L'avenir du court métrage passe-t-il par le net?

Autor(en): **Maire, Frédéric**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : revue suisse de cinéma**

Band (Jahr): **- (2001)**

Heft 18

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-932793

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Des auteurs dans la toile

Alors que le court métrage semble trouver un nouveau débouché sur le *web*, plusieurs cinéastes – et non des moindres – se mettent à créer des œuvres spécifiques pour internet: Tim Burton, David Lynch, David Cronenberg et j'en passe!

Par Frédéric Maire

Parmi les premiers, Tim Burton a conçu une série de six animations de trois minutes chacune qui mettent aux prises l'enfant-tache (Stainboy) contre les méchantes salissures. Réalisés en dessins sommairement animés à l'aide du logiciel Flash[1], ces délicieux mini-films sont actuellement visibles sur le site ‹shockwave.com›, où l'on peut aussi apercevoir des créations originales de la bande à «South Park». De son côté, Spike Jonze a signé un contrat avec ‹atomfilms.com› pour réaliser plusieurs courts métrages destinés à ce site. James L. Brooks et David Lynch développent également des projets pour le *web* (encore sur ‹shockwave.com›). Lynch est même en train de créer son propre site (‹davidlynch.com›), à l'instar de nombreux autres cinéastes. En France, ‹nouvo.com› s'est associé financièrement à un projet de série de courts métrages prestigieux: destiné en premier lieu à la chaîne de télé 13e Rue, «Les redoutables» réunit des réalisateurs de renom comme Claude Chabrol, Yves Boisset, Georges Lautner ou Laurent Bouhnik.

Selon David Cronenberg, qui devrait tourner à Toronto une série spécialement conçue pour internet, le *web* permet aux cinéastes de tenter de multiples expériences, qui pourraient contribuer à développer l'art cinématographique. Il n'y a pas de standard de durée sur le *web*; les œuvres peuvent proposer des espaces interactifs qui laissent le spectateur libre d'intervenir dans le récit; enfin, l'accès en est immédiat et mondial. C'est dire si, peut-être, les activités de la toile annoncent une nouvelle révolution pour le grand écran. ■

1. Logiciel qui permet l'animation d'images vectorielles, utilisé pour la réalisation de films dans le but d'une diffusion sur internet.

Tim Burton

Par Frédéric Maire

L'avenir du court métrage passe-t-il par le net?

Par leur format bref, les courts métrages sont, par essence, parfaits pour internet, qui déteste (encore) les pièces trop longues à télécharger. A l'heure où des cinéastes de renom se mettent à réaliser des images pour la toile (voir ci-contre), faisons le point sur l'avenir du court sur le *web*.

Par Frédéric Maire

Il ne fait mystère pour personne qu'en l'absence de réseaux de diffusion spécifiques, la vie du court métrage est difficile. Placés aux heures (très) tardives de la télévision, en avant programme d'un autre film ou dans des festivals, les courts ne peuvent rivaliser avec les circuits occupés par les longs métrages. Le développement d'internet a donc paru potentiellement intéressant pour ce format cinématographique passionnant – et trop mal considéré.

Cadeau-bonus pour site *web*

Du côté des créateurs de sites, le vaste marché du court a bien vite été perçu comme une source d'images très utile, presque inépuisable. Bien évidemment, le choix s'est porté en général sur des œuvres très courtes (donc efficaces), très visuelles, aux contenus ludiques, surprenants, amusants – et donc plus particulièrement sur les films d'animation. Enfin, certains cinéastes ont même imaginé des festivals de courts métrages *on-line*[1] en invitant les «spectateurs» à visiter les sites qui hébergent des films créés spécifiquement pour le *web* ou transférés, comme sur ‹primefilm.com›, de copies 35 et 16 mm.

En France, un spécialiste de l'Agence du court métrage a tenté de définir les diffuseurs de courts sur le *web* en quatre genres différents. D'abord, les sites informatifs, comme ‹cine-courts.com›, qui se contentent de donner des informations sur le monde du court métrage et en diffusent très occasionnellement, contrairement aux sites de distribution-diffusion, comme l'Américain ‹atomfilms.com›. Employant deux cents salariés, ce site diffuse directement son catalogue de plus de mille cinq cents titres ou le revend à d'autres sites, voire même… aux compagnies aériennes. Cette société pionnière pratique toutefois des tarifs d'achats plutôt bas! Elle vient en outre de fusionner avec sa consœur ‹shockwave.com›, fondée en 1999 par Marcomédia, l'éditeur du logiciel Flash.

Les sites de diffusion en flux œuvrent généralement dans l'audiovisuel au sens large et souhaitent offrir des courts métrages comme bonus à leurs visiteurs. C'est le cas, par exemple, de la *web-tv* française ‹nouvo.com›, qui met en avant un titre par semaine et archive ses films par thèmes. Une cinquantaine de courts y sont actuellement disponibles. Enfin, les sites de diffusion en stock souhaitent être de véritables cinémathèques *on-line*. Là, courts et longs métrages se confondent souvent, les longs étant proposés contre paiement, les courts souvent offerts. C'est le cas de ‹liberafilms.com›, site très exigeant à l'impressionnant catalogue, ou encore ‹cafecalva.com›, dont l'offre change tous les trois mois et qui propose en outre de l'information et de la *web*-tv.

Prudence helvétique

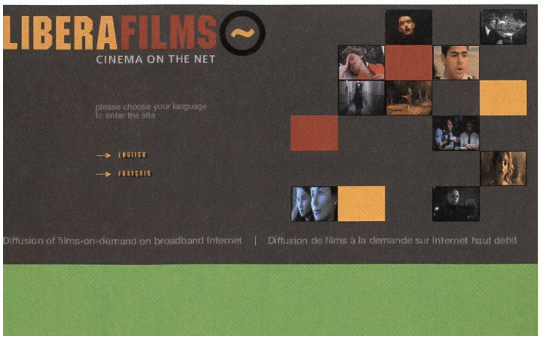
Pour l'Agence suisse du court métrage, organisme précisément créé pour diffuser efficacement les petits formats par tous les moyens possibles, l'attitude adoptée officiellement consiste pour l'instant à «attendre pour voir». Selon le responsable des ventes internationales et des festivals Alain Bottarelli, il faut se méfier des sociétés qui, comme ‹atomfilms.com›, achètent du court à tour de bras pour gonfler leur catalogue (donc sa valeur apparente) avant une entrée en bourse. Atom Films était d'ailleurs prête à acquérir presque tout le catalogue de l'agence pour un prix de 500 à 1600 francs par film… tout en exigeant les droits exclusifs sur internet pour sept ans, ce qui est évidemment trop risqué!

Atom Films compte toutefois deux films suisses dans son catalogue de courts: «The Cookie Thief» de Korinna Sehringer (qui vit à Los Angeles) et l'incontournable animation «78 tours» de Georges Schwizgebel. L'Agence du court métrage, quant à elle, a tout de même vendu deux films destinés à être diffusés sur la toile: «P», travail plutôt expérimental de Youri A., à ‹cafecalva.com› pour près de 500 francs (droits non exclusifs pour trois mois) et «Bonne journée Monsieur M.» des frères Guillaume, remarquable animation de marionnettes, à ‹nouvo.com› pour 650 francs (droits non exclusifs pour une année).

L'attitude prudente de l'agence helvétique est partagée par de nombreux producteurs et réalisateurs de courts qui constatent que la demande pour ces films est telle, sur le marché, que les prix montent sans cesse. Mieux vaut donc attendre (ou bien négocier) avant de vendre!

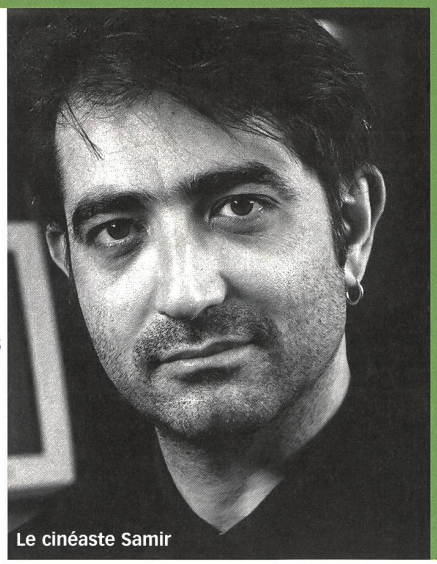
Une question essentielle toutefois reste ouverte: la qualité actuelle de diffusion de films sur l'écran d'un ordinateur reste plus que rudimentaire. Les images sont généralement petites, saccadées, et le son désespérément limité. Même s'il y a apparemment aujourd'hui un large public de curieux ou de noctambules accros à la toile pour goûter des images dans de telles conditions, cet intérêt pourrait bientôt s'atténuer. ■

1. Se dit d'une diffusion en ligne, comme c'est le cas sur internet.



Samir: «Tout est trop petit sur le *web*»

Parmi les premiers cinéastes à avoir exploré les ressources de l'image numérique, Samir[1] est l'auteur de fictions et de documentaires, dont «Morlove - Un ode à Heinsenberg», (1986), «Toujours et éternellement» (1991), «Babylon 2» (1993) ou encore un court métrage en espéranto «La eta knabino» (1997).


Le cinéaste Samir

Propos recueillis par Rafael Wolf

Comment utilisez-vous internet?

Comme tout le monde, principalement pour rechercher des informations. Professionnellement, je profite du *e-mail* pour communiquer avec des interlocuteurs liés à mon activité artistique. De plus, ma maison de production[2] possède son propre site et je consulte ceux d'autres producteurs afin de voir ce qu'ils y mettent à disposition.

Professionnellement, est-ce que vous attendez quelque chose d'internet?

Dans notre métier, on attend tous l'arrivée des connections à haut débit. Alors nous serons prêts à diffuser nos films. Mais en ce moment, c'est ridicule, car la résolution est nulle. Chez Dschoint Ventschr, nous faisons des films particuliers. Nous sommes donc obligés de chercher des chemins différents pour trouver des spectateurs. Et internet en sera un. On pourra alors présenter une multitude de produits aux gens.

Est-ce que le fait de diffuser les films suisses sur internet vous semble être une solution pour qu'ils soient mieux vus?

Franchement, je crois que c'est intéressant pour la promotion et le lancement des films, mais pour montrer un film en entier, pas vraiment. Je prépare moi-même en ce moment des bandes-annonces de mes films pour mon site, mais c'est encore très laborieux de télécharger un film entier. Par contre, c'est bien de penser à des solutions. Grâce à internet, il existe encore plus de possibilités, pour vendre des vidéos et des DVD par exemple. Il y a des ouvertures, mais ça coûte beaucoup d'énergie, de temps et d'argent. Cela dit, pour un réalisateur amateur, internet est une manière idéale de faire connaître son art. Mais pour des boîtes de production importantes, comme Dschoint Ventschr, ce n'est pas intéressant.

A ce propos, voyez-vous une émergence de réalisateurs amateurs sur le *web*?

C'est sûr. Il y a toute une nouvelle génération, spécialement à Zurich – mais en Suisse romande aussi, je crois – qui produisent leurs propres films, sans subventions, créent sur ordinateur puis diffusent le résultat directement sur leur site *web*. Ça me rappelle quand, à la fin des années 70, la vidéo a commencé à devenir populaire. Les gens achetaient leur propre caméra, faisaient des petits films et les montraient dans leur propre circuit. Mais d'un autre côté, cette jeune génération de *webmasters*[3] sera obligée d'abandonner l'espace du *web* si elle cherche à atteindre un échelon cinématographique plus élevé. Je sais qu'en ce moment, dans les écoles de cinéma, les élèves ont plus envie de devenir des *webmasters* que des cinéastes. Le mélange de graphisme, de cinéma et d'art plastique que leur offre le *web* les intéressent davantage.

Est-ce que le *web* change la forme des films?

Certainement. Pour reprendre l'exemple de ces *webmasters*, ils sont visuellement influencés par internet. Leur travail est plus graphique et se base beaucoup sur les effets. En matière de cinéma, «Matrix», par exemple, est clairement influencé par le *web*. Mais la question reste la même: quel type d'histoire a-t-on envie de raconter? Pour les formats courts, ludiques, internet est très bien. Mais si on désire développer des personnages et un contenu sérieux sur une longue durée, il n'a pas d'intérêt. Tout est trop petit sur le *web*. ■

1. Né en 1955 à Bagdad (Irak), installé en Suisse depuis 1961.
2. Dschoint Ventschr, maison de production zurichoise que Samir dirige avec Werner Schweizer.
3. Gestionnaire d'un site, chargé de sa réalisation.