** : cinéma américain, cinéma contemporain, cinéma indépendant, différenciation, provocation

**Keywords** : independant cinema, american cinema, contemporary cinema, provocation, differentiation

AUTEUR

**CÉLIA SAUVAGE**

Paris III Sorbonne Nouvelle

celia.sauvage@gmail.com