

LA DIVERSITÉ

ÇA RAPPORTE

Une étude américaine montre que les ados préfèrent les films reflétant la diversité de la société.

L'anecdote nous avait été racontée par Claude Berri, voici bien longtemps. Après avoir acquis les droits d'adaptation cinématographique de Tintin, il avait organisé un casting à Bruxelles. Parmi les nombreux candidats pour le rôle du reporter à la houppette figurait un petit garçon d'origine africaine, convaincu d'être le parfait sosie de héros de Hergé. "C'est bien la preuve que tout le monde s'identifie à Tintin", expliquait alors le cinéaste-producteur. Le projet n'a, hélas, jamais abouti.

Aujourd'hui, et cela va à l'encontre de bien des préjugés sur le racisme aux États-Unis, le phénomène d'identification semble se généraliser et toucher toutes les catégories de la population. Une enquête réalisée par l'Annenberg School for Communication de l'Université de Pennsylvanie révèle en effet qu'une meilleure représentation de la diversité au cinéma constitue un véritable argument commercial. Au total, 1.900 étudiants américains, âgés de 14 à 17 ans, ont été interrogés sur leur perception des films. Les adolescents noirs estiment que les longs métrages, dont les acteurs principaux sont issus de leur communauté, leur sont spécifiquement destinés, tandis que les blockbusters, dont les héros

sont souvent de type caucasien, s'adressent à tout le monde, eux y compris. Mais, et c'est là où l'enquête devient intéressante, les ados blancs, eux, considèrent que dans les deux cas, les fictions s'adressent au grand public. En d'autres mots, les deux groupes s'identifient aux comédiens sans se soucier le moins du monde de la couleur de la peau.

Mieux même : ils se sentent plus impliqués lorsque la moitié des comédiens sont des Blacks ou lorsque le script fait fortement référence au racisme ou à la culture noire. Le bouche-à-oreille est alors plus important. Une meilleure représentation de la diversité constitue donc désormais un véritable argument commercial pour les cinémas.

"Je pense que cette étude tombe à pic, explique la chercheuse Amy Bleakly. Elle confirme que des films comme Black Panther ou A Wrinkle in Time, qui mettent en valeur des comédiens de couleur, n'ont pas d'impact négatif global. En plus d'être bénéfiques sur le plan culturel, ils le sont aussi sur le plan financier. Les films ne devraient pas représenter la diversité juste par principe, en tant que poudre aux yeux ou représentation des stéréotypes du passé. Au contraire, si la diversité est améliorée, – notre étude

et le récent succès de Black Panther montrent que c'est une bonne idée; elle doit dépeindre les personnages issus des minorités de manière authentique et sensée. Le résultat de l'étude pointe une opportunité d'axer le marketing des films sur la diversité du casting et des histoires qui s'adressent à un public plus large."

Même si les minorités restent très largement sous-représentées dans les productions hollywoodiennes, cette étude, parce qu'elle fait référence à l'argument qui compte le plus pour l'industrie du cinéma (l'impact financier) ouvre des perspectives intéressantes vers plus d'égalité.

■ P.L.

L'identification aux acteurs se fait indépendamment de la couleur de la peau.