

"Grinzane Europa 98"

Les Lycéens d'Europe
Cinema et Littérature

Présentation
des résultats de l'enquête européenne
du Prix Grinzane Cavour
analysés par Demoskopea – Milan (Italie)

Enquête réalisée avec le concours de la

*Commission Européenne
Programme Ariane*



Compagnia di San Paolo (Italie)

Avec le soutien de:

*Ufficio Centrale per i Beni Librari
Le Istituzioni Culturali e l'Editoria
Ministero dei Beni Culturali (Italie)*

*Direzione Generale Relazione Culturali
Ministero degli Affari Esteri (Italie)*

Regione Piemonte (Italie)

Union Latine

UNESCO

Sommaire

- **Prologue.....pag. 1**
- **Synthèse.....pag. 3**
- **France: commentaire.....pag.10**
- **Royaume Uni: commentaire.....pag. 15**
- **Italie: commentaire.....pag. 19**
- **Luxemburgue: commentaire.....pag. 49**
- **Portugal: commentaire.....pag. 55**
- **Espagne: commentaire.....pag. 72**

«JEUNES, CINEMA ET LITTERATURE»

Le temps semble désormais bien loin où les frères Lumière proclamaient que le cinéma était «une invention sans avenir» et où l'écrivain italien (mais aussi critique cinématographique) Alberto Moravia, plus proche de nous, déplorait l'infériorité du mode cinématographique par rapport à la parole. Ce temps est à tel point lointain qu'il semble paradoxalement traduire une polarité inverse, comme provenant d'une direction opposée.

Le cinéma, tout comme l'écriture, apparaît comme un moyen qui, de par le support même sur lequel il se fonde – à savoir la pellicule - , semble indiquer sa propre «précarité». Le magnétoscope, les techniques digitales, la réalité virtuelle et l'écriture vidéo semblent conférer à l'idéal de l'écriture et du cinéma un rôle qui paraît archéologique. Certains affirment que les nouvelles techniques d'écriture vidéo ont complètement retiré au texte tant son caractère absolu – dû à la présence indélébile du signe sur le papier – que son caractère temporel et ont souligné le dépérissement inéluctable de la source sur laquelle il repose. Cette idée peut aussi, dans une certaine mesure, s'appliquer au cinéma, art également soumis à l'altération du temps.

Nous nous trouvons ainsi face à une situation apparemment contradictoire, mais qui confirme en quelque sorte le sens de notre enquête, où cinéma et littérature ne semblent pas s'opposer mais se rejoindre au contraire dans un même destin inhérent à l'*écriture*.

Leur caractère véritablement *formateur* font du cinéma et de la littérature deux activités dont les jeunes ne peuvent ni ne veulent se passer.

Les nouvelles possibilités de communication (la vidéo et la réalité virtuelle en premier lieu) semblent dépourvues de cet élément formateur et authentiquement *créatif* que nous évoquions, pour se situer plutôt du côté de la pure *reproductivité*.

C'est à cette attitude purement passive, qui semble dangereusement se répandre dans la société contemporaine, que s'opposent alors le cinéma et la littérature en tant qu'activités de *formation* authentiques.

La non opposition entre cinéma et littérature, qui ressort de l'enquête menée auprès des jeunes européens, confirme donc leur attachement à la valeur véritablement créative inhérente à ces deux activités.

Au-delà de toute spéculation particulière, c'est bien là le message principal qui ressort de l'enquête : les jeunes revendiquent pour eux-mêmes de se réapproprier la sphère de l'imaginaire, de la créativité, de l'expérience intérieure.

Et c'est précisément cette sphère d'action que les institutions culturelles, et en particulier le Prix Grinzane Cavour – sensible depuis sa création à l'univers des jeunes – doivent défendre, promouvoir et soutenir.

Cinéma et littérature dessinent l'espace intérieur de la créativité des jeunes, le protègent, le définissent et contribuent ainsi à l'élargir, chaque art selon son mode spécifique.

Le problème n'est donc pas, ou du moins pas seulement, de savoir si dans la société d'aujourd'hui, l'image prévaut sur la parole. Cette question, bien que fondamentale, n'est qu'un point d'une interrogation plus vaste : celle de la préservation d'un espace intérieur dans lequel créativité et compréhension authentiques peuvent s'exercer. Sans cet espace vital, aucune forme d'expression authentique ne peut se maintenir, si ce n'est celle, vide et impersonnelle, du pur *stéréotype*.

Face à l'invasion de ce type de communication purement superficiel – qui se réduit vite à la non communication – les jeunes invoquent leur espace quotidien de créativité, surtout à travers leur passion pour le cinéma et la littérature.

Dans cet espace intérieur, le livre et le film semblent exercer une interaction mutuelle. Le film peut aider à mieux saisir l'ambiance et l'atmosphère du roman dont il est tiré et inviter à la lecture, mais le livre reste le lieu privilégié où la fantaisie créative du lecteur, même après qu'il ait vu le film dont il est tiré, trouve encore à se nourrir, car le lecteur se sent intimement proche du livre.

Quand les jeunes déclarent alors que l'histoire qu'ils souhaiteraient écrire pour un film est une histoire d'amour, ils ne font que renouveler symboliquement cet acte d'amour envers eux-mêmes, envers leur monde intérieur, envers la vraie créativité qui est ce qui doit être conservé de toute activité formatrice et ce qui constitue le véritable contenu de tout art.

Giuliano Soria
Prix Grinzane Cavour

« GRINZANE EUROPA 98 »

NOTES SUR LES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

« CINEMA ET LITTERATURE »

REALISEE AUPRES DES LYCEENS D'EUROPE

Le portrait que nous allons tenter de tracer ne correspond pas à une figure particulière, mais tend à les représenter idéalement toutes. Cette figure est celle du jeune européen âgé de 14 à 19 ans, qui a répondu au questionnaire Grinzane Europa 98, consacré au thème « Cinéma et Littérature ».

De manière générale, il en ressort que le jeune européen va au cinéma en moyenne une fois par mois, de préférence l'après-midi ou en début de soirée, et surtout le week-end, principalement avec des amis. Il choisit le film en fonction de l'intérêt que suscite chez lui l'histoire racontée ou en fonction des acteurs. En général, il ne suit pas les conseils de ses amis et ne se laisse quasiment jamais guidé par le nom du réalisateur. En principe, il n'accorde pas grande importance aux prestations techniques de la salle, pas plus qu'à son confort. Il est convaincu que pour apprécier un film, il n'est pas indispensable de le voir au cinéma, et il regarde effectivement la plupart des films de cinéma à la télévision, regrettant cependant les interruptions publicitaires. Il utilise fréquemment le magnétoscope – dont il apprécie les multiples avantages – non tant pour voir des films achetés ou loués en cassettes vidéo, mais plutôt pour enregistrer les films diffusés à la télévision. Il est toutefois convaincu que la télévision ne retire pas de spectateurs aux salles de cinéma. Le jeune européen discute normalement des films qu'il a vus avec ses amis ; il reconnaît que le cinéma n'occupe pas une place importante parmi les matières enseignées à l'école et il ne choisit généralement pas l'Histoire du Cinéma comme discipline qu'il souhaiterait voir figurer dans les programmes scolaires. Il ne lit qu'occasionnellement les critiques cinématographiques, dans le but d'avoir un avis sur les films qui l'intéressent. Quand il va au cinéma, le jeune européen choisit d'abord les films d'aventure, puis les films comiques et les histoires d'amour. Il s'identifie peu aux histoires et aux sentiments qu'il voit sur l'écran, mais pense que le cinéma l'aide à réfléchir et à

s'évader de la réalité, en plus, bien sûr, de le divertir. Il croit à l'avenir du cinéma et des salles de cinéma, surtout parce qu'il considère la projection d'un film sur grand écran comme irremplaçable. Le cinéma américain est celui qu'il préfère, suivi généralement de celui du pays auquel il appartient. Pourtant, dans l'esprit du jeune européen, le cinéma américain semble être essentiellement qualifié de « violent », « divertissant », « superficiel », alors que le cinéma européen est reconnu comme « divertissant », « agréable », « artistique », « engagé », même s'il est parfois qualifié d'« ennuyeux ». Le film préféré de l'année 1998 est incontestablement *Titanic* de James Cameron – qui représente pour une bonne partie des interviewés le “film de leur vie”. A côté de *Titanic*, *Le cercle des poètes disparus* de Peter Weir et *La liste de Schindler* de Steven Spielberg sont les autres titres que le jeune européen reconnaît le plus souvent comme ayant une place dans sa vie. Il est significatif qu'il qualifie le cinéma contemporain de ni trop violent, ni trop marqué par une utilisation excessive de la sexualité ; le cinéma contemporain est en revanche plus attentif au monde des jeunes, même s'il se montre souvent peu fidèle à la réalité d'aujourd'hui. Les acteurs favoris du jeune européen, évidemment américains, sont Leonardo Di Caprio, Bruce Willis et Robert De Niro, alors que les actrices préférées sont Julia Roberts et Demi Moore. Les réalisateurs qu'il apprécie le plus sont James Cameron, Steven Spielberg et Quentin Tarantino, même s'il en ressort que le réalisateur d'un film n'occupera jamais une place aussi importante dans son imaginaire que l'acteur qui l'interprète. Le jeune européen aimerait cependant être réalisateur, comme il souhaiterait interpréter un film ou s'occuper des effets spéciaux dans les productions cinématographiques. Il est pourtant rare qu'il décide de fréquenter un festival de cinéma pour s'informer plus profondément des tendances actuelles. Quant à sa relation avec le cinéma et la littérature, il semble parvenir aisément à concilier les deux activités, leur accordant trois heures quotidiennes de son temps libre. Il pense que le film est profitable à la lecture du livre dont il a été éventuellement tiré, en particulier parce qu'il contribue à en faire mieux comprendre l'ambiance et l'atmosphère et qu'il pousse aussi à sa lecture. Il reconnaît toutefois que le livre accorde une place à sa fantaisie et à son imagination que n'égale jamais le film. S'il devait en outre indiquer le film tiré de l'œuvre littéraire qu'il préfère, il choisirait *Roméo et Juliette*, et s'il devait écrire un scénario, il n'hésiterait pas : il raconterait une histoire d'amour. Le rapport du jeune européen avec la télévision est plutôt intense. Ses programmes préférés sont les programmes sportifs, les films et les *telenovelas*, alors que l'intérêt pour les journaux télévisés est très faible, comme d'ailleurs l'attention consacrée aux quotidiens et aux informations radiophoniques. Un intérêt croissant est accordé, surtout en France et en Angleterre, aux nouveaux moyens de communication : ordinateur, Internet, liaisons satellites et chaînes payantes. Pendant son temps libre, le jeune européen rencontre

des amis, pratique un sport, va au cinéma et, de façon moins intensive, fréquente les librairies ou va au concert. Quand il est à la maison en revanche, il écoute de la musique, regarde la télévision, et dans une moindre mesure, se consacre à la lecture et, très rarement, s'informe en lisant des quotidiens. S'il devait choisir une activité attrayante pour la journée qui l'incite à sortir, il préférerait un concert rock ou le cinéma, alors qu'il ne se sentirait pas attiré par des concerts de musique classique ou lyrique, des expositions d'art, de la danse, ou des rencontres littéraires. Le théâtre, surtout à Londres et à Paris, est au contraire un lieu qui suscite un vif intérêt chez le jeune européen.

PARTICULARITES DE CHAQUE PAYS EMERGEANT DE L'ENQUETE

Italie. D'après l'échantillon romain, le cinéma semble être le passe-temps favori des jeunes : 90% d'entre eux le placent au 1^{er} rang, avant même les concerts de musique classique ou rock. Et pourtant, cette préférence ne coïncide pas avec la fréquentation des salles, qui demeure une activité pratiquée en moyenne une fois par mois, comme dans le reste de l'Europe. Le cinéma est vécu comme un moment de socialisation, avant tout en compagnie d'amis, et son but est essentiellement associé au divertissement, sans pour autant exclure la réflexion. C'est aussi la raison pour laquelle 85% des jeunes croient à l'avenir du cinéma. Le jugement qu'ils portent sur le cinéma est donc globalement positif, dans la mesure où lui sont reconnues des capacités d'interprétation du monde des jeunes et de la réalité contemporaine. En revanche, l'espace consacré au cinéma à l'intérieur de l'école est rare, et d'ailleurs, l'école même est loin de toutes les activités qui occupent les jeunes durant leur temps libre et que ces derniers voudraient insérer dans les programmes d'enseignement, comme l'utilisation de l'ordinateur, le théâtre, la poésie, la vidéo. Environ la moitié des jeunes aimerait devenir réalisateur, alors que le métier d'acteur est plébiscité par 69% des interviewés. L'enquête sur le rapport entre cinéma et littérature confirme le rôle prépondérant du premier sur la seconde. Plus de la moitié de l'échantillon (55%) affirme ne pas prêter attention au fait qu'un film soit tiré d'un roman. 27% des sondés déclarent être incité à lire le roman dont a été tiré un film qui leur a plu. L'inverse est plus rare. Le pourcentage de ceux qui se déclarent déçus et de ceux qui sont en général satisfaits de l'adaptation cinématographique d'un livre qu'ils ont déjà lu est divisé en parts égales. 52% affirment sans hésitation que le cinéma contribue à la connaissance des chefs d'oeuvres de la littérature.

Angleterre. Le cas de l'Angleterre, et de Londres en particulier, est très intéressant, avec des réponses qui se détachent parfois sensiblement de la moyenne européenne. Le fait que la capitale anglaise soit une véritable société multi-ethnique, où co-existent des identités nationales souvent contrastées et éloignées de l'identité européenne, est un facteur non négligeable. D'abord, le pouvoir de fascination exercé par le modèle américain sur les jeunes londoniens est très inférieur au pouvoir d'attraction du modèle européen. De même, ce n'est pas le cinéma américain que préfèrent les jeunes anglais, mais leur cinéma national – donnée qui les éloigne de tous leurs homologues européens. Cela n'empêche pourtant pas le cinéma européen d'être qualifié d'« ennuyeux » par 21% des interviewés. Une autre variation sensible apparaît dans le pourcentage de ceux qui ne considèrent pas le cinéma comme un de leurs centres d'intérêt principaux, pourcentage qui double pratiquement par rapport aux autres jeunes d'Europe (7,3% contre 4,6%).

Même si le cinéma arrive en deuxième place parmi les occupations préférées des jeunes londoniens, il est vécu comme un simple moyen d'évasion, plus que comme une occasion de dialogue interculturel et non comme forme d'art. En outre, par rapport au reste de l'Europe, les jeunes anglais, pour voir des films, utilisent de façon beaucoup plus importante les cassettes vidéo, les chaînes payantes et les bouquets satellites. En ce qui concerne le rapport entre littérature et cinéma, les Anglais montrent un intérêt légèrement inférieur à la moyenne européenne pour le fait qu'un film soit tiré ou non d'un roman, et sont également moins portés à lire le livre dont a été tiré un film, même s'ils l'ont apprécié.

France. L'enquête menée dans la capitale française confirme l'attraction que le cinéma continue d'exercer sur les jeunes, son rôle de première activité culturelle et son statut symbolique. Cette donnée est confortée par l'importance accordée par la majorité des interviewés à la salle de cinéma, à la qualité de projection et au confort dont elle dispose. Certains éléments, cependant, constituent des particularités du territoire français. Nous avons déjà fait allusion à l'attention particulière prêtée par les jeunes français, beaucoup plus que dans le reste de l'Europe, aux caractéristiques techniques de la salle, en particulier à ses dimensions et à la grandeur de l'écran. Avec l'Angleterre, la France est une grande consommatrice de cinéma par l'intermédiaire des chaînes payantes, ce qui la détache sensiblement des autres pays. De plus, les jeunes français sont les Européens qui souhaiteraient le plus que l'Histoire du Cinéma soit enseignée à l'école (14,9%). Avec le pourcentage le plus élevé en Europe (43%), le cinéma est indubitablement pour eux un moyen d'évasion fantastique, alors que son rôle stimulant en matière de réflexion est considéré comme très réduit. Bien que le cinéma américain soit le cinéma préféré des jeunes français (72,7%),

la position du cinéma français s'en rapproche de manière significative (65,5%). Pour ce qui est de la connaissance d'une cinématographie, le cinéma français est même plus connu (94,4%) que le cinéma américain (85,8%). De même, les réalisateurs américains semblent moins connus en France par les jeunes que dans tous les autres pays européens (Spielberg, par exemple, ne recueille que 14,9% des voix, pourcentage le plus réduit en Europe). Un réalisateur national comme Luc Besson réussit au contraire à totaliser une préférence de 11,7% : ce chiffre est extrêmement significatif si l'on pense que même les réalisateurs européens les plus appréciés dans leurs pays respectifs n'arrivent pas à rivaliser avec la notoriété des cinéastes américains (Begnini par exemple, en Italie, n'obtient que 2,1% des voix). Le cinéma européen apparaît donc particulièrement apprécié en France et il est considéré comme « créatif » par au moins 38,7% des interviewés, en plus d'être « artistique » (28,4%). Concernant le rapport entre cinéma et littérature, plus de la moitié des jeunes français trouve du temps pour ces deux activités ; le pourcentage de ceux qui se déclarent indifférents au fait de voir un film tiré d'un livre est le plus bas d'Europe, alors qu'il est le plus haut pour ceux qui choisissent de ne voir un film que s'ils ont d'abord lu le livre dont il est tiré (18%). Les jeunes français sont convaincus, en accord avec la moyenne européenne, que le rapport entre ces deux formes d'art ne peut que profiter à chacune d'elles et que le cinéma contribue à diffuser la connaissance des chef d'œuvres de la littérature. Les jeunes interviewés sont en outre persuadés que l'adaptation cinématographique d'un livre est souvent réussie et contribue à mieux faire comprendre l'atmosphère et l'ambiance du roman.

Luxembourg. Les jeunes luxembourgeois donnent une image de leur pays assez caractéristique par rapport au reste de l'Europe. L'échantillon même sur lequel s'est basée l'enquête présente des caractères assez éloignés de la moyenne européenne : il s'agit de jeunes qui sont d'un milieu social plus élevé, seuls 44% d'entre eux résident dans la capitale et ceux qui n'habitent pas une agglomération urbaine occupent une large place. En premier lieu, les jeunes luxembourgeois vont au cinéma en moyenne plus que le reste de l'Europe : 40% d'entre eux fréquentent les salles plus d'une fois par mois, c'est-à-dire au moins une fois par semaine. Ils accordent une attention particulière au confort et à la qualité de projection des salles. Par rapport au reste de l'Europe, ils voient moins de films en cassettes vidéo, films qu'ils ont la possibilité de voir à la télévision à travers les nombreux émetteurs français, allemands et anglais dont ils disposent. Les interviewés ont la ferme conviction qu'il faut voir les films au cinéma pour les apprécier pleinement. Manifestant un goût prononcé pour le cinéma, les jeunes du Luxembourg regrettent particulièrement que l'Histoire du Cinéma ne soit pas enseignée dans les écoles. Chez les Luxembourgeois, la

connaissance du cinéma des autres pays est notablement plus développée que dans le reste de l'Europe, alors que la connaissance du cinéma national est très réduite, et ce, pour des raisons évidentes. Par rapport aux autres jeunes européens, les Luxembourgeois sont moins attirés par le métier de réalisateur ou d'acteur. En ce qui concerne le rapport entre cinéma et littérature, les interviewés n'y voient pas une relation d'opposition et trouvent le temps de se consacrer aux deux. Ils sont en outre convaincus que la relation entre les deux ne peut que les favoriser réciproquement. Deux tiers des jeunes s'accordent sur le fait que le cinéma suscite des émotions plus fortes qu'un livre ; toutefois, 63,3% déclarent que le livre peut apporter une plus grande liberté à la fantaisie individuelle.

Portugal. Le Portugal, Lisbonne en particulier, se rapproche, sur de nombreux aspects, de l'attitude des jeunes des autres pays européens. Les jeunes portugais vont aussi au cinéma en moyenne une fois par mois, et les jeunes filles sont celles qui fréquentent le plus régulièrement les salles obscures. Cependant, la croissance de fréquentation des salles au Portugal augmente en fonction du milieu social d'origine, donnée qui ne coïncide pas entièrement avec la moyenne européenne. De plus, les Portugais se distinguent par l'attention particulière qu'ils portent aux qualités techniques de la salle de projection. Seuls les Portugais, avec les Luxembourgeois, ont une connaissance de leur propre cinéma assez faible (par exemple, 0,5% seulement des interviewés connaît le cinéma de Manoel de Oliveira, considéré par la critique comme un des maîtres du cinéma mondial) et le cinéma américain est le cinéma préféré des jeunes, qui le qualifient de « créatif » et de « divertissant ». Le cinéma européen est au contraire considéré par les Portugais – les seuls en Europe – presque unanimement comme « ennuyeux », ce qui est certainement dû à une promotion défailante et à la prépondérance, à la télévision comme sur les écrans, du modèle américain. La télévision est sans aucun doute une concurrente pour le cinéma et pourtant, les interviewés sont d'accord pour affirmer que rien ne peut remplacer la vision d'un film en salle. Le cinéma, dans l'esprit des Portugais, jouit cependant d'un avenir assuré. Le rapport entre la littérature et le cinéma n'est en aucune façon vécu sur un mode conflictuel, au contraire, la majeure partie des jeunes trouve le temps aussi bien pour lire que pour aller au cinéma. De plus, le film est considéré comme un moyen qui peut aider à mieux comprendre le roman sur lequel le film se fonde, ainsi qu'à diffuser, au sein du public, les chef d'œuvres littéraires.

Espagne. En Espagne, si l'on se réfère à Madrid, la situation qui se dessine chez les jeunes est plutôt semblable à celle du reste de l'Europe. Cependant certains aspects sont significatifs.

Avant toute chose, les jeunes espagnols confirment l'attention prêtée par l'école au cinéma et qui est de loin supérieure au reste de l'Europe (38,8%). Le cinéma américain est naturellement celui qu'ils préfèrent, même s'il n'est pas toujours défini par des adjectifs flatteurs : « violent » (44,7%), « divertissant » (36,5%), « superficiel » (25,5%), alors que le cinéma européen est plutôt considéré comme « créatif » et « indépendant ». Une autre donnée intéressante est que la majeure partie des interviewés n'attribue pas une importance particulière aux caractéristiques de la salle de projection. En Espagne, la télévision joue un rôle très important dans la vie des jeunes, et pourtant, même si le pourcentage est le plus haut d'Europe (5,7%), peu nombreux sont en réalité ceux qui croient que la télévision supplantera définitivement le cinéma. Les Espagnols, les seuls en Europe avec les jeunes portugais, remarquent en outre que le langage cinématographique reproduit les modèles d'expression de la télévision. Quant au rapport entre cinéma et littérature, l'Espagne se situe dans la moyenne européenne : elle les considère comme complémentaires et non opposés, le cinéma étant utile à une plus large diffusion de la littérature. Le caractère de sociabilité et d'émotion intense du cinéma, la stimulation active et la liberté fantastique que procure la littérature, se conjuguent de manière quasi exemplaire pour dessiner les deux pôles de l'expérience esthétique du jeune espagnol.

GRINZANE EUROPA 98

LES JEUNES D'EUROPE : CINEMA ET LITTERATURE

DU POINT DE VUE FRANÇAIS

La passionnante enquête du Prix Grinzane Cavour intitulée « Les jeunes d'Europe : Cinéma et Littérature », nous présente en une série de réponses détaillées l'attitude des jeunes européens face au cinéma d'aujourd'hui et à ses relations avec la littérature. L'enquête confirme, pour cette catégorie spécifique, mais en particulier pour les institutions culturelles, les évolutions constatées pour l'ensemble de la population.

Les jeunes européens attendent beaucoup du cinéma

L'enquête confirme l'attrait de la jeunesse pour le cinéma, son rôle de première sortie culturelle et son statut symbolique. Celui-ci est renforcé par l'importance qu'accorde la majorité des jeunes à la salle de cinéma, à sa qualité de projection et à son confort.

Si la télévision et le magnétoscope sont abondamment utilisés pour voir des films, la salle de cinéma, qui donne du prestige au film, reste privilégiée malgré tout. L'implantation de multiplexes cinématographiques dans toute l'Europe accompagne cette idée forte.

L'opinion des jeunes européens confirme la prédominance du cinéma américain

Le contexte économique de l'Europe est certainement celui de la prédominance du cinéma américain, aussi bien dans les chiffres que dans les esprits, comme le confirme l'enquête. Dans les salles, le cinéma national essaie de conserver sa place face aux films américains qui représentent 60 à 70% des entrées, tandis que les autres cinématographies peinent (à l'exception du cinéma anglais qui bénéficie d'un statut à part), à trouver des salles et un public, malgré les efforts de nombreux intervenants européens.

Les réponses des jeunes à qui l'on demande de citer les films qui les ont marqués, les acteurs, actrices et metteurs en scène qu'ils aiment, sont particulièrement révélatrices.

Certes, la place du *Titanic*, de son acteur principal, de son metteur en scène, représente un phénomène particulier au moment de l'enquête. Mais, à l'exception de *La vie est belle*, que connaissent les jeunes italiens et de *Full Monty*, que connaissent les jeunes Londoniens, ce sont Steven Spielberg, Quentin Tarantino, Julia Roberts, Brad Pitt, Sharon Stone et Bruce Willis qui attirent le plus leur attention.

Phénomène logique, les jeunes européens avouent leur ignorance des cinématographies non nationale et non américaine, excepté la cinématographie anglaise. Cependant, cette dernière n'occupe aucune place quand il s'agit des personnalités du cinéma.

L'enquête démontre aussi l'efficacité du marketing des films américains sur un public très consommateur de cinéma qui intéresse tout spécialement les responsables publicitaires.

Cinéma et littérature : des univers étrangers

Malgré les réponses timidement optimistes des jeunes indiquant que le cinéma peut aider à la découverte des œuvres littéraires, il ne semble pas que les deux univers soient réellement perméables entre eux. Le fait que la réponse majoritaire à la question « Quel est le plus beau film adapté d'un roman que vous ayez vu ? » soit *Roméo et Juliette*, me paraît devoir beaucoup plus à la teneur « romantique » du sujet, à la personnalité de Leonardo Di Caprio et au succès du *Titanic*, qu'à une lecture attentive du théâtre de Shakespeare, avec ses personnages foisonnants, son obscénité violente, son contexte historique si éloigné du nôtre.

D'autre part, les indications fournies par les jeunes sur le temps qu'ils consacrent à la télévision, à la radio, et la part réduite qu'ils réservent à la lecture (occupation habituelle pour 5% d'entre eux) sont aussi très révélatrices.

Le rôle des intervenants culturels

Face à ces constats, le rôle des intervenants culturels est logique : créer les conditions permettant une diversité des œuvres et en favoriser l'accès au public.

Il ne s'agit pas de combattre le cinéma américain et ses personnalités. Il s'agit d'encourager le renouveau des auteurs et des œuvres, leur circulation en Europe, et de leur donner les moyens de se faire connaître du public face au marketing du divertissement.

A l'évidence, le secteur éducatif a un rôle important à jouer dans ce domaine pour encourager l'accès à des œuvres diverses, qu'il s'agisse de littérature ou de cinéma, et les institutions culturelles doivent s'associer pleinement à ces actions d'éducation au septième art.

La situation française

L'enquête menée dans la capitale française confirme l'attraction que le cinéma continue d'exercer sur les jeunes, son rôle de première activité culturelle et son statut symbolique. Cette donnée est confortée par l'importance accordée par la majorité des interviewés à la salle de cinéma, à la qualité de projection et au confort dont elle dispose. Certains éléments, cependant, constituent des particularités du territoire français. Nous avons déjà fait allusion à l'attention particulière prêtée par les jeunes français, beaucoup plus que dans le reste de l'Europe, aux caractéristiques techniques de la salle, en particulier à ses dimensions et à la grandeur de l'écran. Avec l'Angleterre, la France est une grande consommatrice de cinéma par l'intermédiaire des chaînes payantes, ce qui la détache sensiblement des autres pays. De plus, les jeunes français sont les Européens qui souhaiteraient le plus que l'Histoire du Cinéma soit enseignée à l'école (14,9%). Avec le pourcentage le plus élevé en Europe (43%), le cinéma est indubitablement pour eux un moyen d'évasion fantastique, alors que son rôle stimulant en matière de réflexion est considéré comme très réduit. Bien que le cinéma américain soit le cinéma préféré des jeunes français (72,7%), la position du cinéma français s'en rapproche de manière significative (65,5%). Pour ce qui est de la connaissance d'une cinématographie, le cinéma français est même plus connu (94,4%) que le cinéma américain (85,8%). De même, les réalisateurs américains semblent moins connus en France par les jeunes que dans tous les autres pays européens (Spielberg, par exemple, ne recueille que 14,9% des voix, pourcentage le plus réduit en Europe). Un réalisateur national comme Luc Besson réussit au contraire à totaliser une préférence de 11,7% : ce chiffre est extrêmement significatif si l'on pense que même les réalisateurs européens les plus appréciés dans leurs pays respectifs n'arrivent pas à rivaliser avec la notoriété des cinéastes américains (Benigni par exemple, en Italie, n'obtient que 2,1% des voix). Le cinéma européen apparaît donc particulièrement apprécié en France et il est considéré comme « créatif » par au moins 38,7% des interviewés, en plus d'être « artistique » (28,4%). Concernant le rapport entre cinéma et littérature, plus de la moitié des jeunes français trouve du temps pour ces deux activités ; le pourcentage de ceux qui se déclarent indifférents au fait de voir un film tiré d'un livre est le plus bas d'Europe, alors qu'il est le plus haut pour ceux qui choisissent de ne voir un film que s'ils ont d'abord lu le livre dont il est tiré (18%). Les jeunes français sont convaincus, en accord avec la moyenne européenne, que le rapport entre ces deux

formes d'art ne peut que profiter à chacune d'elles et que le cinéma contribue à diffuser la connaissance des chef d'œuvres de la littérature. Les jeunes interviewés sont en outre persuadés que l'adaptation cinématographique d'un livre est souvent réussie et contribue à mieux faire comprendre l'atmosphère et l'ambiance du roman.

Pierre Gras
Cinémathèque Française

GRINZANE EUROPA 98

LES JEUNES D'EUROPE : CINEMA ET LITTERATURE

DU POINT DE VUE ANGLAIS

Le premier élément sur lequel il convient de réfléchir à la lecture de l'enquête réalisée cet hiver par le Prix Grinzane Cavour concerne la nature très originale de la ville de Londres. Ce Prix a réussi la tâche délicate de mettre en relation (même si c'est à distance) des jeunes de six capitales d'Europe occidentale.

En effet, bien que Londres en soit la capitale, elle « n'appartient » qu'en partie à la Grande-Bretagne.

L'air qu'on y respire est celui d'une immense agglomération qui, sans renoncer à certains traits typiques de la tradition et de l'esprit britannique, n'en a pas moins trahi de manière sensible ses racines culturelles, se présentant comme la ville la plus cosmopolite d'Europe. Et paradoxalement, alors qu'elle affiche une certaine froideur au regard de l'agitation pro-européenne d'autres pays, elle en est de fait l'incarnation la plus réussie. Les correspondants et les envoyés spéciaux des différents journaux d'outre-manche, qui sont amenés à vivre ou à travailler à Londres pour quelque temps, soutiennent généralement qu'elle n'a pas une âme qui lui est propre parce qu'elle les a toutes : cette affirmation révèle assurément la passion typique du journalisme contemporain pour les phrases à effet, mais elle n'est pas exempte d'un certain fondement. Ici, plus que dans toute autre ville européenne, on peut rencontrer des groupes étrangers (ou de véritables communautés) qui ont conservé une forte identité nationale, tout en s'intégrant pleinement dans le tissu social, de même que les Anglais se sont appropriés des styles et des modèles de vie sensiblement étrangers à leur histoire.

Tout cela doit nous amener à ne pas trop nous étonner de la forte correspondance existant entre les réponses données par les jeunes « Anglais » et les réponses obtenues en effectuant une moyenne mathématique à partir de celles de leurs homologues européens. Cette correspondance, une fois de plus, est moindre quand on s'attendrait à ce qu'elle soit plus importante, ou quand il est fait référence aux Etats-Unis, modèle peut-être trop proche du modèle multi-culturel anglais, pour pouvoir se transformer en « rêve » (comme c'est le cas pour les autres pays européens), et donc pour qu'il en ait le pouvoir de fascination.

Si nous passons en revue certaines des questions les plus intéressantes pour comprendre la façon qu'ont les jeunes vivant à Londres de se positionner par rapport à la dixième muse, il faut avant tout remarquer que le choix des films n'est déterminé qu'à 5,2% des cas par la possibilité de s'identifier aux personnages (11,7% étant la moyenne européenne).

Les jeunes anglais se distinguent majoritairement de leurs homologues d'outre-manche par la réponse qu'ils donnent à la question sur la cinématographie qu'ils préfèrent. A cette question, tous les pays européens choisissent le cinéma américain et seule l'Angleterre préfère ses propres films. Il n'est donc pas étonnant que les jeunes anglais choisissent « Full Monty » (8,9%) comme étant leur film favori en 1998, suivi immédiatement de « Scream » (8,8%) puis, avec des pourcentages inférieurs, de « Titanic » (7,4%), et de « Romeo + Juliette » (7,3%). « Titanic », en revanche, est de loin le film le plus apprécié par le reste des Européens (28%), qui évoquent peu d'autres titres comme « Scream » (3,4%) et « La vie est belle » (3,2%), ce film n'ayant pas encore été distribué à ce jour en Angleterre.

Cependant, tous s'accordent sur le fait que « Titanic » est assurément le film qui a le plus marqué les jeunes européens de toute leur vie (9,8% en Europe, 19,4% à Londres).

Si nous considérons enfin les questions qui concernent directement le rapport entre cinéma et littérature, il est intéressant de noter que près du double des jeunes anglais (7,3% contre 4,6% en Europe) ne considère pas le cinéma comme l'un de leurs centres d'intérêt principaux, mais comme étant plus émouvant que la lecture d'un roman (75,2% contre 12,5%, tandis que leurs homologues d'outre-manche préfèrent voir un film que lire un livre dans 65,4% des cas contre 19,7%). C'est certainement la raison pour laquelle les jeunes Londoniens accordent moins d'intérêt que leurs homologues européens au fait qu'un film soit tiré d'un roman (59,7% contre 53,4%), et qu'ils sont moins enclins à lire le roman dont le scénario est extrait, même s'ils ont apprécié le film (26,8% contre 31%).

Sur le plan narratif, l'intérêt majeur des spectateurs anglais pour la relation entre récit et jeu des acteurs est aussi confirmé par le fait que les jeunes anglais se disent déçus des adaptations cinématographiques dans 25,1% des cas, s'il n'y a pas de correspondance entre la psychologie des personnages et le jeu de l'acteur (élément qui déçoit les jeunes des autres pays européens dans 20,3% des cas seulement). En revanche, les jeunes anglais accordent moins d'importance à la fidélité de l'adaptation dans son ensemble (20,4% des réponses), ce qui suscite au contraire un plus grand intérêt dans le reste de l'Europe (22,9%).

En conclusion, nous pouvons constater que, même s'ils placent le cinéma au second rang parmi leurs divertissements favoris (37,6%), comme leurs homologues européens (39,6%), les jeunes vivant à Londres reconnaissent au cinéma une fonction avant tout d'évasion et une occasion de divertissement qui reste profondément étrangère au dialogue entre le « domaine cinématographique » et les « domaines extra-cinématographiques » (qu'ils soient de nature artistique, c'est-à-dire littéraire, visuelle, musicale, etc., ou socio-historique, c'est-à-dire liée à des problématiques socio-économiques). D'après les réponses obtenues, il ne semble pas que les jeunes Londoniens accordent une attention particulière à la possibilité de saisir des niveaux de lecture différents, même quand ils sont évidents, dans la mesure où le langage cinématographique est perçu et exploité comme tel, ou comme forme d'art (et d'industrie) d'abord vouée à créer (et produire) des moments d'évasion.

Tenter d'effectuer des analyses sociologiques de ces tendances, en se référant par exemple aux rythmes de vie et de travail particulièrement effrénés à Londres, de même qu'à l'organisation stricte et rigoureuse du temps (individuel et social) propres à cette ville – aspects qui donnent nécessairement une grande valeur à chaque moment d'évasion – serait difficile et nous exposerait sans conteste au danger d'une analyse trop superficielle. Par conséquent, nous préférons laisser au lecteur la responsabilité d'un côté, et le plaisir de l'autre, de tirer des considérations et des conclusions ultérieures sur la base de l'enquête réalisée. Pour notre part, contentons-nous de nous réserver la responsabilité et le plaisir d'avoir contribué au mieux à cette étude sur la ville de Londres.

Paolo Rambetti
University College of London

GRINZANE EUROPA 98

LES JEUNES D'EUROPE : CINEMA ET LITTERATURE

DU POINT DE VUE ITALIEN

PREAMBULE ET OBJECTIFS

Ce rapport, intitulé *Les jeunes en Europe : Cinéma et littérature*, contient les résultats d'une enquête conduite par le Prix Grinzane Cavour dont l'objectif principal est de décrire les comportements et les habitudes de consommation des jeunes pendant leur temps libre.

Le thème principal de l'enquête est la fiction: on a abordé d'une part la question des habitudes de consommation de la fiction dans son ensemble, et d'autre part, les supports de communication à travers lesquels la fiction est diffusée, c'est à dire aussi bien les salles de cinéma, la télévision, que le magnétoscope.

L'élément essentiel de cette enquête réside dans l'extraordinaire attachement au cinéma démontré par les jeunes qui ont été interrogés.

90% des élèves interrogés ont en effet déclaré apprécier beaucoup (57%) ou assez (33%) d'aller au cinéma.

Aller au cinéma se place donc au premier rang de leurs préférences par rapport à d'autres choix tels que les concerts pop/rock par exemple, appréciés par 80% des personnes interrogées.

C'est véritablement à partir de ce point que se structure toute l'enquête, qui explore le monde des jeunes et tente de connaître leurs différentes activités de loisirs. Un des objectifs de ce sondage est aussi de savoir ce que les jeunes font, à partir de leurs désirs réels, en cherchant à explorer et à connaître leurs véritables exigences.

METHODOLOGIE ET ECHANTILLON

Méthodologie : l'enquête s'est déroulée au niveau international – dans six capitales européennes – au moyen de questionnaires remplis personnellement.

Cible : étudiants en collèges et lycées, âgés de 14 à 20 ans.

Lieux :

Italie : Rome

France : Paris

Grande-Bretagne : Londres

Luxembourg : Luxembourg

Portugal : Lisbonne

Espagne : Madrid

Echantillon : l'échantillon de départ était composé de 1000 questionnaires qui ont été expédiés dans quatre écoles environ par capitale. Total de l'échantillon : 797 questionnaires analysés pour l'Italie, 605 pour la France, 593 pour le Luxembourg, 352 pour le Portugal et 423 pour l'Espagne.

Questionnaire : composé d'environ 50 questions fermées.

1. LE TEMPS LIBRE

Si l'on considère le temps libre dont disposent les jeunes aujourd'hui, on remarque un élément très intéressant : dans l'ensemble, la plupart des personnes interrogées déclare avoir peu de temps libre, c'est-à-dire environ trois heures par jour (jour ouvrable).

Les hommes ont, ou pensent avoir, plus de temps libre que les femmes. (TAB. D.46)

1.1 Les activités de loisir

Les activités de loisir représentent, pour une part, un ensemble d'activités improvisées, pratiquées chez soi et surtout, ne nécessitant aucune dépense et, pour une autre part, des activités plus structurées qui se déroulent à l'extérieur et qui entraînent des dépenses.

En classant la fréquence de pratique des différentes activités, on relève ces chiffres : écouter de la musique (74%), rencontrer des ami(e)s (61%), regarder la télévision (49%), faire du sport (39%), téléphoner (37%), aller au cinéma (30%) et lire un livre (29%)¹.

Nous pouvons remarquer que la plupart des activités les plus souvent pratiquées sont celles qui se déroulent chez soi et qui sont peu coûteuses. (TAB. D.47)

¹ En comparant ces chiffres à ceux des autres pays européens, nous pouvons observer qu'écouter de la musique est l'activité la plus pratiquée dans tous les pays. La seule différence qui ressort est la fréquentation des discothèques, moins importante en Italie qu'à Luxembourg, à Lisbonne et à Madrid.

A la question *qu'aimes-tu faire de ton temps libre ?* on trouve en première position : aller au cinéma (90%) et aller à des concerts pop/rock (80%). Le cinéma est donc le passe-temps favori des jeunes, ce qui est confirmé par le fait que seuls 4% des personnes interrogées affirment qu'il ne fait pas partie de leurs centres d'intérêt principaux. (TAB. D.48/D.32)²

D'après ces données, il existe un décalage entre ce que les jeunes désirent faire et ce qu'ils font réellement : cela est dû au budget dont ils disposent et à leurs possibilités d'accès à certaines activités, ce qui ne coïncide pas souvent avec leurs désirs et leur envie d'occuper leur temps libre différemment, toutes choses qui grèveraient leur budget.

2' Les goûts des jeunes de Lisbonne, Madrid et Paris sont différents : ils privilégient d'abord la visite d'expositions d'art, en second plan, aller au théâtre, en troisième lieu, participer à des rencontres littéraires, et enfin, aller au cinéma. Sans même parler d'aller à des concerts pop/rock qui, dans ces pays, est une activité qui se trouve en fin de classement.

1.2 L'argent

En moyenne, les jeunes disposent d'environ 80 mille liras par mois. Les garçons disposent d'un montant légèrement supérieur à celui des filles (88 mille liras pour les garçons et 73 mille liras pour les filles) ; ce budget augmente en outre avec l'âge. (TAB. D.49)

Comment est dépensé cet argent ? Si l'on exclut les vêtements et les accessoires, la dépense la plus importante concerne les *pizzeria/fast food* (environ 25 mille liras). Suivent ensuite les *disques/CD* (23 mille liras), les *bars/pubs* (19 mille liras), le *sport* (17 mille liras), le *cinéma et les livres* arrivent en dernière position (avec environ 16 mille liras).

Les différences selon le sexe sont peu importantes, les garçons dépensant plus d'argent pour le sport et les manifestations sportives, les filles elles, dépensant plus pour les livres. (TAB. D.50)

2. COMBIEN DE FOIS, QUAND, COMMENT ET POURQUOI ALLER AU CINEMA ?

2.1 La fréquentation des salles

La quasi-totalité de l'échantillon déclare aller au cinéma au moins deux fois par an (seuls 2% déclarent ne jamais aller au cinéma) : la fréquentation moyenne des salles de cinéma est de onze fois par an.

Cette donnée générale moyenne résulte d'une répartition équilibrée entre les jeunes qui affirment aller au cinéma avec une certaine assiduité (plusieurs fois par mois : 22%) et ceux qui le fréquentent plus rarement (une fois tous les six mois : 38%).

Il est en outre intéressant de remarquer qu'il n'existe pas de différences notables de fréquentation entre les deux sexes et entre les différentes classes d'âge. En effet, bien que la répartition de la fréquentation fasse ressortir de faibles différences, dans tous les cas, le chiffre moyen de fréquentation tourne autour de 11 à 12 fois par an. (TAB. D.1)³

¹ Cette moyenne s'élève à 15 fois par an pour les jeunes Londoniens et à 16 fois par an pour les Luxembourgeois

2.1.1 Quand ?

Les séances de cinéma du week-end attirent 42% de l'échantillon, alors que 15% seulement fréquentent les salles pendant la semaine. A cela, il faut cependant ajouter une part importante de l'échantillon (42%) qui se rend indifféremment au cinéma la semaine ou le week-end.

La séance de l'après-midi rassemble plus de la moitié de l'échantillon des personnes interrogées (67%), alors qu'entre les deux séances du soir, celle de 20 heures et celle de 22 heures, celle de 20 heures est la plus fréquentée (26% contre 7%). (TAV. D.2)¹

Dans ce cas, il est intéressant de s'attarder sur les différences qui ressortent de l'analyse des divergences selon le sexe et l'âge :

les filles, par rapport aux garçons, ont tendance à préférer les séances de l'après-midi.

quand l'âge augmente, on préfère en revanche les séances de 20 heures et de 22heures.

¹ Au Luxembourg comme à Lisbonne, il semble en fait que les jeunes préfèrent les spectacles se déroulant en soirée.

2.1.2 Avec qui ?

Les jeunes préfèrent en premier lieu aller au cinéma avec des amis, en second lieu, avec le(la) petit(e) ami(e).

Les chiffres qui ressortent de ce tableau nous montrent que le cinéma est vu comme une activité principalement sociale (par rapport à d'autres activités pratiquées chez soi par exemple, comme la lecture, la télévision, la radio, etc...); ainsi le pourcentage des personnes interrogées déclarant se rendre seules au cinéma est quasiment inexistant (1%).

Un autre chiffre est digne d'intérêt : 4% de l'échantillon (7% chez les plus jeunes) se rendent au cinéma en famille. La famille semble avoir un rôle important dans la fréquentation des salles, ce que nous verrons aussi plus loin avec les commentaires et les discussions sur les films. (TAB. D.3)

2.2 Comment les jeunes choisissent leurs films ?

Une autre donnée très importante concerne les raisons qui poussent les jeunes à choisir tel ou tel film.

La quasi-totalité des personnes interrogées affirme aller voir un film parce qu'elles sont intéressées *par l'histoire* (87%). *La présence d'un acteur en particulier* (66%) n'est qu'une raison secondaire, et loin derrière ces deux motifs, nous trouvons *les conseils des amis* (37%) et *la publicité* (27%).

Et même si les résultats concernant *l'intérêt pour l'histoire* sont homogènes entre les sexes et les classes d'âge, il n'en est pas de même pour l'attraction suscitée par les *acteurs*. En effet, les filles, plus que les garçons, font leurs choix en fonction de la présence de leur acteur préféré dans un film (90% contre 82%).

Ceux qui choisissent un film pour le réalisateur sont en revanche peu nombreux (21%) ; là aussi, la disparité des données montre d'importantes différences : l'intérêt pour le réalisateur joue un rôle plus important chez les garçons (28% contre 16% pour les filles), et augmente avec l'âge. (TAB D.4)

2.3 Comment jugent-ils le cinéma ?

Les opinions sur le cinéma exprimées par les jeunes sont en général positives. Le cinéma de l'année écoulée est considéré comme *non superficiel* par 68% des personnes interrogées et comme *original* par 60% (donnée renforcée par 63% des personnes interrogées qui pensent que le cinéma de cette dernière année *ne manque pas d'originalité*).

60% le perçoivent comme *sensible au monde des jeunes*, même si 54% pensent qu'il n'est *pas fidèle à la réalité actuelle*⁽¹⁾

Il semble y avoir ici une contradiction : le cinéma est considéré comme plus proche des jeunes que de la réalité actuelle. Cette contradiction peut s'expliquer de la manière suivante : la réalité dans laquelle nous vivons ne comble pas complètement les jeunes. Ils sont conscients d'avoir des besoins et des exigences qui ne sont pas nécessairement liés à la réalité immédiate.

Il a en outre été demandé aux interviewés d'exprimer leur avis sur l'importance de la violence dans les films.

La plupart d'entre eux pense que le cinéma de cette dernière année n'est pas excessivement violent (57%), même si les filles sont plus sensibles à la violence que les garçons.

Le même jugement (avec les mêmes différences entre les deux sexes) est émis en ce qui concerne le recours excessif et débridé au sexe : c'est l'avis des garçons dans 27% des cas et des filles dans 41% des cas. (TAB.D.24)

⁽¹⁾ L'attention portée au monde des jeunes par le cinéma n'est pas ressentie par les jeunes londoniens et madrilènes.

2.3.1 Les genres favoris

Le genre cinématographique favori est *l'aventure, l'action* (51%), suivi du *film romantique* (43%), de *la comédie* (respectivement 34% et 28%) et du *thriller* (27%).

Les *westerns* (2%) et les *films de guerre* (5%) sont peu appréciés.

Le classement concernant les genres de films est très différent selon le sexe :

aux trois premières places du classement masculin, se trouvent *l'aventure, la comédie et le fantastique*.

le classement féminin présente l'ordre suivant : *les histoires d'amour, l'aventure et la comédie*. (TAB.D.14)

2.3.2 La qualité des films

La qualité des films sortis au cours de l'année dernière est jugée bonne par 62% des personnes interrogées. Ce jugement positif est particulièrement influencé par la prise de position des filles et des classes d'âge plus jeunes.

Les garçons, et surtout les tranches d'âge plus élevées, sont en effet un peu plus critiques, même si les pourcentages sont moins importants ; ils ont parfois jugé que le niveau des films de la dernière saison cinématographique était faible.

(TABD.23)

2.4 La salle de cinéma

Pour les garçons interrogés, les éléments les plus importants qui conditionnent le choix d'une salle de cinéma sont, par ordre d'importance : *Le bon niveau acoustique (44%), la qualité de la projection (38%), la proximité par rapport au domicile (31%), le confort des fauteuils (26%) et la facilité d'accès par les transports en commun (25%).*

Cela montre que le processus du choix de la salle dépend d'un ensemble de **facteurs en partie externes**, mais surtout des **bonnes conditions internes**.⁽¹⁾
(TAB.D.5)

2.5 Le phénomène d'identification au cinéma

De quelle manière les jeunes réagissent-ils à ce qu'ils voient au cinéma ? Dans 49% des cas, surtout chez les filles (56%), ils s'identifient aux histoires.

Si l'on confronte cette donnée avec l'affirmation que le cinéma est peu fidèle à la réalité actuelle, il semble que rêver et s'évader de la réalité quotidienne soit une nécessité pour certains jeunes.
(TAB.D.15)

⁽¹⁾ *La situation est différente dans les autres pays européens, où le choix de la salle dépend exclusivement des conditions internes ; ainsi, en plus du bon niveau acoustique, de la qualité de projection et du confort, s'ajoutent d'autres éléments comme les dimensions de la salle et de l'écran. En outre, une autre donnée importante est prise en considération à Londres, Paris et Madrid : le prix du billet.*

3. DISCUSSIONS APRES LE FILM. ROLE ET IMPORTANCE DU CINEMA

D'après de nombreuses données, il ressort que la fonction du cinéma ne s'achève pas à l'heure et demi que dure la projection du film dans le cadre du simple divertissement. Le cinéma sert aussi à stimuler la réflexion et créer des espaces de discussion avec d'autres personnes.

Les commentaires sur les films se font naturellement entre camarades de classe et entre amis (52%), mais rapidement, la réflexion se déroule en famille : d'abord avec les frères et soeurs (16%), puis avec les parents (16%). Ainsi, le cinéma, dans l'environnement familial, suscite le débat et provoque la discussion, contrairement à ce qui se passe à l'école ou dans d'autres institutions. Il suffit simplement de noter qu'1% seulement des jeunes affirme commenter les films qu'ils ont vus au cinéma avec les professeurs ou les éducateurs. (TAB.D.11)

Les jeunes interrogés pensent que le rôle du cinéma dans notre société est important car il fournit matière à réflexion sur des situations et des problèmes divers (38%), conscience qui augmente avec l'âge. Cette donnée n'exclut pas que le cinéma soit perçu comme une occasion de s'évader de la réalité (31%) ou comme un divertissement (18%).⁽¹⁾ (TAB.D.16)

A la question de savoir si le cinéma a un avenir, la plupart des jeunes répondent positivement. Cet avenir se fonde justement sur l'émotion produite par le grand écran (58%), mais aussi sur le fait qu'il s'agisse d'un moment de socialisation : il est en effet très agréable de voir un film avec beaucoup de monde (12%)⁽²⁾ (TAB.D.17)

⁽¹⁾ *Le divertissement paraît en revanche être le rôle fondamental du cinéma pour les jeunes du Luxembourg et de Londres.*

⁽²⁾ *Pour les jeunes du reste de l'Europe, la salle de cinéma est, comme nous l'avons déjà remarqué, très importante, ce que les interviewés réaffirment déclarant que l'avenir du cinéma se fonde aussi en grande partie sur la haute-fidélité du son et sur le niveau technologique des salles.*

4. LES AUTRES CHEMINS DE LA FICTION

La fiction à la télévision

En plus des films en salle, les jeunes interrogés dans cette enquête signalent qu'ils voient aussi des films à la télévision (72%) et sur cassettes vidéo (22%). Le pourcentage de ceux qui regardent des films sur les chaînes payantes ("Pay TV") est encore très faible (4%). Le pourcentage des personnes regardant des films transmis sur satellite, projetés à la paroisse, à l'école ou dans des centres sociaux est encore plus faible (3%). (TAB.D.6)

La fiction au magnétoscope

Le magnétoscope assure un rôle très important surtout en ce qui concerne le besoin des jeunes de se concentrer sur les films, besoin confirmé par le fait que 81% des personnes interrogées sont contre les interruptions publicitaires pendant le film. 91% des jeunes soutient également que le magnétoscope est un très bon moyen de visionner un film car il permet de le revoir avec calme et attention. 77% sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle le lieu importe peu si le film plaît, alors que 61% affirment que pour apprécier véritablement un film, il est indispensable de le voir au cinéma, contre 62% qui pensent qu'il est plus pratique de voir certains films à la télévision.

72% sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle le cinéma procure des sensations que d'autres arts ne suscitent pas.

(TAB. D.7)

96% des personnes interrogées possèdent un magnétoscope. 4% seulement des jeunes déclarent posséder moins de 10 cassettes vidéo, alors que 67% affirment en avoir entre 10 et 50 chez eux. (TAB.D.8)

Le magnétoscope est très utilisé par les jeunes. Plus qu'ils ne louent des cassettes vidéo, les jeunes enregistrent les films programmés à la télévision : c'est la fonction principale du magnétoscope pour 61% des interviewés.

Cette habitude répandue d'enregistrer des films et des programmes télévisés pour les voir ensuite à un autre moment que celui de l'heure de sa programmation concorde avec le besoin des jeunes d'organiser leur temps libre, mais surtout, de regarder les films qu'ils ont choisis avec calme, attention et sans interruption.

28% des personnes interrogées affirment louer souvent des cassettes vidéos dans des vidéothèques et 37% en louent quelquefois. A cela, il convient d'ajouter un autre pourcentage de jeunes qui regardent des cassettes vidéo louées par un des membres de leur famille (21% souvent et 38% quelquefois) ou bien par des amis (17% souvent et 51% quelquefois). L'achat personnel ou familial est plus faible. (TAB.D.10)

27% des jeunes déclarent dépenser moins de 15 mille liras par mois pour les cassettes vidéo et 37% affirment dépenser entre 15 et 30 mille liras par mois. Ces chiffres relatifs aux dépenses confirment ce qui a été précédemment dit: la fonction principale du magnétoscope est d'enregistrer des programmes télévisés. (TAB. D.50)

5. TELEVISION ET RADIO

5.1 La télévision

Le nombre d'heures que les jeunes déclarent passer devant la télévision est très faible, deux heures par jour en moyenne. Cet élément correspond d'ailleurs au peu de temps libre dont disent disposer les jeunes . (TAB.D.41)

L'immense majorité des jeunes (80%) choisissent une chaîne télévisée particulière parce qu'elle diffuse un film: le cinéma s'affirme comme étant le produit télévisé le plus regardé et le plus apprécié des jeunes.

47% d'entre eux déclarent regarder des programmes musicaux à la télévision et 34% suivent des programmes sportifs. L'information télévisée est regardée par seulement 29% des jeunes interrogés.

En fin de classement, nous trouvons les programmes de divertissement comme les jeux télévisés (4%), les programmes culturels (6%), les émissions sur des sujets d'actualité, les programmes de variétés et les talk show (8%).

En ce qui concerne les préférences à la télévision, il y a quelques différences selon le sexe de la personne interrogée :

Le pourcentage des femmes dépasse celui des hommes pour ce qui est de regarder des films, des émissions musicales, des téléfilms/films adaptés pour la télévision, des feuilletons/soap opera et des talks show (émissions de société).

Le pourcentage des hommes est supérieur à celui des femmes pour ce qui est de regarder des émissions sportives, des documentaires et des émissions satiriques à la télévision.

(TAB. D.42)

5.2 La radio

La moyenne d'écoute quotidienne de la radio est semblable à celle de la télévision, c'est-à-dire environ deux heures par jour. En effet, si 37% des jeunes écoutent la radio entre une heure et trois heures par jour, 32% l'écoutent moins d'une heure par jour et 11% affirment ne jamais l'écouter.

Il est intéressant de remarquer que les filles écoutent plus souvent la radio que les garçons: la moyenne d'écoute s'élève à 2,2 heures par jour pour les filles et descend à 1,6 heures par jour pour les garçons.

(TAB. D.43)

68% de l'échantillon sélectionné affirment choisir une station de radio pour écouter de la musique légère, ce qui est surtout vrai pour les filles (74% contre 60% pour les garçons).

31% des jeunes allument la radio car ils sont intéressés par le sport, et là, les garçons sont naturellement plus nombreux (49% contre 19% des filles).

30% choisissent une station de radio pour suivre des programmes de divertissements, 20% pour écouter les nouvelles, 13% pour écouter de la musique classique et 11% pour suivre des programmes d'information.

(TAB. D.44)

6. LE RAPPORT DES JEUNES AVEC LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

En ce qui concerne les relations des jeunes italiens avec les nouvelles technologies, en partant du monde de l'informatique jusqu'à celui des nouvelles formes de télévision, la donnée importante est que *Plus de la moitié des élèves interrogés utilisent l'ordinateur, à différents titres, au moins quelquefois.*

L'utilisation la plus répandue, pour 65% des personnes interrogées, concerne les jeux vidéos, vient ensuite l'écriture vidéo, pratiquée par 52% des interviewés, suivie de l'utilisation de l'ordinateur à d'autres fins.

Le réseau télématique est utilisé par un pourcentage plutôt faible de jeunes : 23% utilisent quelquefois Internet et 13% se servent du courrier électronique (e-mail).

Environ 4% affirment utiliser fréquemment le téléphone portable et 40% affirment l'utiliser au moins quelquefois. 23% des personnes interrogées regardent la télévision payante. (TAB. D.45)

Les hommes, plus que les femmes, utilisent, pour différentes raisons, l'ordinateur, surtout pour les jeux vidéo; cela s'explique vraisemblablement par le fait que le marché des jeux vidéo est plus masculin, marché constitué de genres qui s'adressent totalement ou pour partie aux exigences de compétition et d'action, plus répandues chez les hommes.

7. LE CINEMA ET LES LIVRES

Le rapport entre les films et les romans dont ils sont tirés intéresse peu les jeunes de prime abord : 55% de l'échantillon dit ne pas faire attention au fait qu'un film soit adapté d'un roman.

27% quoiqu'il en soit affirment qu'ils vont d'abord voir le film et lisent ensuite le livre si le film leur a plu. L'effet d'attraction du film par rapport au roman est plus fort que dans le sens inverse : 18% vont voir un film tiré d'un roman seulement après l'avoir déjà lu. (TAB. D.34)

Ce rapport prioritaire du cinéma par rapport à la littérature est confirmé par les appréciations de la transposition d'un roman au cinéma: 52% des jeunes affirment en effet que *le cinéma peut aider à faire connaître les chef d'oeuvres de la littérature auprès des jeunes*. (TAV. D.36)

A la question *es-tu déçu par les films tirés de romans que tu as déjà lus ?*, l'échantillon se divise en deux groupes exactement équivalents : 49% répondent oui et 51% non.

On peut invoquer plusieurs raisons pour lesquelles ils ne sont pas déçus: d'une part, le film les aide à mieux comprendre le roman (34%) et d'autre part, il a confirmé certaines impressions concernant les personnages lors de la lecture (15%). L'effet attractif du cinéma par rapport à la littérature ressort encore, car si le livre ne parvient pas parfaitement à rendre l'atmosphère et l'ambiance, le cinéma peut parfaitement remplir ce rôle.

La déception est en revanche due à l'incapacité des acteurs à restituer la psychologie des personnages (23%) et à l'adaptation superficielle du roman (25%). (TAB. D39).

Un autre élément intéressant est que pour 57% des jeunes, la vision d'un film suscite plus d'émotion que la lecture d'un roman (24%) ou d'une poésie (11%). (TAB. D.33)

Et malgré cela, 64% d'entre eux partagent l'affirmation selon laquelle *le livre laisse une place plus grande à la fantaisie du lecteur que le film ne le fait pour le spectateur*. (TAB. D.38)

Roméo et Juliette est, selon les jeunes interrogés, le plus beau film tiré d'un roman. Nous trouvons ensuite, pour nommer les principales œuvres citées, à la deuxième place *Va dove ti porta il cuore*, ex-quo avec *Le nom de la rose*. A la troisième place, *Autant en emporte le vent*, à la quatrième place, *La lettre écarlate* et à la cinquième place, *La maison des esprits*.

Si l'on analyse les données selon le sexe, nous remarquons que les garçons placent en première position *Le nom de la rose*, qui se trouve seulement à la quatrième place dans le classement féminin. (TAB. D.40)

7.1 Le cinéma et les revues

77% des personnes interrogées affirment lire les critiques de cinéma dans les journaux ou dans les revues spécialisées.

Ce sont les filles qui semblent s'intéresser le plus au cinéma par la lecture des journaux, même si en réalité, si l'on étudie la fréquence avec laquelle elles lisent les critiques, elles sont moins assidues que les garçons.

Le pourcentage élevé des personnes lisant les critiques s'explique substantiellement si l'on analyse la manière dont les jeunes l'utilisent. 47% y cherchent des éléments et des suggestions pouvant les aider à opter pour un film déterminé. 24% recherchent un avis sur le film et 28% recherchent un résumé de l'histoire.

Si l'intérêt pour la recherche, dans une critique, d'un avis et d'éléments de réflexion sur le film croît avec l'âge, le phénomène inverse se produit si l'on regarde le rapport entre l'attention que suscite la critique et le résumé qu'elle propose. (TAB.D.31)

8. CINEMATOGRAPHIES ET FILMS. ACTEURS ET METTEURS EN SCENE PREFERES

8.1 La production cinématographique

Il a d'abord été demandé aux jeunes quelle était la cinématographie qu'ils connaissaient, puis d'exprimer leur préférence parmi les productions des différents pays.

Les deux cinématographies les plus connues sont : la cinématographie italienne (95%) et la cinématographie américaine (84%). Suivent la cinématographie anglaise, connue par la moitié des interviewés, et la cinématographie française connue par 20% des sondés. Toutes les autres cinématographies sont loin derrière. (TAV.D.18)

En ce qui concerne leurs préférences, le cinéma américain est plébiscité par 78% des jeunes interviewés.

Un premier élément notable concerne le cinéma italien, qui est celui que préfèrent 72% de l'échantillon.

Toutes les autres cinématographies sont loin derrière les deux premières. Il est intéressant de noter toutefois un certain attrait pour le cinéma anglais chez 27% des interviewés. (TAV.D.19)

Il a ensuite été demandé aux jeunes de résumer leur jugement sur les cinématographies américaine et européenne, en indiquant, parmi une série d'adjectifs proposés, quels étaient les mieux adaptés à décrire l'une et l'autre.

Deux tendances assez nettes et dans un certain sens opposées en ressortent:

le cinéma américain est de pur divertissement: il est en effet décrit comme "créatif" (37%), "agressif" (34%), "agréable" (33%), "divertissant" (30%) et "superficiel" (21%).

le cinéma européen est en revanche perçu comme un divertissement plus sérieux qui pousse aussi à la réflexion. En effet, il est défini comme étant “agréable” et “divertissant” (36%), “artistique” (29%), “créatif” (26%), et “sérieux” (25%).

Cette opposition semble également être renforcée par le fait que l’adjectif “ennuyeuse” qualifie la production américaine dans 3% des cas, alors que le cinéma européen l’est pour 13% des interviewés. (TAV. D.20/21)

8.2 Les films

8.2.1 Le plus beau film de 1998

A la question “quel est le film qui t’a le plus frappé cette dernière année”, les jeunes ont répondu de manière suivante : 38% ont placé *Titanic* au premier rang, et 14% ont placé *La vie est belle* au second rang.

Ensuite, les réponses sont très disparates.

Il est intéressant de noter qu’au second rang, nous trouvons aussi un film italien (qui suit immédiatement le grand succès de l’année) et deux autres films italiens dans les dix premières places: *Tre uomini e una gamba* et *Ovosodo* (TAV.D.22)

8.2.2. Le plus beau film de ta vie

D’après ce tableau, nous pouvons dire que la disparité est encore plus accentuée, à tel point que même aux premières places, l’on obtient des pourcentages très faibles.

Les films qui ont le plus marqué les jeunes sont deux films assez sérieux *Le cercle des poètes disparus* et *La liste de Schindler*.

Il est intéressant de remarquer qu’ici aussi apparaissent dans les dix premières places deux films de production italienne, *Il ciclone* et *La vie est belle*. (TAV.D.22)

8.3 Les acteurs préférés

Les acteurs que les jeunes préfèrent sont Leonardo Di Caprio et Brad Pitt, même si leur place en première position est considérablement renforcée par l'opinion des filles; les garçons en effet préfèrent Bruce Willis, Robin Williams, Robert De Niro et Roberto Benigni, seul Italien parmi les quinze premiers.

L'actrice la plus aimée (surtout chez les filles) est Julia Roberts, suivie de Demi Moore et Sharon Stone. Aucune actrice italienne n'apparaît parmi les quinze premières classées. (TAV.D.25)

8.4. Les réalisateurs les plus appréciés

Dans le classement des réalisateurs les plus appréciés, le cinéma italien obtient aussi de très bons résultats.

Si la première place revient à Steven Spielberg et la seconde, à laquelle on pouvait s'attendre après l'énorme succès de *Titanic*, à James Cameron, nous trouvons aux dix premières places cinq réalisateurs italiens. En effet, Leonardo Pieraccioni est en troisième position, Carlo Verdone à la cinquième, Dario Argento à la sixième, Roberto Benigni à la septième et Nanni Moretti à la neuvième. (TAV.D.26)

9. Quel métier choisirais-tu dans le cinéma?

L'importance attribuée au cinéma, de par sa capacité à explorer la réalité et surtout l'univers des jeunes, est sans doute la raison pour laquelle 54% des jeunes sont intéressés par le métier de réalisateur.

Ce qui les attire le plus dans cette profession, c'est la possibilité d'exprimer leurs idées (46%) et le plaisir de créer (38%). Il est rare qu'ils déclarent être attirés par la possibilité de gagner de l'argent ou l'espoir de devenir célèbre (4%). (TAV.D.28)

C'est probablement pour la même raison que 53% des jeunes affirment qu'ils souhaiteraient écrire un scénario de film. Le thème qu'ils aborderaient en premier lieu serait précisément les problèmes des jeunes, leur psychologie (20%). Viendrait ensuite le thème de l'évasion (peu cependant) avec des histoires d'amour (13%), puis l'engagement politique et social (8%), et enfin, les habitudes et la vie quotidienne (8%). (TAV.D.37)

69% des jeunes souhaiteraient devenir acteur. Là aussi, ce qui les attire ne semble pas être la possibilité de gagner de l'argent ou l'espoir de devenir célèbre (13%), mais plutôt celle d'interpréter des personnages et des rôles différents (44%). (TAV.D.27)

A la question "Si tu faisais partie d'une équipe de cinéma, dans quel secteur aimerais-tu travailler?", les jeunes interviewés ont répondu de la façon suivante : premièrement, faire partie du *cast* (37%), deuxièmement travailler aux effets spéciaux (34%), troisièmement être réalisateur (25%), quatrièmement être scénariste (19%), cinquièmement écrire des musiques de films (19%), sixièmement faire les costumes (17%), septièmement réaliser les décors (14%), huitièmement s'occuper de la photographie (12%), neuvièmement travailler dans la production (11%), et enfin, faire le montage (4%). (TAV.D.29)

10. ECOLE ET CINEMA

Depuis longtemps il est question d'intégrer dans les programmes scolaires des matières davantage liées au monde de la culture auquel les jeunes sont confrontés au quotidien : télévision, ordinateur, cinéma, journaux.

Bien que de nombreuses tentatives aient été faites dans ce sens, le monde des médias reste encore étranger à l'école et ne parvient pas à être intégré dans les programmes et les matières d'enseignement.

Les jeunes n'ont pourtant pas d'hésitation : parmi les domaines qu'ils souhaiteraient voir enseignés à l'école, ils placent en premier lieu l'utilisation de l'ordinateur (38%), suivi des cours de

théâtre (21%), la production vidéo (19%), la lecture critique des journaux (12%) et enfin, l'histoire du cinéma (9%). (TAV.D.13)

Le fait que seuls 38% des jeunes affirment que dans leur classe, quelques heures sont régulièrement consacrées à la vision ou au commentaire de films montre combien le cinéma est encore loin de l'école.

Comment se déroulent ces moments de rencontre entre école et cinéma? Dans la majeure partie des cas, le professeur propose un film qui est ensuite commenté par tous les élèves (52%), ou bien la classe va au cinéma pendant les horaires de cours, puis le film est commenté en groupe (30%). Les cours consacrés à l'explication et au commentaire de films sont plus rares (9%). (TAV.D.12)

11. ELEMENTS DE SYNTHÈSE

Parmi les nombreuses activités qu'ils pratiquent durant leur temps libre, le cinéma semble être le passe-temps favori des jeunes interviewés. 90% le placent en première position, avant même les concerts de musique classique ou rock.

Mais cette préférence ne coïncide pas toujours avec la fréquentation effective des salles. En effet, aller au cinéma ne se place pas au premier rang des activités les plus courantes ; on trouve plutôt des activités que l'on peut pratiquer chez soi, peu onéreuses, comme écouter de la musique, voir des amis, regarder la télévision.

Pour ces jeunes, aller au cinéma est une activité salubre, que l'on pratique en moyenne une fois par mois : en effet seuls 21% d'entre eux déclarent fréquenter les salles plusieurs fois par mois, alors que 38% affirment s'y rendre une fois par mois et autant déclare ne pas y aller plus de deux fois par an.

La raison qui explique l'écart existant entre l'envie d'aller au cinéma et la fréquentation effective sont des raisons économiques. Les jeunes disposent en moyenne de 80 mille lire par

mois, c'est pourquoi la plupart des activités pratiquées par les jeunes durant leur temps libre ne nécessite aucune dépense.

Le cinéma est vécu comme un moment de sociabilité : c'est une activité qui se déroule surtout entre amis, pendant le week-end. Mais bien qu'il soit considéré comme un moment de divertissement, le cinéma sert aussi à stimuler la réflexion et l'on peut dire que la motivation principale pour le choix d'un film en est le sentiment de proximité que les jeunes ressentent pour l'histoire.

Dans l'ensemble, les opinions des jeunes sur le cinéma sont positives : il est considéré comme original et non superficiel, mais surtout il est capable d'interpréter l'univers des jeunes, plus encore que la réalité dans laquelle nous vivons.

Les genres qu'ils préfèrent sont fortement conditionnés par le sexe des interviewés : les garçons aiment surtout les films d'aventure, les films comiques et la science-fiction ; les filles préfèrent les histoires d'amour.

Outre le contenu des films, les caractéristiques des salles de cinéma sont également importantes, et surtout le niveau acoustique, la qualité des projections et le confort.

La plupart du temps, les films sont commentés entre amis, mais aussi en famille. Le débat à l'école est en revanche rare. Les moments consacrés à la vision ou au commentaire de films en milieu scolaire sont peu nombreux.

D'autre part, l'école est éloignée de toutes les activités pratiquées par les jeunes pendant leur temps libre et qu'ils souhaiteraient voir intégrées dans les programmes scolaires, comme par exemple l'utilisation de l'ordinateur, les cours de théâtre ou la vidéo.

Les jeunes pensent que dans notre société, le rôle du cinéma est très important parce qu'il permet de réfléchir à différentes questions. Cela n'exclut pas qu'il soit aussi considéré comme une possibilité de s'évader de la réalité ou comme un pur divertissement. 85% des jeunes pensent ainsi que le cinéma a de l'avenir car il est essentiellement fondé sur l'émotion que renvoie le grand écran.

Le cinéma est apprécié des jeunes sur grand écran mais aussi sur petit écran. Les films sont effectivement les programmes les plus suivis à la télévision.

Le magnétoscope, dont 96% des interviewés sont dotés, a pour principale fonction d'enregistrer les programmes de télévision. Cela correspond au besoin qu'ils ont de planifier leur temps libre, mais aussi de voir le programme qu'ils ont choisi. 81% des interviewés se sont déclarés contre les interruptions publicitaires durant le film.

L'utilisation des nouvelles technologies par les jeunes, même si elle est en augmentation, est encore assez limitée. Le seul instrument largement utilisé est l'ordinateur qui leur sert surtout pour les jeux vidéo.

Le rapport entre cinéma et littérature confirme aussi le rôle prépondérant du cinéma. En effet, si plus de la moitié de l'échantillon affirme ne pas tenir compte du fait qu'un film est adapté d'un roman, une bonne partie dit être incitée à lire le livre dont a été tiré le film si celui-ci lui a plu. Le contraire est plus rare.

Roméo et Juliette est le plus beau film adapté d'un roman, suivi de *Va dove ti porta il cuore* et *Le nom de la rose*.

Le cinéma généralement le plus apprécié est le cinéma américain, même si 72% des jeunes interviewés déclarent aussi apprécier le cinéma italien.

Les avis exprimés sur le cinéma américain et européen font ressortir deux tendances opposées : le cinéma américain est purement un divertissement, alors que le cinéma européen est plus sérieux.

Concernant les films les plus appréciés, il faut remarquer l'extrême disparité des réponses. En tout état de cause, les films considérés comme les plus beaux de leur vie sont *Le cercle des poètes disparus* et *La liste de Schindler*, deux films peu légers et plutôt éloignés du simple divertissement. *Titanic* et *La vie est belle* sont les films les plus aimés de ces derniers temps, ce qui constitue une reconnaissance pleine et entière du cinéma italien.

Près de la moitié des jeunes aimeraient devenir réalisateur « pour pouvoir exprimer leurs idées et créer ». Le métier d'acteur est choisi par 69% des jeunes, surtout pour pouvoir « interpréter des personnages et des rôles différents ».

Mais d'autres métiers du cinéma intéressent aussi les jeunes, comme travailler aux effets spéciaux ou écrire des scénarios qui porteraient sur les problèmes des jeunes.

GRINZANE EUROPA 98

LES JEUNES D'EUROPE : CINEMA ET LITTERATURE

DU POINT DE VUE LUXEMBOURGEOIS

INTRODUCTION

Le mérite de l'enquête effectuée par le Prix GRINZANE EUROPA est d'étudier les comportements des jeunes face aux médias et en particulier face au cinéma. Après une éclipse durant les années soixante-dix et quatre-vingts, le cinéma vit actuellement une deuxième jeunesse, du moins au Luxembourg. Il est donc très intéressant de connaître le taux de fréquentation des jeunes, les raisons qui dictent leurs choix, le genre de films qu'ils regardent et bien d'autres détails sur leurs pratiques concernant l'usage des médias.

Les réponses des élèves des six capitales européennes au questionnaire apportent des éléments d'information dans ce domaine. Il faut cependant se garder de trop généraliser les données obtenues vu que les échantillons ne sont pas nécessairement représentatifs de la jeunesse des pays respectifs et, de plus, ne sont pas tout à fait comparables entre eux.

Echantillon

Les élèves luxembourgeois qui ont participé à l'enquête appartiennent pour moitié à l'enseignement secondaire général et pour moitié à l'enseignement secondaire technique. Ceci constitue une légère distorsion parce qu'en réalité les élèves de l'enseignement technique sont proportionnellement plus nombreux.

De plus, les élèves de nationalité étrangère sont probablement sousreprésentés au niveau de l'échantillon. En effet ils constituent 26% des jeunes de l'échantillon luxembourgeois (père né à l'étranger). Quoique ce taux soit un des plus élevés de tous les échantillons (à l'exception de celui de Londres avec 28,7%), il ne reflète pas encore la réalité nationale (37% des jeunes sont d'origine étrangère au Luxembourg).

Si on compare notre échantillon avec celui des autres capitales on relève les différences suivantes:

- les jeunes Luxembourgeois sont en moyenne plus âgés: dans la tranche d'âge des élèves de 14-15 ans il n'y a que 3,5% d'élèves luxembourgeois alors que dans les groupes des élèves de Rome, Londres et Madrid plus d'un tiers des élèves appartient à cette catégorie;
- le groupe luxembourgeois est composé à parts égales de filles et de garçons, ce qui n'est pas le cas dans les échantillons de Rome, Lisbonne et Paris où il y a une nette prédominance des filles;
- parmi les jeunes Luxembourgeois interrogés dans l'enquête, seulement 44% habitent dans la ville de Luxembourg, tandis que les jeunes des échantillons des autres pays habitent pour la plus grande partie dans les capitales respectives; beaucoup de jeunes de l'échantillon luxembourgeois n'appartiennent pas à un milieu urbain typique;

- il semble qu'en moyenne les jeunes Luxembourgeois situent leur famille dans un milieu social plus élevé que la plupart des autres jeunes Européens.

Il est clair que, au vu de ces différences dans l'échantillonnage, les comparaisons qu'on pourra faire entre les différents groupes nationaux ne peuvent être qu'indicatives et permettent tout au plus de relever des tendances. Des traitements statistiques ultérieurs seront nécessaires pour obtenir des résultats tout à fait fiables.

Dans l'immédiat nous nous sommes limités à relever ici les ressemblances et les différences les plus importantes qu'on peut constater entre les jeunes luxembourgeois et les jeunes des autres capitales ayant participé à l'enquête.

Ressemblances entre les jeunes Luxembourgeois et les jeunes des autres capitales

Dans différents domaines les jeunes Luxembourgeois ont les mêmes goûts, les mêmes opinions et les mêmes comportements face au cinéma que les jeunes des autres capitales. Ceci vaut notamment pour les critères de sélection des films qu'ils vont voir: en premier lieu, ils choisissent un film pour son contenu, ensuite pour les acteurs et en troisième place à la suite des conseils de leurs amis (D4).

On ne trouve pas non plus de différences en ce qui concerne le genre de films que les jeunes Luxembourgeois préfèrent aller voir: ce sont partout des films d'aventure et d'action, ensuite des histoires d'amour et des films comiques ou des comédies (D14). Un des films qui a marqué le plus de jeunes de tous les groupes durant la dernière année et même au cours de leur vie était le film "Titanic" (D22)

En ce qui concerne les jugements portés sur le niveau et les caractéristiques des films de la dernière année, les Luxembourgeois ne se distinguent pas non plus des autres jeunes. Ils trouvent que le niveau de ces films est bon, qu'ils ne sont pas trop violents, s'occupent du monde des jeunes, sont créatifs, ne manquent pas d'originalité et ne réservent pas de place exagérée au sexe. (D23/D24)

Comme la plupart des autres jeunes, les Luxembourgeois passent leur temps libre d'abord à écouter de la musique, à regarder la télévision, à parler au téléphone et à lire des livres. (D47)

Il est intéressant de constater qu'en général les jeunes ne voient pas d'opposition entre le cinéma et la lecture: ils réussissent à trouver le temps aussi bien pour la lecture que pour le cinéma (D32). Beaucoup sont même d'avis que la relation entre littérature et cinéma peut favoriser les deux arts (D36). Ils voient cependant les avantages et les désavantages respectifs du film et du livre: 2/3 des jeunes disent que le cinéma provoque plus d'émotions que le livre (D33); d'un autre côté le film ne laisse pas autant de place à la fantaisie que le livre. (D38)

Différences entre les jeunes Luxembourgeois et les jeunes des autres capitales

- Les jeunes Luxembourgeois semblent fréquenter davantage que les autres jeunes les salles de cinéma: 40% parmi eux vont au cinéma plus d'une fois par mois, voire une ou plusieurs fois par semaine; les pourcentages correspondants sont nettement inférieurs pour tous les autres groupes. L'explication de ce phénomène n'est pas évidente; est-ce dû à l'âge moyen supérieur ou au fait qu'en dehors du cinéma, la ville de Luxembourg n'a que peu de distractions à offrir aux jeunes? (D1)
- la différence d'âge explique probablement aussi le phénomène que les jeunes Luxembourgeois préfèrent les séances du soir pour aller au cinéma alors que les autres groupes préfèrent la séance de l'après-midi; ils préfèrent nettement y aller à la fin de la semaine, c'est-à-dire les seuls soirs où ils n'ont pas d'école le lendemain (D2);
- les jeunes de toutes les capitales vont surtout au cinéma avec leurs ami(e)s. A Luxembourg il est frappant d'observer que plus de 20% des jeunes y vont également avec leurs petit(e)s ami(e)s, alors que les pourcentages correspondants pour les autres groupes nationaux sont nettement inférieurs. Sans doute, c'est encore l'âge qui donne la clef de ce phénomène (D3). Il en découle évidemment que les jeunes de la ville de Luxembourg discutent aussi davantage avec leurs petit(e)s ami(e)s sur les films qu'ils ont vus que ne le font leurs pairs dans les autres capitales (D11);
- le choix de la salle de projection est surtout conditionné chez les jeunes Luxembourgeois par le confort des fauteuils, le bon niveau acoustique et la qualité de la projection et moins par le prix des places, la proximité du domicile ou la facilité d'accès par les transports publics; (D5)
- en dehors des salles de cinéma les jeunes Luxembourgeois regardent les films surtout à la télévision alors que les vidéocassettes jouent un rôle marginal; il ne faut pas oublier que la ville de Luxembourg dispose de nombreuses chaînes françaises, allemandes et même anglaises de sorte que les jeunes ont un choix considérable de films à la télévision (D6); ils possèdent cependant moins souvent un magnétoscope que les autres (D8) et s'ils veulent voir un film sur vidéocassette, ils préfèrent l'enregistrer à la télévision plutôt que de le louer dans une vidéothèque (D10).
- les jeunes Luxembourgeois sont nettement d'avis qu'il faut voir les films dans une salle de cinéma pour les apprécier vraiment; ils pensent aussi - tout comme les jeunes de Lisbonne et de Paris - que le cinéma procure des émotions que les autres arts n'offrent pas (D7); puisqu'ils semblent fréquenter davantage les salles de cinéma que leurs copains des autres capitales, il n'est pas étonnant qu'ils manifestent un intérêt supérieur pour l'histoire du cinéma qu'ils aimeraient avoir comme matière d'enseignement (D13);

- en général tous les jeunes attribuent un rôle important au cinéma, mais les jeunes Luxembourgeois et les jeunes Londoniens sont un peu plus réservés. Ces deux groupes de jeunes considèrent le cinéma essentiellement comme source de divertissement alors que les jeunes de Lisbonne et de Madrid s'intéressent surtout aux problèmes soulevés par les films et les jeunes Parisiens y voient un moyen de s'évader de la réalité (D16);
- plus de 90% des jeunes Luxembourgeois croient à l'avenir du cinéma ce qui les met en tête de tous les groupes de jeunes; parmi les arguments avancés en faveur du cinéma ils mentionnent - avec les jeunes Londoniens - plus fortement que les autres groupes le côté social (le plaisir de voir un film en compagnie de beaucoup de spectateurs) et le côté technique (D17);
- les jeunes Luxembourgeois l'emportent sur leurs pairs dans la connaissance de la cinématographie de plusieurs pays; vu leurs connaissances linguistiques en français, en allemand et en anglais et la disponibilité de films dans ces trois langues à la télévision, mais aussi dans les salles de cinéma, ce phénomène est bien compréhensible (D18/19); en l'absence d'une cinématographie nationale d'envergure, ils semblent préférer en premier lieu les films américains, tandis que les jeunes des autres capitales préfèrent normalement les films de leur propre pays;
- en comparaison avec les jeunes des autres capitales, les jeunes Luxembourgeois citent moins souvent des acteurs, des actrices ou des réalisateurs préférés (non-réponse: resp. 26%, 37% et 50%) (D25/D26). Quand ils choisissent des acteurs préférés, les jeunes luxembourgeois aiment particulièrement voir l'acteur d'action Bruce Willis et la "jeune star" du Titanic Leonardo di Caprio; comme actrices ils préfèrent entre autres Sandra Bullock, Sharon Stone, Julia Roberts et Demi Moore; les réalisateurs qu'ils aiment particulièrement, comme d'ailleurs tous les jeunes de l'enquête, sont d'abord Steven Spielberg et en deuxième place le réalisateur du "Titanic", James Cameron;
- moins que les jeunes des autres capitales, les élèves luxembourgeois aimeraient devenir acteurs ou metteurs en scène; pour des jeunes fréquentant beaucoup les salles de cinéma c'est du moins étonnant. Mais ne serait-ce pas le fait qu'à Luxembourg il est particulièrement difficile d'embrasser ces carrières et que c'est plutôt une bonne portion de réalisme plutôt qu'un désintérêt de la part des jeunes Luxembourgeois qui est responsable de ces réponses? (D27/D28). Dans le même ordre d'idée on comprend que les jeunes Luxembourgeois désirent moins que les autres écrire un scénario (D37);
- le comportement des jeunes Luxembourgeois à l'égard de la télé et de la radio semble en général les différencier des autres groupes: ils regardent moins longtemps la télé et écoutent moins la radio (D41/D43). Le genre des émissions de télé qu'ils regardent est assez semblable à celui des autres (en premier des films, ensuite du sport et de la musique), à l'exception des reportages qui

trouvent davantage leur faveur. Dans le choix des programmes de radio on constate une analogie: en général il n'y a pas de grosse différence par rapport aux autres jeunes (pour la plus grande majorité de la musique légère), sauf en ce qui concerne les programmes d'information qu'ils écoutent davantage (D44);

- en ce qui concerne l'usage des moyens de communication, les jeunes Luxembourgeois se distinguent par l'usage fréquent du fax et du téléphone portable, ainsi que de l'Internet et de l'e-mail, ce qui reflète sans doute le niveau socio-économique élevé du pays (D45); leur argent de poche est d'ailleurs le plus élevé de tous les groupes (D49);
- les jeunes Luxembourgeois disposent de plus de temps libre par jour ouvrable que leurs copains et ils en profitent pour aller au cinéma, au café, à la discothèque, pour faire du sport et pour passer le temps avec leurs copains et leurs petit(e)s ami(e)s (D46/D47); les Luxembourgeois semblent utiliser leur argent de poche pour fréquenter les discothèques et les cafés plutôt que pour acheter des disques, des vidéocassettes ou des livres (D50).

Conclusions

L'enquête montre que beaucoup de comportements des jeunes sont assez semblables à travers l'Europe. Les jeunes ont tendance à profiter des différents médias. Ils vont beaucoup au cinéma, regardent la télévision et ont recours à l'internet. Le cinéma leur permet de s'évader de leur environnement journalier monotone.

Les différences observées au niveau des différents échantillons s'expliquent le plus souvent par les différences d'ordre socio-économique ou des variables biographiques comme l'âge ou le sexe.

Il est frappant d'observer que les comportements des jeunes Luxembourgeois ressemblent beaucoup à ceux des jeunes des autres capitales, en dépit du fait que la ville de Luxembourg, en comparaison avec toutes les autres capitales, fait figure de petite ville. Malgré sa faible population, l'offre culturelle y est abondante et toutes proportions gardées, comparable à celle des grandes métropoles.

Les comportements culturels des jeunes des différentes capitales sont des indicateurs pour un espace socio-culturel commun qui est en train de naître en Europe. Par conséquent l'expérience culturelle constitue un facteur important dans la construction identitaire des jeunes. C'est pourquoi la réalisation d'études quantitatives et qualitatives sur le comportement des jeunes dans le domaine culturel devient une nécessité.

GRINZANE EUROPA 98

LES JEUNES D'EUROPE : CINEMA ET LITTERATURE

DU POINT DE VUE PORTUGAIS

INTRODUCTION

L'analyse critique et comparative des données issues de l'enquête "Grinzane Europa'98. Les Jeunes d'Europe: Littérature et Cinéma" n'est pas une tâche facile. Les données sont multiples et variées et les réponses, il faut les croiser les unes avec les autres pour réussir à extraire l'information que permettra de construire quelques conclusions.

On a étudié d'abord les résultats de Lisbonne, non seulement les totaux présentés mais, surtout, les différences que permettent de trouver les particularités de chaque culture: les variations entre garçons et filles, entre différentes âges, etc. en essayant, toujours, de comprendre les relations de cette information avec la constante de l'enquête: la fréquence du cinéma.

Pour l'ensemble des villes européennes certaines analyses plus minutieuses étaient impossibles de concrétiser à cause de l'absence de détails pareils à ceux qu'existent pour Lisbonne. La présentation des sommes et des valeurs moyennes cachent, fréquemment, des dissemblances imperceptibles qu'une étude plus profonde permettrait de souligner.

Pour faire voir les résultats de l'analyse, le choix a été de présenter l'information d'une façon neutre, objective et sans commentaires, organisée dans une structure thématique que permet de grouper les réponses appartenant à des thèmes proches. Seulement dans la conclusion ces résultats seront encadrés dans un contexte explicatif plus profond.

Une analyse plus complexe a été possible pour Lisbonne et, pour cela, l'information concernant cette ville est toujours la première à être présentée. Après, si les résultats des autres villes sont différents ou si, par une raison particulière, quelques résultats méritent d'être soulignés, alors on ajoute cette analyse. Quand il n'y a que des références à Lisbonne, alors ça veut dire que la situation présentée pour cette ville est applicable aux autres, avec des petites variations de pourcentage.

Toutes les réponses ont été analysées et chacune d'entre elles, à sa façon, a contribué pour ce rapport. Si quelques unes méritent plus d'évidence qu'autres ça ne se doit pas à un jugement préconçu et subjectif mais à une nécessité de n'oublier jamais de diriger l'information vers le thème souverain de l'enquête: "Les jeunes d'Europe: Cinéma et Littérature".

I – Lisbonne: les jeunes de l'enquête

1. L'échantillon

1.1. Total – 352

- Garçons – 129 (36.6)
- Filles – 222 (63.1)

1.2. Âges

- 14 – 15 ans – 58 (16.0) - Garçons – 20 (15.5)
- Filles – 38 (17.1)
- 16 – 17 ans – 231 (65.6) - Garçons – 88 (68.2)
- Filles – 143 (64.4)
- 18 – 19 ans – 59 (16.8) - Garçons – 20 (15.5)
- Filles – 39 (17.6)
- 20 ans – 3 (0.9) - Garçons – 1 (0.8)
- Filles – 2 (0.9)

2. Quelques particularités de l'échantillon

2.1. L'âge

À Lisbonne, comme dans les autres villes européennes où cette enquête a eu lieu, les jeunes entre 16 et 17 ans vont plus au cinéma que les autres échelons présents dans l'enquête:

- une fois par semaine – 16-17 ans (40.0) et 18-19 ans (40.0)
- plus qu'une fois par mois – 16-17 (65.5) et 14-15 (18.4)
- une fois par mois – 16-17 (67.8) et 14-15 (16.1)

2.2. Le sexe

Comme dans les autres villes, à Lisbonne ce sont les filles les plus grandes habitués du cinéma. Cependant, pour la fréquence des jeunes qu'y vont toutes les semaines le pourcentage est égal: 50.0. Dans le groupe de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois nous trouvons 72.4 des filles et 27.6 des garçons, de la même façon que, pour la fréquence d'une fois par mois, il y a 65.0 de filles et 34.3 des garçons.

2.3. Le niveau socio-economique

La plupart des jeunes qui a répondu à l'enquête appartient à un niveau socio-economique moyen (45.5) ou haut-moyen (30.4). La fréquence de cinéma est plus forte dans le niveau moyen (50.0 des jeunes qui vont une fois par semaine au cinéma, 42.5 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 48.3 de ceux qu'y vont une fois par mois). Dans le niveau haut-moyen nous trouvons 20.0 des jeunes qui vont une fois par semaine au cinéma, 40.2 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 28.0 de ceux qu'y vont une fois par mois.

On trouve des situations pareilles dans les autres villes: la plus part des jeunes appartient aux niveaux socio-economiques moyen et haut-moyen et la fréquence de cinéma est, aussi, supérieure dans ces niveaux.

2.4. L'activité des parents

À Lisbonne les pères des jeunes qui fréquentent en plus le cinéma sont des entrepreneurs (17.6) ou ils ont une profession libérale (16.2). Au contraire de Lisbonne où la profession "employé" n'apparaît qu'en troisième place, dans toutes les autres villes elle est l'occupation de la plupart des pères des jeunes de l'enquête. Après on trouve les dirigeants, les entrepreneurs, les professions libérales et "autres fonctionnaires". Les fils des dirigeants sont ceux qui vont plus souvent au cinéma (18.2 – une fois par semaine), suivis des fils des employés (22.1 – plus qu'une fois par mois et 22.8 – une fois par mois).

Pour la mère la situation est un peu différente car, à Lisbonne, on trouve d'abord les ménagères (16.8) et après les employées (16.2) et celles avec des professions libérales (7.7). En général, comme à Lisbonne, les jeunes qui vont plus souvent au cinéma sont des fils des ménagères (25.5 – une fois par semaine) et après on trouve les fils des employées (22.1 – plus qu'une fois par mois).

2.5. La mensualité et les dépenses des jeunes

La plupart des jeunes de l'enquête a une mensualité entre 5000 et 10000 escudos (34.2 pour les filles et 29.5 pour les garçons) ou supérieure à 10000 escudos (31.8). Néanmoins il y en a encore beaucoup de jeunes qui reçoivent moins de 5000 (24.4) et rien du tout (8.0). Les filles reçoivent plus que les garçons et on peut établir une correspondance entre la mensualité et la fréquence du cinéma: ceux qui ont une mensualité supérieure vont plus au cinéma (70.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine, 44.8 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 35.0 de ceux qu'y vont une fois par mois). Dans le cas particulier des jeunes qui reçoivent plus que 10 000 escudos chaque

mois, Lisbonne en est en deuxième place, de la même façon que dans le cas de ceux qui ne reçoivent aucune mensualité.

Les dépenses avec le cinéma ne sont pas très élevées: à peu près la moitié d'entre eux dépense moins de 1500 escudos par mois (54.5), 11.1 ne dépense rien et seulement 27.3 dépense entre 1500 et 3000 escudos. Les jeunes qui dépensent plus avec le cinéma sont ceux qu'y vont plus souvent: 40.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine et 58.6 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois. Comme la plupart dépense très peu avec le cinéma, les pourcentages plus élevés pour ce groupe sont pour ceux qu'y vont une fois par mois (63.6) ou une fois chaque six mois (63.1). Tout à fait d'accord avec ces résultats concernant le cinéma, les dépenses avec d'autres items sont, aussi, de réduite dimension: la plus part dépense très peu (rien du tout et moins de 1500 escudos) avec le théâtre (87.8 des jeunes), journaux et magazines (83.0), videocassettes (76.7), events sportifs (74.2), concerts (66.2), livres (64.2), sport (64.0), bar/café/pub (58.8), discothèques (52.3), pizzeria/restaurant/fast food (42.9) et disques/musicassettes/CD (40.7).

II – Les jeunes et le Cinéma

3. Habitudes et Préférences

3.1. Fréquence, horaire et compagnie

La plupart des jeunes va au cinéma une fois par mois (38.0 des garçons et 41.9 des filles). Néanmoins, ce sont les filles les plus fidèles car 28.4 y va plus qu'une fois par mois (contre 18.6 des garçons) et seulement 27.0 n'y va qu'une fois chaque six mois (contre 39.5 des garçons).

La même situation de fréquence des salles de cinéma on trouve dans les autres villes. Cependant, Lisbonne est la ville où plus de jeunes y vont une fois par mois, la troisième où ils y vont plus qu'une fois par mois et la dernière où ils n'y vont jamais.

La compagnie préférée pour aller au cinéma est celle des amis (76.7) et c'est aussi avec les amis et des collègues d'école qu'on commente les films (63.6). Le fin de semaine est l'occasion préférée pour aller au cinéma (56.3).

3.2. Le choix des films – les critères

Pour choisir un film les jeunes sont plus sensibles à l'histoire du film (87.8) et seulement après viennent les acteurs (65.9) et le conseil des amis (49.4) comme critères de sélection.

Lisbonne est la ville où les jeunes donnent plus d'importance à l'histoire du film et Londres est la seule ville où les critères de choix pour les films sont différents.

Pour le choix de la salle, le plus important est la qualité de la projection (55.4), suivi du niveau acoustique (48.8) et du confort des fauteils (44.3) – dans les deux cas surtout pour les garçons.

Lisbonne est la ville où les jeunes donnent plus d'importance à la qualité de la projection et la deuxième où le niveau acoustique est aussi considéré un argument pesant.

Les genres les plus appréciés sont, en général, les films d'action, les histoires d'amour et les comédies. Mais les différences de goût entre les garçons et les filles sont remarquables: pendant que les filles préfèrent, après les films d'action et aventure, les histoires de amour (55.4), les comédies (39.2) et les *thrillers* (30.2), les garçons préfèrent, après l'action, la fiction scientifique (33.3), les comédies (31.8) et les films comiques (31.8). De noter, aussi, les différences concernant les histoires de guerre (13.2 de garçons et 3.2 de filles), la fiction scientifique déjà citée (14.4 pour les filles), les *thrillers* (13.2 pour les garçons), les films érotiques (15.5 pour les garçons et 0.0 pour les filles) et le genre dramatique (21.2 pour les filles et 7.8 pour les garçons).

La préférence pour les films d'aventures et action est plus forte à Lisbonne où, même les filles, au contraire de ce que arrive dans les autres villes, aiment plus ces films que les histoires d'amour.

4. Préférences et Connaissances

4.1. La connaissance des différentes cinématographies et les préférences

Pour tous les jeunes, à Lisbonne, la cinématographie la plus connue est l'américaine. Après on trouve les films anglais, français et portugais. La différence la plus remarquable est en relation à la cinématographie espagnole, connue de 20.2 des garçons et de seulement 9.0 des filles.

Tout à fait d'accord avec les réponses antérieures, les jeunes préfèrent les films américains (92.0) et anglais (61.5); en troisième on trouve, pour les filles, les films français (15.4), tandis que les garçons préfèrent la cinématographie portugaise (14.0).

À l'exception de Lisbonne et Luxembourg, dans toutes les autres villes les jeunes connaissent mieux la cinématographie de leurs propres pays. Mais, dans ce que concerne les préférences, l'unanimité va pour le cinéma américain. La seule exception est Londres, où les jeunes préfèrent les films anglais.

Pour ces jeunes portugais les films américains sont, avant tout, créatifs (52.0) et amusants (37.5); les filles les considèrent également stimulants (25.2) et agréables (25.2) et les garçons les trouvent aussi stimulants qu'agressifs (25.6).

Au contraire, le cinéma européen est considéré, en général, ennuyeux (36.6) mais artistique (29.5). Les filles ajoutent à la caractérisation l'adjectif agréable (27.5) et les garçons superficiel (24.0).

Lisbonne est la ville où plus de jeunes considèrent le cinéma américain créatif et la deuxième où on le trouve amusant. D'un autre côté, elle est la cinquième ville où les films américains sont considérés agressifs. Lisbonne est la seule ville à classer, d'une forme expressive, le cinéma européen comme ennuyeux mais, en contrepartie, on ajoute quelques adjectifs qu'on partage avec les autres villes.

4.2. Les préférences et les opinions sur les films

Quand on demande aux jeunes de choisir, d'après une liste, un film, un acteur, une actrice ou un réalisateur, la dispersion est grande. Pour les films de l'année dernière, *Titanic* est le choix unanime (35.0), film qu'a été choisi, aussi, comme le meilleur film de toujours (12.2). Mais beaucoup de jeunes préfèrent autres films car le pourcentage de "autres" est aussi remarquable (25.9 pour le meilleur film de l'année dernière et 31.3 pour le film de la vie).

Le niveau moyen des films de l'année dernière est considéré Bon (59.1) et Très Bon (27.8), car ils ont été originaux (76.1), pas trop superficiels (73.6) ou violents (52.3), attentives au monde des jeunes (63.4), même s'il n'ont pas été très fidèles à la réalité dans laquelle nous vivons (50.0). Ils se sont aussi basés sur le langage de la télévision (54.8). En regard à l'utilisation du sexe dans ces films, les opinions se divisent, car les filles la considèrent exagérée et préjudiciable (51.4), opinion que n'est pas partagée par les garçons (34.1).

Lisbonne est la ville où on considère en plus le cinéma de l'année dernière comme original, attentif au monde des jeunes (Londres et Madrid sont les seules villes que ne partagent pas de cette opinion) et construit sur le langage de la télévision (Lisbonne et Madrid sont les seules villes à faire cette affirmation).

4.3. La connaissance des acteurs et des réalisateurs

Dans ce qui concerne les acteurs, il faut distinguer les opinions des filles de celles des garçons. Ceux-ci préfèrent Mel Gibson (8.5), Bruce Willis (4.7), Robert de Niro (4.7) et Jean Claude Van Damme (3.9), acteurs plus associés aux films d'action et aventure (parfois avec une certaine violence), tandis que les filles préfèrent Leonardo Di Caprio et Richard Gere (8.6), Tom Cruise (5.9), Harrison Ford (5.0), Robert de Niro (4.1) et Robin Williams (3.6), acteurs plus

romantiques. Leonardo Di Caprio et Brad Pitt sont les acteurs préférés de la généralité des filles de ces villes européennes, tandis que Bruce Willis et Robert de Niro sont les préférés des garçons.

Comme pour les acteurs, les actrices préférées des garçons ne sont pas les mêmes que pour les filles. Celles ci réfèrent surtout Julia Roberts (16.2), Jodie Foster (14.0) et Michelle Pfeiffer (6.8), tandis que les garçons signalent Sharon Stone (11.6), Julia Roberts (10.9), Pamela Anderson Lee (8.5) et Helen Hunt, Jodie Foster, Michelle Pfeiffer et Sandra Bullock (4.7). Comme à Lisbonne, Julia Roberts et Sharon Stone sont, respectivement, les préférées des filles et des garçons de l'enquête, mais après les élues, on trouve, pour les filles, Demi Moore et Jodie Foster et pour les garçons Demi Moore et Sandra Bullock.

Pour les réalisateurs, comme pour les acteurs et actrices, les réponses sont plus nombreuses pour le item "aucun/ne sais pas". Néanmoins, les jeunes préfèrent Steven Spielberg (43.8), suivi de James Cameron (9.1) et de Quentin Tarantino pour les garçons (5.4) et de Francis Ford Coppola pour les filles (3.2). Le réalisateur portugais Manoel de Oliveira n'est cité que par 0.6 des jeunes.

4.4. Devenir acteur, réalisateur ou autre

Avoir une profession dans le monde du cinéma est un peu séduisant pour les jeunes. La moitié des garçons (49.6) et 57.7 des filles aimeraient devenir acteur/actrice, surtout à cause de la possibilité de jouer des rôles différents et de devenir autre personne (59.9) et de faire un travail créatif. Pour les garçons les gains sont importants (15.6) – au contraire des filles (2.3) – aussi bien que la possibilité de connaître différentes personnes (12.5).

Presque la moitié des garçons considèrent le métier de réalisateur attirant (47.3), mais seulement 36.0 des filles voudraient devenir réalisatrices. Les raisons sont surtout la possibilité d'exprimer leurs idées (46.1) et le plaisir de la création (41.8).

Face à la possibilité d'intégrer une équipe de cinéma, les garçons préféreraient travailler dans les effets spéciaux (55.8 contre 27.5 des filles), dans la régie (40.3) et dans la production (23.3), tandis que les filles choisiraient la mise en scène (27.9 contre 14.7 des garçons), la musique et les effets spéciaux (27.5) et la régie (26.6).

Dans toutes les villes, devenir acteur /actrice est un rêve pour tout les jeunes mais, si la première raison pour ce fait est la même, pour la plupart d'entre eux les gains occupent la deuxième place (pour les jeunes de Lisbonne les gains ne sont que la quatrième raison). Dans ce que concerne le métier de réalisateur, la plupart des jeunes (ou presque) disent non à cette possibilité et pour ceux qu'aimeraient le faire, les raisons sont les mêmes qu'à Lisbonne. Dans une équipe de cinéma les

préférences des garçons ne diffèrent pas de celles des portugais mais les filles, contrairement à Lisbonne, choisiraient la récitation, les costumes et les effets spéciaux.

5. Le rôle et le futur du Cinéma

5.1. Cinéma et télévision

À part les salles de cinéma, les jeunes voient des films surtout dans la télévision (58.0) mais aussi en videocassette (31.8). Presque tous ont un video enregistreur (96.9) et la plus part d'entre eux possèdent entre 10 et 50 videocassettes (54.8).

Ceux qui préfèrent la télévision sont, aussi, ceux que vont plus souvent au cinéma: 60.0 des jeunes qu'y vont une fois par semaine, 49.4 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 56.6 de ceux qu'y vont une fois par mois.

70.4 des jeunes croient que, pour vraiment apprécier un film, il faut le voir au cinéma, mais, au même temps, 85.0 affirment que, si un film leur plaît, il ne fait aucune différence l'endroit où ils le voient. 65.1 disent que, quelques films, c'est plus comode de les voir à la télévision, mais l'opinion de 82.7 est que, dans ce cas, les films ne doivent pas être interrompus.

C'est vrai que la télévision vole du public au cinéma (l'opinion de 68.5 des jeunes) mais, en contrepartie, le cinéma offre des émotions que les autres arts ne facilitent pas (88.6).

5.2. Un futur pour le cinéma

Pour 90.9 des jeunes le rôle du cinéma dans notre société est très important, surtout parce qu'il présente aux gens des situations et des problèmes sur lesquels on doit réfléchir (l'opinion de 54.6 des filles et de 39.3 des garçons) et parce que, au même temps, il offre une possibilité d'amusement (pour 27.7 des garçons et 16.4 des filles). Les défenseurs de la première affirmation sont aussi ceux qui vont au cinéma le plus souvent: 60.0 des jeunes qu'y vont une fois par semaine, 53.1 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 55.0 de ceux qu'y vont une fois par mois.

Le futur de cet art n'est pas mis en question, mais les raisons que sont à la base de cet avenir sont différentes: 55.9 des filles (contre 42.6 des garçons) croient que la raison est dans les émotions produites par le grand écran (opinion que se renforce avec l'âge), tandis que 41.9 des garçons (contre 23.0 des filles) ont l'opinion que la base est dans l'haute fidélité et dans la technologie de la salle (opinion plus forte chez les plus jeunes).

Lisbonne est la ville dont les jeunes considèrent en plus que le cinéma joue un rôle important dans notre société et, aux raisons présentées par les portugais, les jeunes des autres villes ajoutent

quelques motifs de plus. Et c'est aussi Lisbonne qu'occupe le premier lieu dans le groupe de ceux qui considèrent que le futur du cinéma repose sur l'haute fidélité et dans la technologie de la salle.

6. Cinéma, livres et littérature

6.1. La critique cinématographique

Plus de la moitié des jeunes de l'enquête ont l'habitude de lire des critiques cinématographiques (80.2 des filles et 68.2 des garçons). En général ils le font occasionnellement (plus les filles – 47.2 – que les garçons – 37.5), mais il y en a beaucoup qui le font une fois par semaine: 30.9 des filles et 31.8 des garçons. Les plus intéressés par les critiques vont plus souvent au cinéma que les autres: ceux qui lisent des critiques une fois par semaine représentent 44.4 de ceux qu'y vont une fois par semaine et 39.7 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois. Dans le même sens nous trouvons que, ceux qui ne lisent des critiques qu'occasionnellement, vont moins souvent au cinéma: 40.4 de ceux qu'y vont une fois par mois et 53.8 de ceux qu'y vont une fois chaque six mois.

La plus part des lecteurs cherchent dans les critiques des informations que puissent les aider à choisir un film (47.4), aussi bien qu'une opinion sur le film (30.5).

6.2. La lecture

67.1 des filles et 51.9 des garçons réussissent à trouver du temps pour aller au cinéma et pour dédier à la lecture et seulement 22.7 des jeunes se considèrent obligés à faire une option à cause de la manque de temps libre. Très peu d'entre eux (2.6) affirment que le cinéma n'est pas un de ses intérêts, tandis que pour la littérature une réponse pareille est donné par 11.6 des jeunes. En conséquence de ces intérêts, ceux qui ont le temps pour faire les deux choses sont, au même temps, ceux qui vont plus souvent au cinéma: 70.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine, 71.3 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 64.3 de ceux qu'y vont une fois par mois.

Pour 68.2 des jeunes voir un film suscite plus d'émotion que lire un roman ou une poésie malgré le fait que 47.2 des jeunes ne s'identifient pas avec les histoires qu'ils voient au cinéma.

Lisbonne est la ville où plus de jeunes trouvent le temps pour aller au cinéma et pour lire, la deuxième dont les jeunes trouvent plus d'émotion à voir un film qu'à lire un roman et la dernière dans le groupe de ceux qu'affirment que le cinéma ne fait pas partie de ses intérêts.

6.3 Les films et les romans

En général, le relation entre romans et films n'est pas, pour les jeunes, une question pertinente ou de conflit. Pour la moitié d'entre eux (51.7), le fait d'un film être construit à partir d'un roman n'est pas important, surtout pour les garçons (72.1 contre 40.1 des filles) et 13.2 d'entre ceux-ci pensent que littérature et cinéma doivent maintenir la distance (contre 4.5 des filles). 50.0 des filles (contre 21.7 des garçons) disent qu'elles ne liront le roman sur lequel a été construit un certain film qu'après avoir vu le film – et seulement s'il les a plu (Lisbonne a, à cet égard, le pourcentage le plus élevée) – et, dans le cas d'avoir déjà lu le roman, la plus part des jeunes (52.8) considèrent que le film les a aidé à mieux comprendre l'ambiance et l'atmosphère du roman (opinion soutenue surtout pour les filles: 59.5 contre 41.9 des garçons), mais 15.3 d'entre eux éprouvent une sensation de désappointement avec l'adaptation superficielle du roman au film. Pour 28.7 des garçons les impressions sur les personnages du roman sont confirmées après avoir vu le film, tandis que seulement 14.9 des filles partagent de cette opinion.

Si la lecture d'un roman est considérée un moment individuel, voir un film est une expérience que doit être vécue avec les autres (opinion de 55.1 des jeunes). Face à une sollicitation de jugement concernant la transposition d'un roman pour le cinéma 44.0 des jeunes considèrent que le cinéma peut aider à présenter aux jeunes les oeuvres majeures de la littérature et 33.8 croient qu'une relation entre cinéma et littérature peut aider les deux arts. Dans la même ligne 51.7 considèrent que le livre donne un espace majeur à la fantasia du lecteur par rapport à celle du spectateur d'un film et que le travail du réalisateur est l'opposé de la solitude de l'écrivain (28.1). L'indication du plus beau film basé sur un roman a été bien difficile pour les jeunes et la plus part a indiqué des films que n'étaient pas sur la liste ou n'a même pas indiqué aucun film. De toute façon les films les plus signalés sont pour les garçons *Titanic* (17.1) et *Romeo et Juliette* (12.4) et, pour les filles, *Romeo et Juliette* (17.6) et *Gone with the Wind* (9.0). Dans les autres villes *Romeo et Juliette* est, en général, le choix de la plupart des jeunes, suivi de *Gone with the Wind* pour les filles et *Jurassic Park* pour les garçons.

L'écriture d'un script ne séduit que 38.9 des jeunes et pour ceux qui aimeraient le faire les sujets choisis seraient, pour les garçons surtout des affaires politiques ou sociaux (18.8), science-fiction (8.3) et la vie de tous les jours (8.3); pour les filles les histoires d'amour (34.8) et les drames (9.0). Hors de Lisbonne les thèmes choisis diffèrent un peu: pour les garçons ils seraient, plutôt, l'aventure et après la science fiction et pour les filles les histoires d'amour suivies des problèmes et psychologie de la jeunesse.

7. Cinéma et Temps Libres

7.1. La télévision

Après le cinéma, la télévision est le moyen le plus utilisé pour voir les films et, comme pour la plus part des gens, elle est, pour les jeunes, une façon de passer les temps libres. Ce sont les garçons qui regardent le plus la télévision: 27.9 regardent entre 3 et 6 heures par jour (contre 17.1 des filles) et 8.5 plus que 6 heures (contre 1.4 des filles). En conséquence 58.6 des filles regardent de 1 à 3 heures de télévision chaque jour (contre 48.1 des garçons) et 16.2 la regardent moins d'une heure (11.6 des garçons). Ceux qui regardent entre 1 et 3 heures sont, aussi, ceux qui vont le plus souvent au cinéma: 50.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine, 54.0 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 58.7 de ceux qu'y vont une fois par mois. D'un autre côté, ceux qui regardent en plus la télévision (plus de six heures) sont ceux qui vont moins souvent au cinéma: 10.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine, 3.4 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 1.4 de ceux qu'y vont une fois par mois.

Les garçons et les filles ont des préférences tout à fait différentes dans ce que concerne les programmes de télévision. Les filles préfèrent les films (66.7), la musique (51.4), les "telenovelas" (*soap operas*) (40.1 contre 14.7 des garçons), les téléjournaux (36.5) et les téléfilms (27.5). Les garçons portent son attention sur le sport (64.3 contre 11.7 des filles), les films (52.7), les téléjournaux (42.6), les téléfilms (39.5) et la musique (27.1). Ceux qui vont plus souvent au cinéma sont ceux que préfèrent regarder des films à la télévision: 50.0 de ceux que vont au cinéma une fois par semaine, 71.3 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 61.5 de ceux qu'y vont une fois par mois.

Dans toutes les villes les films sont les émissions les plus vues à la télévison. Après on trouve, pour les garçons, le sport, la musique, les téléjournaus et les téléfilms et, pour les filles, la musique, les téléfilms, les *soap operas* et les téléjournaux.

7.2. La radio

Avec la radio la situation est presque l'inverse dans ce qui concerne la relation entre le temps passé à écouter la radio et le sexe des jeunes. Ce sont les filles qui écoutent le plus la radio: 44.6 écoutent de 1 à 3 heures par jour (contre 37.2 des garçons) et 28.4 plus de 3 heures (contre 10.1 des garçons). Les garçons, au contraire, ne s'intéressent pas beaucoup à la radio: 34.1 l'écoutent moins d'une heure et 17.8 ne l'écoutent même pas. Les programmes qu'intéressent de plus les

jeunes sont ceux de musique légère (78.1) et après, pour les garçons, le sport (47.3), les radiojournaux (36.4), les programmes d'amusement (25.6) et les programmes d'information (15.5), tandis que pour les filles ce sont les programmes d'amusement (34.2), les radiojournaux (26.6) et la musique classique (20.7).

Ce sont ceux qui écoutent la radio entre 1 et 3 heures chaque jour qui vont plus souvent au cinéma: 50.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine, 42.5 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 42.0 de ceux qu'y vont une fois par mois.

7.3. L'occupation des temps libres

Hors de la maison les temps libres sont passés de façon différente pour les garçons et pour les filles. Les garçons ont plus de temps libre que les filles: 51.2 ont plus de 3 heures (contre 34.2 des filles) et 41.1 entre 1 et 3 heures. Ils préfèrent le sport (51.9), le cinéma et être avec les amis (39.5), les discothèques (31.8) et les manifestations sportives (28.7). Les filles, qui ont moins de temps libres (49.5 ont entre 1 et 3 heures et 14.0 moins d'une heure – contre 4.7 des garçons), passent les temps libres avec les amis (53.6), au cinéma (50.0), à se promener (34.2) et à la discothèque (31.1). Ce sont les jeunes qui choisissent le cinéma pour passer les temps libres qu'y vont le plus souvent (80.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine et 67.8 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois), tandis que ceux qu'y vont moins souvent sont ceux qu'indiquent préférer passer le temps avec les amis (49.7 de ceux qui vont au cinéma une fois par mois et 50.5 de ceux qu'y vont une fois chaque six mois).

À la maison l'occupation des temps libre n'est pas très différente pour les garçons et les filles: les deux groupes préfèrent écouter de la musique (78.4) et regarder la télévision (63.1); en troisième les garçons aiment plus se servir de l'ordinateur (50.4 contre 15.3 des filles) et les filles préfèrent lire un livre (38.3 contre 16.3 des garçons). Ceux qui vont plus souvent au cinéma sont ceux qui préfèrent écouter de la musique (70.0 de ceux qu'y vont une fois par semaine, 72.4 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 81.8 de ceux qu'y vont une fois par mois) et regarder télévision (60.0 de ceux qui vont au cinéma une fois par semaine, 62.1 de ceux qu'y vont plus qu'une fois par mois et 67.1 de ceux qu'y vont une fois par mois).

Lisbonne est la ville où plus de jeunes écoutent de la musique, regardent télévision et utilisent l'ordinateur.

7.4. Temps libres et manifestations culturelles

Aller à une réunion littéraire, au ballet ou à l'opéra sont des activités que ne plaisent pas à plus de la moitié des jeunes (62.8 pour une réunion littéraire, 58.5 pour l'opéra, 52.0 pour le ballet et 45.2

pour un concert de musique classique – pour cette manifestation 10.2 des jeunes n’indiquent aucune préférence, ce que fait en sorte que la plus part des réponses est négative). Au contraire, les activités culturelles préférées sont le cinéma (90.4 des jeunes répondent qu’il leur plaît beaucoup – 59.7 – ou assez – 30.7 – d’aller au cinéma), les concerts de musique légère/rock/jazz (84.7), le théâtre (73.1) et les expositions d’art (59.7) – dans ce dernier cas ce sont surtout les filles (67.5). Le cinéma est la seule manifestation culturelle pour laquelle les réponses “ plaît beaucoup” sont supérieures à “plaît assez”.

La situation dans les autres villes est identique, mais c’est à Lisbonne où plus de jeunes aiment aller dans un concert de musique légère/rock/jazz ou à une exposition d’art, la deuxième dans le groupe de ceux qui aiment aller au théâtre et occupe la troisième place dans ce que concerne le cinéma.

7.5. L’usage des Nouvelles Technologies de l’Information

Confrontés avec des questions concernées avec l’utilisation de certaines technologies dans le domaine de la communication, les réponses sont assez expressives d’un monde en changement. L’Internet est déjà utilisé pour plus de la moitié des jeunes: 61.2 des garçons (15.5 l’utilisent beaucoup et 45.7 assez) et 49.1 des filles (6.8 beaucoup et 42.3 assez). Ce pourcentage féminin, malgré être au-dessous de 50.0 est supérieur à l’addition des réponses négatives plus le total de ceux qui ne répondent pas. Néanmoins l’usage de l’*e-mail* est encore réduite (22.5) – cependant ce sont les garçons qui l’utilisent le plus. L’ordinateur est déjà un outil de travail pour écrire, soit pour les filles (81.1), soit pour les garçons (80.6) mais, pour jouer (*VideoGames*), il est plus utilisé par les garçons (89.1 contre 58.1 des filles). Le fax n’est presque jamais utilisé (78.1). Dans le cas de la télévision, la *pay TV* est un système encore très jeune au Portugal et pour cela les réponses en regard à une utilisation négative sont supérieures (58.8). Le satellite est plus diffusé: seulement 45.2 des jeunes disent ne l’utiliser jamais. Le grand *boom* des téléphones mobiles s’est réfléchi, aussi, dans l’univers juvénile: 55.0 des garçons et 68.0 des filles l’utilisent pour communiquer.

En général, l’usage que les jeunes font de ces nouvelles technologies de l’information et de la communication ne diffère pas beaucoup entre les villes. Cependant Lisbonne se détache des autres dans certains cas: elle est laquelle où plus de jeunes utilisent l’Internet et l’ordinateur personnel pour écrire et la deuxième dans les groupes de ceux qui se servent de l’ordinateur pour jouer et pour d’autres utilisations, dans l’usage de la TV par satellite et dans l’utilisation du téléphone portable. Pour l’*e-mail*, même avec une prédominance des réponses négatives dans toutes les villes, Lisbonne occupe la troisième place dans le groupe de ceux qu’on l’utilise déjà.

8. Le Cinéma et l'école

8.1. Cinéma, audiovisuel et Nouvelles Technologies

Dans la plus part des écoles il n'y a pas des moments particuliers pour voir et commenter des films (73.6). Quand ces moments existent l'initiative appartient au professeur et après le visionnement les films sont discutés avec lui (61.3). Seulement dans 18.3 des cas il existe des classes dédiées à la explication et commentaire des films.

Peut-être à cause de cette absence, la production audiovisuelle est la matière dont les jeunes aimeraient le plus avoir dans l'école comme matière curriculaire (34.4), mais il faut souligner que l'utilisation de l'ordinateur est la préférence de 41.9 des garçons et le théâtre et la déclamation sont la choix de 39.6 des filles.

Dans les autres villes, comme à Lisbonne, il n'y a pas dans les écoles beaucoup de moments particuliers pour voir et commenter les films. Cependant, quand ils existent, Lisbonne en occupe la troisième place. De remarquer que, pour les garçons de toutes les villes, l'usage de l'ordinateur est le sujet dont ils préféreraient avoir comme matière d'enseignement, tandis que, pour les filles, le thème préféré serait la production audiovisuelle.

CONCLUSION

La première conclusion qu'on peut extraire du questionnaire élaboré est l'uniformité des réponses indépendamment des pays de résidence des jeunes répondants. En vérité, à Lisbonne, à Madrid, à Paris, à Rome, à Londres ou au Luxembourg, les habitudes et les préférences des jeunes sont trop semblables pour qu'on puisse négliger son sens et la grandeur de sa portée. Malgré les diversités culturelles et les spécificités propres des pays latins et non latins, la globalisation des phénomènes de la vie moderne s'étendent à travers l'Europe, en faisant disparaître des différences que, pour des générations précédentes, pourraient être infranchissables. L'homogénéisation des habitudes, la standardisation des goûts et des choix placent, dans un niveau très proche et équilibré, cette nouvelle génération, protagoniste d'un monde en changement.

Le cinéma est, pour la plupart des jeunes, une des arts les plus importantes et aller au cinéma est une habitude que beaucoup d'entre eux préservent avec soin. Un peu partout et en général, les jeunes vont au cinéma une fois par mois, surtout à Lisbonne, et avec les amis. Ce sont les filles les plus fidèles au cinéma et quand on parle de revenus et fréquence de cinéma ce sont les plus privilégiés financièrement qu'y vont le plus souvent.

On préfère les films d'action, les histoires d'amour et les comédies, en sauvegardant les différences entre les goûts masculins et féminins. Les choix d'un film et d'une salle dépendent de plusieurs facteurs mais, l'histoire (notamment à Lisbonne) et les acteurs, pour le film, et la qualité de la projection et le niveau acoustique, pour la salle, gagnent le devant. Choisir un film, un acteur, une actrice ou un réalisateur à partir d'une liste, n'est pas une tâche facile pour les jeunes car, aux préférences personnelles et subjectives, on doit ajouter une certaine manque de connaissance que rend difficile l'identification et sélection des propositions. Ce n'est pas par hasard que *Titanic* a été considéré, pour la plupart des jeunes, comme le meilleur film de l'année dernière et même le meilleur de toutes leurs vies.

La connaissance de la cinématographie de son propre pays n'est pas une donnée acquise pour les jeunes de Lisbonne et du Luxembourg mais, quand on parle de préférences, l'unanimité va dans les films américains. Considérés comme créatifs et amusants et pas trop violents, les films américains surpassent les européens, considérés comme artistiques et agréables. Lisbonne a été, dans ce cas particulier, une exception, en considérant le cinéma européen comme ennuyeux. Cette affirmation doit être attribuée, sans doute, à une manque de connaissance provenant, d'une part de la prédominance des films américains dans les salles de cinéma et à la télévision et, d'autre part, de

l'absence d'une politique de diffusion et promotion systématique des films européens comme, d'ailleurs, arrive dans beaucoup de pays.

La relation entre cinéma et littérature n'est pas une relation de conflit; au contraire, la plupart des jeunes trouve le temps pour aller au cinéma et pour lire un roman (surtout à Lisbonne), de la même façon qui considèrent que les films peuvent aider à mieux comprendre les romans sur lesquels ils se sont basés. Ils sont utiles, aussi, pour faire connaître aux jeunes les chefs-d'oeuvre de la littérature mondiale.

La télévision est la grande concurrente du cinéma et, même si beaucoup de jeunes préfèrent le confort de la maison pour voir un film (à la télévision ou en cassette), la plupart considère que rien peut remplacer l'émotion de voir un film dans une salle. L'occupation des temps libres, à la maison et hors de la maison montre que, dans la société actuelle, le rôle des nouvelles technologies de l'information devient de plus en plus important et les jeunes sont, en grand partie, le moteur de ce changement. L'utilisation de l'ordinateur, de l'Internet, de l'e-mail, l'intérêt des garçons pour avoir à l'école l'usage de l'ordinateur comme matière d'enseignement, ne sont que des exemples de cette nouvelle réalité. Et dans ce monde en changement le cinéma joue, encore, un rôle bien expressif.

À Lisbonne comme dans les autres villes, le futur du cinéma est garanti, même si les raisons présentées pour cet avenir sont différentes. La situation n'est pas dramatique, ici comme ailleurs, mais tous les projets et initiatives menés à fin avec l'objectif de répandre et faire croître dans les jeunes l'intérêt pour le cinéma seront les bienvenues. Les jeunes portugais s'intéressent beaucoup aux nouvelles technologies et cet intérêt est devenu clair à travers la réponse à plusieurs questions. Mais cinéma et nouvelles technologies ne sont pas incompatibles et son croisement a déjà fait preuve d'un extraordinaire succès. La globalisation de la culture est un fait irréfutable et le cinéma peut jouer un rôle déterminant dans ce contexte, comme instrument puissant de diffusion et de connaissance des autres cultures, surtout parmi ces Jeunes d'Europe.

Lurdes Camacho

ICAM

Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia

GRINZANE EUROPA 98

LES JEUNES D'EUROPE : CINEMA ET LITTERATURE

DU POINT DE VUE ESPAGNOL

L'enquête espagnole « Les jeunes en Europe : Cinéma et Littérature » a été réalisée par différents professeurs du Département de Philologie Moderne (domaine italien) et divers Instituts Nationaux d'Enseignement Secondaire de Madrid durant le mois d'avril 98, sous la coordination du Professeur Vincente Gonzales Martin.

Dès le début, l'objectif premier de l'équipe était de parvenir à la plus grande objectivité possible dans les résultats de l'enquête. Pour cela, nous avons établi une sélection d'Instituts représentatifs de différentes strates sociales, culturelles et économiques de Madrid, situés à divers endroits de la capitale, dans le centre comme à la périphérie. De même, nous avons fait en sorte que le noyau le plus représentatif soit celui des âges mêmes du baccalauréat : 14-15 ans (38,3%) et 16-17 ans (44%), le nombre d'enquêtés ayant plus de 18 ans (12,8%) étant beaucoup moins élevé, car nous avons considéré que ces derniers correspondent déjà théoriquement à des niveaux universitaires. Nous souhaitons que notre échantillonnage / panel soit réellement dirigé vers les lycéens du secondaire, pour qu'ils correspondent aux connaissances attribuées à ce niveau-là.

Ici, nous trouvons la première différence avec les enquêtes réalisées dans les autres capitales européennes, où les pourcentages d'enquêtés âgés de 18 ans sont beaucoup plus importants : 45,8% au Luxembourg, 25% à Rome et 24,2% à Paris, chose qui pourrait a priori impliquer une différence dans les résultats, bien que, comme nous le verrons plus loin, la ressemblance dans les résultats est la tendance générale.

L'enquête présente une vaste gamme de questions et nous offre des résultats et des faits très intéressants pour la connaissance de la relation des jeunes européens non seulement avec le cinéma et la littérature, mais avec les différents moyens de communication en général.

La première constatation importante est qu'un très grand nombre de jeunes de tous les pays participants non seulement considère que le cinéma est important, mais s'y rendent avec une certaine régularité. Le pourcentage est pratiquement identique dans tous les pays et il ébranle l'impression communément partagée que d'autres moyens de communication, comme la télévision ou d'autres types de loisirs, éloignent les jeunes du cinéma actuellement.

Il faut signaler également que la plus ou moins grande disponibilité d'argent n'est pas déterminante dans le fait d'aller au cinéma, étant donné que ce sont les étudiants appartenant aux

classes moyennes qui accordent la place la plus significative au cinéma, ce sont eux qui s'y rendent le plus fréquemment et ceci est vrai pour tous les pays.

Un fait qui peut être significatif est que la majorité des étudiants qui se rendent au cinéma le font le week-end avec des amis, ce qui nous indique que les jeunes envisagent le cinéma comme un acte ludique, qu'ils partagent, c'est évident, avec d'autres jeunes. Par conséquent, le pourcentage de ceux qui s'y rendent avec leurs parents est mince pour les 14-15 ans (8%) et inexistant pour les 18 ans, preuve de la liberté d'action et du sentiment d'indépendance des jeunes européens d'aujourd'hui. Cette attitude est également validée par les faits du tableau 40, qui signale clairement que les jeunes espagnols commentent les films qu'ils ont vus, principalement avec leurs camarades et amis (52,2%) et en tout cas avec leurs frères et leurs sœurs (27,9%), très peu le faisant avec leurs parents (8,3%) ou leurs éducateurs (1,2%) et c'est la même chose pour les jeunes des autres pays.

Le tableau 42 est important pour comprendre la manière qu'ont les jeunes espagnols d'approcher le cinéma. Concernant ce sujet, il est à noter que l'école prête peu d'attention au cinéma comme matériel didactique, comme nous pouvons le déduire par le fait que 61,2% des enquêtés espagnols affirment qu'en classe, il n'existe aucun moment spécifique consacré au visionnage ou au commentaire de films – dans certains pays le pourcentage est encore plus élevé. Faute de cette stimulation, l'étudiant se rend au cinéma motivé par ses camarades ou pour le plaisir de voir sur l'écran de l'action, de l'aventure ou des histoires d'amour et de haine.

En ce qui concerne la nationalité des films choisis, comme cela était prévisible, la cinématographie la plus connue, mis à part l'espagnole, est la nord-américaine, suivie de très loin par l'anglaise et l'italienne. Et les raisons de la préférence nord-américaine contredisent d'autres faits comme les qualificatifs qui la désignent : agressive (44,7%), divertissante (36,45%) et superficielle (25,5%), alors que les épithètes qui sont attribués au cinéma européen sont plus positifs comme divertissant, créatif, indépendant, etc... et les enquêtés s'identifient davantage à ces réalisateurs. Sans aucun doute, influent sur ces résultats des raisons extra - cinématographiques telles que la publicité ou la prédominance de grands distributeurs nord-américains.

Cette attitude met également en évidence les raisons qui les poussent à choisir un film donné : les lycéens espagnols se laissent peu guider, pour leur choix, par le nom du metteur en scène, les conseils des parents ou des éducateurs, les prix obtenus ; ils valorisent, au contraire, les acteurs (23,9%) et surtout l'histoire (51,5%). On peut aussi déduire des faits rapportés

ultérieurement que, bien que le sujet et les acteurs soient des facteurs déterminants du choix, un nombre important d'enquêtés sont peu sensibles au fait de voir le film dans un certain type de salles ou à la télévision, dans la mesure où il n'y a pas de coupures.

Dans le conflit cinéma/télévision, la majorité pense que cette dernière enlève des spectateurs au cinéma, mais 32,4% considère encore que la télévision n'est pas un frein essentiel au fait de ne pas aller au cinéma, de même que la vidéo.

Dans la relation cinéma/littérature, les tableaux 68-73 nous offrent des faits révélateurs. 57% font alterner la littérature et le cinéma, bien que celui-ci leur plaise plus et leur produise les plus grandes émotions, et même, les incite à lire par la suite l'œuvre littéraire sur lequel il est basé, puisqu'il facilite la lecture. Cependant, la différence essentielle entre cinéma et littérature pour les jeunes espagnols réside dans le fait que la lecture est une expérience individuelle, qui se réalise dans la solitude, alors que le cinéma est une expérience partagée avec les amis qui satisfait le besoin de compagnie, de vie en groupe, essentielle pour la jeunesse actuelle.

Malgré cette motivation, les jeunes sont conscients du fait que le livre permet une participation plus active du lecteur par rapport au spectateur et génère une plus grande capacité d'imagination.

Parmi les réponses concernant la relation entre les jeunes et la télévision, nous pouvons extraire des faits importants sur leurs centres d'intérêt et sur le rôle que ce puissant média joue dans le milieu de la jeunesse. Pour ce qui est du temps consacré à la télévision, 57% des jeunes espagnols affirment lui consacrer 1 à 3 heures quotidiennes et 16,8% de 3 à 6 heures, alors que 2,1% ne regarde jamais la télévision. Quant aux genres de programmes, ils sont respectivement par ordre de préférence : le sport, les films et les téléfilms ; par contre, ils sont seulement 4,5% à suivre les journaux télévisés, 2,4% les documentaires et 5,7% les programmes musicaux ce qui fait retomber dans la facilité ludique, caractéristique que les jeunes attribuent à ce média.

En revanche, ils consacrent du temps à la radio, principalement aux programmes musicaux (52%) et sportifs (16,8%), ce qui coïncide avec l'essor généralisé dans toute la société espagnole actuelle.

Les derniers tableaux, consacrés au temps libre et aux possibilités économiques des jeunes durant ce temps même, sont en rapport avec les réponses données dans les questions précédentes, étant donné que les jeunes espagnols consacrent un haut pourcentage de leur temps libre à se réunir entre amis (24,3%), aux sports (19,6%) et au cinéma (14,4%), manifestant peu d'intérêt pour d'autres activités culturelles.

Tout le long de l'enquête, les jeunes européens ont manifesté leur confiance envers le cinéma comme un art ou un spectacle qui génère essentiellement des émotions et est susceptible d'être apprécié accompagné ; ceux qui croient que le cinéma supplantera la télévision sont peu nombreux (4,9% à Rome, 1,3% au Luxembourg, 3% à Londres, 5,4 % à Lisbonne, 5,7% à Madrid et 3,5% à Paris). Ainsi donc, la majorité des jeunes croit qu'il existe un avenir pour le cinéma, qui résistera à la forte concurrence d'autres moyens de communication et de divertissement.

Conclusion

L'enquête présente un intérêt évident, tant par le nombre d'enquêtés que par la diversité des pays, ce qui permet d'obtenir des faits fiables et étendus sur le sujet. Peut-être la conclusion la plus intéressante, comme pour l'enquête de 1997 sur la lecture est, à mon avis, que malgré la diversité de langues, de cultures et de milieux, d'après les réponses des jeunes, il est manifeste qu'il existe une mentalité et une formation très similaires, ce qui avalise la conviction qu'il existe une culture européenne très homogène ou facilement assimilable pour ce qui concerne le cinéma.

Vicente González Martín
Université de Salamanca



Secrétariat : Via Montebello, 21
10124 Turin (Italie)

Tél. 0039/011/812.68.47 - Fax 0039/011/812.54.56
e-mail : grinzane@tin.it