

## Du vidéoclip au cinéma Cinq réalisateurs et un tremplin

Marie-Hélène Mello

Volume 27, numéro 2, printemps 2009

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/33346ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

### ISSN

0820-8921 (imprimé)

1923-3221 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer cet article

Mello, M.-H. (2009). Du vidéoclip au cinéma : cinq réalisateurs et un tremplin. *Ciné-Bulles*, 27(2), 24–29.

# Cinq réalisateurs et un tremplin

MARIE-HÉLÈNE MELLO

Même si l'on attribue généralement le premier vidéoclip québécois à Claude Jutra (*Bozo* de Félix Leclerc, 1955), la véritable naissance de ce médium correspond à celle de la chaîne Musique Plus, inaugurée en 1986 et destinée à un public adolescent. Pour la première fois, on pouvait découvrir à la télévision des vidéoclips d'artistes et de groupes québécois faits par des réalisateurs d'ici, parmi lesquels plusieurs se sont démarqués en cinéma par la suite. Si les États-Unis et la France ont Spike Jonze (*Being John Malkovitch*) et Michel Gondry (*Eternal Sunshine of a Spotless Mind*), deux cinéastes ayant réalisé des vidéoclips remarquables pour des artistes internationaux comme Björk, Beastie Boys et Chemical Brothers avant de s'illustrer au cinéma, le Québec a vu se développer dans ce registre François Girard, Denis Villeneuve, Yves Simoneau, Érik Canuel et Lyne Charlebois, entre autres.

Tous ces réalisateurs ont fait leurs premières armes grâce au vidéoclip à la fin des années 1980, période où la production de clips au Québec a explosé. Le médium bénéficiait alors d'une grande visibilité et jouait un rôle important dans la promotion d'artistes et de disques : le principal défi consistait à rivaliser avec les productions américaines, mais avec un budget moindre. Pour mieux comprendre l'apprentissage que permet le vidéoclip, le lien que ce médium entretient avec le cinéma et la publicité ainsi que les caractéristiques qui lui sont propres, nous avons rencontré cinq réalisateurs qui ont fait l'expérience du vidéoclip et du cinéma, qu'il s'agisse de courts ou de longs métrages, de fiction ou de documentaire. Francis Leclerc et Maxime Giroux ont chacun à leur actif une décennie de clips; Félix Lajeunesse et Stéphanie Weber Biron commençaient en clip alors que les deux premiers cessaient d'en réaliser; et Vincent Morisset, un nouveau venu dans le domaine, propose une façon de renouveler le genre.

## Cinq réalisateurs, cinq parcours

Si les réalisateurs rencontrés considèrent le vidéoclip comme une école permettant d'acquérir les bases nécessaires pour faire un film, où apprend-on alors à créer des vidéoclips? Comment faire

son entrée dans ce milieu? Francis Leclerc, qui en a conçu plusieurs avant de réaliser ses trois longs métrages (*Une jeune fille à la fenêtre*, *Mémoires affectives* et *Un été sans point ni coup sûr*), se souvient avoir été très insatisfait de ses cours en cinéma à l'université : trop de théorie, pas assez de pratique. Il est arrivé dans le milieu du clip un peu par hasard : « C'est le clip qui m'a emmené à Montréal en 1995. J'habitais Québec et j'ai fait un court film pour mon groupe de musique. Je l'ai envoyé à Musique Plus pour rire et Claude Rajotte m'a lui-même téléphoné pour me dire qu'il était intéressé. Je n'en revenais pas! Je suis venu à Montréal pour le présenter, puis une compagnie m'a appelé pour faire du vidéoclip. » Peu de temps après, Leclerc réalisait un second clip, *Seigneur* de Kevin Parent (« parce que Denis Villeneuve avait refusé de le faire! »), et obtenait le Félix du meilleur vidéoclip en 1996. Par la suite, il a réalisé environ cinq clips par année. Bien qu'il ait fait récemment le clip de la pièce musicale *Félicie* de Martin Léon, un ami, Leclerc a aujourd'hui délaissé ce médium pour se consacrer au long métrage et à la publicité, plus lucrative.

Maxime Giroux, l'un des réalisateurs de vidéoclips les plus prolifiques du Québec, a lui aussi fait son entrée abruptement dans le milieu : à 18 ans, son premier clip, réalisé avec un budget de 400 \$, était présenté en rotation à Musique Plus. « Je trouve qu'il y a bien peu d'options pour les jeunes qui veulent faire leurs débuts au cinéma. Pour apprendre le clip, il faut tout simplement en faire. Avec trois amis, j'ai quitté l'université pour en réaliser, puis Nufilms a vu le jour. » Cette boîte de production dirigée par Paul Barbeau est devenue la plus active et la plus influente dans l'univers du vidéoclip québécois, au point où la quasi-totalité des réalisateurs de clips d'ici sont passés par là, y compris Leclerc. Giroux y a conceptualisé une centaine de clips en 10 ans, dont *Parce qu'on vient de loin* de Corneille, primé en France. En parallèle, il a fait quelques courts métrages avant de tourner un premier film, *Demain*, sorti en salle cette année. Giroux a mis fin à la réalisation de vidéoclips, sauf pour des projets occasionnels. Comme Leclerc, il préfère le film publicitaire au clip, comme « à côté » à la création de longs métrages.



Tournage du vidéoclip *Tout va pour le mieux* du groupe Les Beastfeeders, une réalisation de Stéphanie Weber Biron — PHOTO : MÉLANIE TRUCHON

À l'instar de Leclerc et de Giroux, Stéphanie Weber Biron a étudié en cinéma et s'est lancée en vidéoclip pour mettre en pratique les notions acquises. Encore étudiante, la jeune réalisatrice a convaincu un producteur de lui confier la réalisation de son premier clip pour une somme dérisoire. « Je savais déjà que je voulais faire des vidéoclips et il a fallu foncer pendant un bon moment pour réussir à en faire. En 1998, quand j'ai commencé dans le milieu professionnel, il faut dire qu'il y avait bien peu de femmes. » En effet, outre Lyne Charlebois (**Borderline**), réalisatrice de plusieurs clips durant les premières années de Musique Plus, peu de femmes se sont illustrées dans le domaine et leur présence est encore rare aujourd'hui. Tout en soulignant cette situation, Weber Biron a persévéré et fondé Dada Films, notamment pour produire ses vidéoclips et ses courts métrages. Elle a aussi assuré la direction photo de quelques documentaires, dont **Sluts** d'Andrea Dorfman, désigné Meilleur film documentaire au Atlantic Film Festival de Halifax en 2005. Weber Biron continue d'être active dans le milieu du vidéoclip, en tant que réalisatrice et productrice, tout en créant des courts métrages.

Détenteur, tout comme Stéphanie Weber Biron, d'un baccalauréat en production cinématographique de l'Université Concordia, Félix Lajeunesse a, pour sa part, commencé sa carrière comme réalisateur à la télévision. Lorsqu'on lui a proposé de réaliser un premier clip, il a vu là une belle occasion de faire un travail plus créatif. L'expérience lui a permis de rencontrer Paul Raphaël. Depuis, ils travaillent en duo, chose rare dans le domaine, sous la dénomination Félix & Paul. Ce premier clip, *Les Humains*

d'Akido (2005), leur a valu plusieurs prix dans des festivals américains et européens. « Pour le faire, nous n'avions que 500 \$, ce qui couvrait à peine la copie finale sur Betacam. Mais nous voulions à tout prix faire un "vrai" clip et nous y avons consacré environ trois mois, à nos frais, pour que le résultat corresponde à ce que nous voulions. » Le vidéoclip créé à perte a néanmoins entraîné une forte demande, permettant au duo de se spécialiser en réalisation de clips dont l'univers hybride mêle animation et prise de vue réelle. Ils sont aujourd'hui très sélectifs, n'acceptant que les projets qu'ils jugent exceptionnels. En parallèle, Lajeunesse a participé à quelques documentaires tournés dans le Grand Nord, dont l'un sur la tournée de l'Orchestre symphonique de Montréal au Nunavik, et au long métrage **Before Tomorrow** de Marie-Hélène Cousineau, dont il assure la direction photo. Raphaël et lui réalisent des publicités et coscénarisent en ce moment un film. Parallèlement, ils travaillent à un projet expérimental pour Tanya Tagaq, sorte d'hybride entre le vidéoclip et le film d'art.

Vincent Morisset, réalisateur-concepteur multimédia, fait un peu cavalier seul en ce qui a trait à son entrée dans le milieu du vidéoclip. Diplômé en nouveaux médias à l'Université du Québec à Montréal, il s'est illustré dans le domaine du Web avant de réaliser un premier vidéoclip, *Neon Bible* du groupe Arcade Fire. « Après mes études, j'ai commencé à développer des projets Web pour des artistes comme Pierre Lapointe et Jean Leloup. Suivant l'évolution de la technologie, mes projets devenaient de plus en plus cinématographiques. Je trouvais logique de tenir compte des nouvelles possibilités et plateformes de diffusion et je me suis



Deux ex-réalisateurs de vidéoclips sur des plateaux de cinéma : Francis Leclerc (*Un été sans point ni coup sûr*) et Maxime Giroux (*Demain*)



Paul Raphaël et Félix Lajeunesse (2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> à partir de la droite) lors du tournage du vidéoclip *Come and See* de Young Galaxy – PHOTO : AUGUSTIN TOUGAS

toujours intéressé au cinéma d'animation, aux courts métrages expérimentaux, à l'interactif et au non linéaire. Finalement, sans vraiment le savoir, je me suis aperçu après coup que j'étais parmi les premiers à faire du vidéoclip interactif. » La réalisation de Morisset pour Arcade Fire, accessible sur Internet, permet au spectateur, à l'aide de quelques clics de souris, de « personnaliser » son expérience du clip en modifiant les actions du chanteur et les effets visuels. Après 10 années en multimédia, Morisset a fait son entrée en clip récemment : il n'en compte que 3 à son actif, mais ceux-ci ont été très remarqués. On lui doit aussi un documentaire expérimental sur Arcade Fire, *Miroir noir*.

### Le clip comme école

À l'exception de Vincent Morisset, tous les réalisateurs rencontrés par *Ciné-Bulles* admettent avoir d'abord fréquenté le vidéoclip afin d'y gagner l'expérience nécessaire à la réalisation d'un premier long métrage de fiction. Si seuls Francis Leclerc et Maxime Giroux ont atteint à ce jour cet objectif, ils s'entendent tous pour affirmer que la pratique du vidéoclip fournit des outils précieux pour faire du cinéma. Même s'il obéit à une intention promotionnelle précise, le vidéoclip est bien un court métrage cinématographique ou une vidéo d'environ quatre minutes. À l'origine du clip comme du court, il y a une demande de subvention qu'il faut apprendre à faire lorsqu'on le produit. Selon le créneau du projet de vidéoclip (francophone ou anglophone, grand public ou non), les fondations Musicaction, FACTOR, VideoFACT, Bravo!FACT et MaxFACT peuvent en financer la création. Ces organismes, soutenus par des chaînes télévisées ou par le gouvernement fédéral, donnent des subventions aux clips de certaines compagnies de disques. Les fonds sont attribués en fonction du synopsis du clip proposé, de son contenu musical et de la faisabilité du concept par rapport au budget soumis. Mais, au-delà de l'apprentissage des requêtes en subvention, la réalisation de clips peut aussi influencer la conception du cinéma et les productions

subséquentes d'un réalisateur. Par exemple, certaines caractéristiques du film de Giroux paraissent découler ou se poser en réaction au clip : le rôle que joue la bande sonore dans ses films, le refus de recourir à la musique ou l'importance de l'image au détriment des dialogues.

Pour Francis Leclerc, l'apprentissage qu'offre le clip n'est pas nécessairement propre à ce médium, puisque la réalisation de films publicitaires peut remplir la même fonction. « Pour moi, le clip a été, au même titre que plein de choses, une école. Plus un réalisateur tourne, meilleur il devient. C'est comme un joueur de hockey toujours cloué sur le banc : il finit par perdre ses réflexes. Grâce au clip, j'ai eu l'occasion d'être en tournage presque continuellement. Je suis aujourd'hui un *has-been* du milieu : j'ai remplacé le clip par la pub et c'est beaucoup plus facile de gagner ma vie ainsi. » Notons cependant qu'il est rare qu'un réalisateur fasse ses débuts en pub et que le vidéoclip sert aussi, dans la plupart des cas, de tremplin vers ce médium.

Si le vidéoclip permet de se maintenir actif en tant que réalisateur, c'est aussi un laboratoire pour tester certains concepts ou procédés. Stéphanie Weber Biron explique son intérêt pour le clip par les possibilités d'exploration que le médium autorise, notamment en matière d'éclairages, de cadrages et d'effets spéciaux. Il semble qu'on puisse y oser davantage sur le plan formel, sans toutes les contraintes de continuité et de logique qu'implique la narration d'une histoire. Certains clips d'envergure exigent aussi d'organiser une séance de *casting* et permettent d'apprendre à diriger des comédiens et des figurants. Encadrer un groupe ou un artiste n'est souvent pas une mince tâche, rappellent Weber Biron et Leclerc ; c'est un peu comme travailler avec des acteurs inexpérimentés, plus ou moins consentants, voire parfois ingrats si l'on se fie aux propos de Leclerc. « Leur but est de bien paraître et ils t'utilisent comme réalisateur pour peaufiner leur image. C'est aider un artiste à se vendre. »



Vincent Morisset (2<sup>e</sup> à partir de la gauche) pendant le tournage du vidéoclip *Porté Disparu* de Malajube – PHOTO : ANDREPELOQUIN.WORDPRESS.COM

L'expérience du vidéoclip pour un réalisateur constitue aussi une façon d'apprendre à travailler en équipe et de développer des relations de travail qui perdurent. Par exemple, dans *Demain*, Maxime Giroux a fait appel à une directrice photo, Sara Mishara (*Tout est parfait*) et à des techniciens rencontrés durant sa période de réalisation de vidéoclips. Francis Leclerc souligne aussi cet avantage : « Le clip m'a apporté plein de belles rencontres avec des gens qui aujourd'hui travaillent encore avec moi sur les plateaux. Dans mes deux premiers films, la musique est réalisée par Pierre Duchesne, un réalisateur d'albums que j'ai connu pour son travail avec Kevin Parent. Grâce au clip, j'ai aussi rencontré des musiciens, des directeurs photo et des comédiens qui travaillent encore avec moi aujourd'hui. » Une belle façon, donc, de découvrir de nouvelles méthodes de travail, de se créer un réseau et de constituer une équipe de rêve pour ses projets personnels.

Vincent Morisset, Francis Leclerc et Félix Lajeunesse semblent considérer que le plus important, pour un réalisateur, est de tâter différents médias pour en tirer pleinement profit. « Au final, il existe plusieurs façons d'apprendre à faire du cinéma : tu l'assimiles dans toutes les disciplines mais, moi, j'ai besoin d'explorer différents types de réalisation pour comprendre ce qui est propre à chaque médium », explique Lajeunesse. Du même avis, Leclerc ajoute que le vidéoclip a fait en sorte qu'il acquière les compétences techniques pour tourner en 16 et en 35 mm. Maxime Giroux, même s'il s'avoue aujourd'hui peu satisfait de la majorité des vidéoclips qu'il a conçus, affirme néanmoins qu'il n'aurait sans doute jamais pu réaliser de fictions s'il n'avait pas baigné dans l'univers du clip : « J'ai compris quel genre de réalisateur je suis et quel est mon style de cinéma. En clip, on a l'occasion d'explorer la forme, alors qu'au cinéma, il faut qu'elle serve à raconter une histoire. J'ai retenu qu'il y a un sérieux danger à faire des images vides. C'est à mon avis ce que proposent la plupart des clips. » Vide ou pas, le clip paraît en effet être une école



La réalisatrice Stéphanie Weber Biron sur le tournage de son court métrage *Gabrielle* et son frère Olivier Biron, assistant à la caméra – PHOTO : NICOLAS CANNICIONI

permettant aux réalisateurs de mieux comprendre ce qu'ils veulent faire ou ce qu'ils souhaitent éviter.

### Innovations à petit budget

L'expérience de tournage et l'exploration formelle qu'alloue au réalisateur le vidéoclip semblent correspondre aussi à certains aspects du kino (court film fait avec les moyens du bord), activité à laquelle se sont adonnés Maxime Giroux et Vincent Morisset. Pour ce dernier, l'apprentissage du kino a précédé celui du vidéoclip : « Le kino aussi est une école, parce qu'on doit tout y faire soi-même. J'y ai beaucoup participé durant les quatre premières années du mouvement. Parallèlement à mon travail de programmeur intégrateur multimédia, le kino me permettait d'expérimenter, de faire des films d'animation et de côtoyer des gens qui avaient des démarches cinématographiques intéressantes. Ça a beaucoup influencé mes vidéoclips. » Le kino le plus connu de Morisset, *Damien le daltonien*, a été créé en 48 heures et présenté dans plusieurs événements internationaux. Il est en « bicolorama », c'est-à-dire composé par la surimpression d'une image bleue et d'une image rouge, qu'on visionne avec des acétates de couleurs correspondantes, à la manière des anciennes lunettes « 3D ». Un film participatif, donc, qui obéit à la même volonté que ses clips : explorer les possibilités d'interaction avec le spectateur.

Si elle n'a pas fait partie de Kino, Weber Biron a participé à un concours similaire, le 2880 Film Blitz, qui consiste à créer un court métrage en 48 heures. Elle et ses collègues y ont remporté le premier prix avec le film *Jan Zenek disparaît*. Pour la réalisatrice, le principal lien entre le vidéoclip et ce genre d'exercice de création est l'expérience de la contrainte : « L'ensemble des contraintes de temps et de budget te force à être créatif et débrouillard. En clip comme en kino, il s'agit de proposer le résultat le plus intéressant possible avec très peu de moyens. »

Cet apprentissage lui permet désormais d'être « économe » pour d'autres types de production et de savoir exactement comment répartir le budget pour parvenir à ses fins. « Si tu sais déjà te débrouiller avec pas grand-chose pour obtenir un résultat intéressant, cela peut t'aider ensuite dans la réalisation d'un court ou d'un long métrage. » Plutôt que de participer à Kino, Félix Lajeunesse a préféré éprouver la contrainte en réalisant des vidéoclips : « À l'époque, au lieu de faire du kino, j'aimais mieux recevoir un budget pour faire un vidéoclip de Yann Perreau, par exemple. Même si je n'étais pas beaucoup payé, le fait de recevoir des sous, de créer quelque chose avec une équipe qui allait ensuite être présentée à la télévision me donnait l'impression que c'était une meilleure façon d'avancer. » Les vidéoclips ainsi produits servent alors de carte de visite et permettent de se spécialiser et de se démarquer.

Tous s'entendent pour dire que le vidéoclip est en général sous-financé et qu'il faut en faire plusieurs pour gagner sa vie convenablement. L'expérience ressemble d'abord à du bénévolat, puis peut devenir lucrative avec le temps. « Au début, c'est un gros sacrifice, raconte Lajeunesse. Tu vois trop grand avec le budget ridicule qui t'est confié, donc tu prends la décision de ne pas te payer ou de faire le maximum toi-même. » Depuis les années 1990, les budgets alloués à la création de vidéoclips au Québec semblent avoir radicalement diminué et il n'est pas rare aujourd'hui de devoir en créer un avec 5 000 \$ à 10 000 \$, voire parfois beaucoup moins. « Le clip est quelque chose que je fais par pur plaisir, ça ne me permet absolument pas de gagner ma vie. Le montant reçu est ridicule par rapport au travail investi », affirme Morisset, qui vient de terminer le dernier vidéoclip de Malajube, *Porté disparu*, sa première réalisation « traditionnelle ». Pour sa part, Maxime Giroux est parvenu à vivre du vidéoclip et même à économiser pour des projets personnels : « Faire des clips m'a permis de ramasser des sous pour faire les courts métrages que je voulais faire. Et avec ces courts métrages, j'ai pu me rendre au long métrage. » Francis Leclerc aussi arrivait à subvenir à ses besoins lorsqu'il faisait du clip, même s'il souligne qu'il vivait avec peu. « Lorsque le clip est arrivé dans ma vie, je faisais déjà des courts métrages depuis l'âge de 18 ans. J'ai toujours été très chanceux, mais d'une grande naïveté... Quand j'ai appris qu'on pouvait être payé pour faire le métier de réalisateur, je n'en revenais pas! Je passe ma vie à être payé pour m'amuser. » Vivre de la réalisation de vidéoclips a donc été possible pour les deux cinéastes autrefois les plus actifs dans ce domaine, durant une période plus faste. Il aura cependant fallu en tourner plusieurs par an et être moins sélectif quant aux projets retenus pour y parvenir.

### Le vidéoclip, un art?

Plusieurs institutions d'Amérique du Nord et d'Europe organisent des expositions et des événements présentant des rétrospectives de vidéoclips. À Montréal, le Musée d'art contemporain propose

dans ses salles, depuis 2006, une section intitulée *Vidéomusique* consacrée au meilleur du clip, où l'on a vu quelques clips de Vincent Morisset. Deux réalisations de Morisset ont été présentées au British Film Institute : les clips *Neon Bible* d'Arcade Fire et *Sleeping Sickness* du groupe torontois City and Colour. Il existe aussi des festivals du clip, des événements mettant en vedette des réalisateurs à surveiller, de même que des festivals de cinéma qui proposent une section dédiée à ce médium. Au-delà de l'outil promotionnel, le clip généralement méprisé pourrait-il, dans certains cas, posséder une certaine valeur artistique, constituer une œuvre en soi?

Lorsqu'on pose la question aux réalisateurs, peu d'entre eux sont affirmatifs. Maxime Giroux s'avère le plus catégorique à ce sujet : « Un clip n'est pas une œuvre d'art, c'est un produit de marketing. C'est une publicité pour un groupe, c'est tout! J'ai beaucoup de mal avec les gens qui se prennent pour des artistes en faisant des clips. Ça se répète constamment, c'est bourré de clichés. Il y a évidemment quelques réussites dignes d'intérêt, mais il y en a rarement un qui fasse réfléchir ou qui ait un véritable impact. Ce sera toujours un genre mineur. » Félix Lajeunesse va jusqu'à affirmer que le vidéoclip est un « médium poubelle » où l'on peut faire presque n'importe quoi et où plusieurs s'en tirent ou sont même félicités pour des réalisations moyennes, voire médiocres. Contrairement aux courts métrages, qui portent la signature du réalisateur et qui sont, selon lui, davantage jugés et évalués par le public et les gens du milieu. « C'est peut-être parce qu'on n'a pas une culture ou une célébration du vidéoclip local. Ce sont surtout les adolescents qui écoutent les clips, à la télé et sur Internet; il n'y a pas un public critique qui se rencontre pour en parler. Par conséquent, un mauvais vidéoclip est tout de même diffusé et le fait qu'il soit raté est sans conséquence. On l'oubliera vite. » En dehors du milieu, on parle peu des vidéoclips et le grand public est généralement incapable de nommer un seul de ses réalisateurs. Ainsi, la réception du clip et l'absence d'une « critique du clip » semblent faire partie du problème.

Selon Giroux et Lajeunesse, le manque de qualité dans le domaine du vidéoclip explique en grande partie qu'il demeure un genre mineur parfois méprisé ou qui laisse tout simplement indifférent. Serait-il possible, malgré les contraintes énoncées, de proposer une création cinématographique originale? D'après Stéphanie Weber Biron, il existe deux sortes de vidéoclips. Le premier relève de la simple exécution du désir de l'artiste, de son gérant ou de son label : le réalisateur se contente alors d'accomplir le mieux possible son mandat, en fonction d'un concept souvent prédéfini et de l'objectif de « vendre l'image » du chanteur ou des musiciens. « J'essaie toujours d'ajouter mon grain de sel quand même, mais la liberté de création est très limitée », considère-t-elle. Lajeunesse refuse pour sa part de réaliser ce type de clip répandu aux États-Unis : « Aujourd'hui, certains producteurs américains vont jusqu'à t'envoyer une description exacte du clip à faire. J'ai déjà reçu huit pages de contraintes, mentionnant même l'angle



Image tirée du documentaire expérimental réalisé par Vincent Morisset, *Miroir noir*, sur le groupe Arcade Fire

pour filmer le groupe, les préférences de mouvements de caméra, avec exemples à l'appui. Tous les ingrédients pour faire une vidéo sans signature. C'est le summum de la non-expression! » Dans le second type de clip, toujours selon Weber Biron, on donne carte blanche à un réalisateur choisi pour le style de ses œuvres. « J'ai toujours carte blanche pour mes clips, raconte Vincent Morisset, et je n'en fais que pour des artistes que j'apprécie, dans des conditions qui me permettent une attitude créative. J'en fais moins, mais je les choisis bien. » C'est sans doute là que le travail peut devenir intéressant et traduire une vision et une démarche artistiques, malgré la contrainte qui demeure : vendre une pièce, un album et ceux qui l'interprètent.

Lajeunesse considère que le seul aspect « cinématographique » du vidéoclip est l'univers riche et surprenant qu'il peut proposer. Selon lui, c'est uniquement à travers cet univers que la vision du réalisateur s'exprime. « Le format ne permet pas tellement de développer une fiction crédible, surtout s'il faut l'entrecouper de moments où le groupe joue la pièce... Nous n'avons pas nécessairement la possibilité d'ajouter du son, alors il ne reste que les images pour exprimer quelque chose. Mais ce n'est pas non plus un film muet, parce que la musique commande l'émotion, surtout s'il n'y a pas d'autre son. Par conséquent, c'est de la fiction handicapée! Je vais donc adopter une démarche qui s'apparente à la bande dessinée, proposer des tableaux évocateurs et créer un univers fictionnel. » Le jeune réalisateur explique qu'il ne réalise qu'occasionnellement des vidéoclips, quand le projet offre la possibilité de créer un univers inhabituel pour le groupe en question, un contexte purement imaginaire conçu comme celui d'un court métrage de fiction. « Pour que le clip soit bon, à mon avis, il faut que l'univers qu'on crée soit assez riche pour le cinéma. » Et c'est selon lui la mission d'un réalisateur de vidéoclips : prendre le risque de présenter à un groupe ou à un artiste un univers totalement différent ou éclaté, auquel il n'aurait jamais pensé, mais qui lui correspond bien.

Même s'il semble que le contexte de réalisation et de diffusion du vidéoclip ait beaucoup changé depuis les années 1990, en grande partie à cause de la popularisation d'Internet et de YouTube, en faire demeure un bon moyen pour les cinéastes en herbe d'apprendre leur métier. Le vidéoclip lui-même a subi plusieurs mutations : autrefois souvent bête illustration littérale des paroles d'une chanson, il peut aujourd'hui être plus abstrait. Malgré l'essor qu'a pris la production en clip, certains restent très classiques et banals; on trouve encore, par exemple, le scénario convenu du groupe montré en train de jouer sa pièce. Mais il existe aussi une autre sorte de clip où l'on ne voit même plus les artistes, comme celui d'*Akido* conçu par Félix Lajeunesse et Paul Raphaël, ou alors plus hybride, comme ce que Vincent Morisset a proposé à Arcade Fire.

Cette distinction entre un clip « artistique » ou « cinématographique », qui peut s'apparenter davantage au court métrage expérimental, et la simple commande qui procède de la même manière que la réalisation publicitaire, paraît importante. Le premier type a été popularisé au cours des années 1990, avec la venue en vidéoclip d'une nouvelle école de réalisateurs, dont Jonze et Gondry : en référence au cinéma, leurs réalisations ont été considérées comme des « clips d'auteur » portant la signature de ceux qui les font. Les caractéristiques qui séparent le clip de la publicité et du court métrage de fiction sont certes parfois minces ou floues. Le médium emprunterait-il à chacun sans toutefois bénéficier d'une identité spécifique? Cette hypothèse permettrait d'expliquer pourquoi ce genre est parfois méprisé, même s'il sert d'important tremplin pour les jeunes cinéastes qui réaliseront peut-être un jour un long métrage. Le vidéoclip n'est pas toujours un art, il s'en fait d'ailleurs de très mauvais, mais il se présente comme un lieu d'exploration révélateur de la nouvelle génération de cinéastes. ■

Félix Lajeunesse et Paul Raphaël : [www.felixetpaul.com](http://www.felixetpaul.com)  
 Stéphanie Weber Biron (Dadafilms) : [www.myspace.com/dadafilms](http://www.myspace.com/dadafilms)  
 Vincent Morisset : [www.vincentmorisset.com](http://www.vincentmorisset.com)