

## Vidéoclip et cinéma Les vases communicants

Thierry Horguelin

Numéro 48, mars-avril 1990

Le vidéoclip

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/24768ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

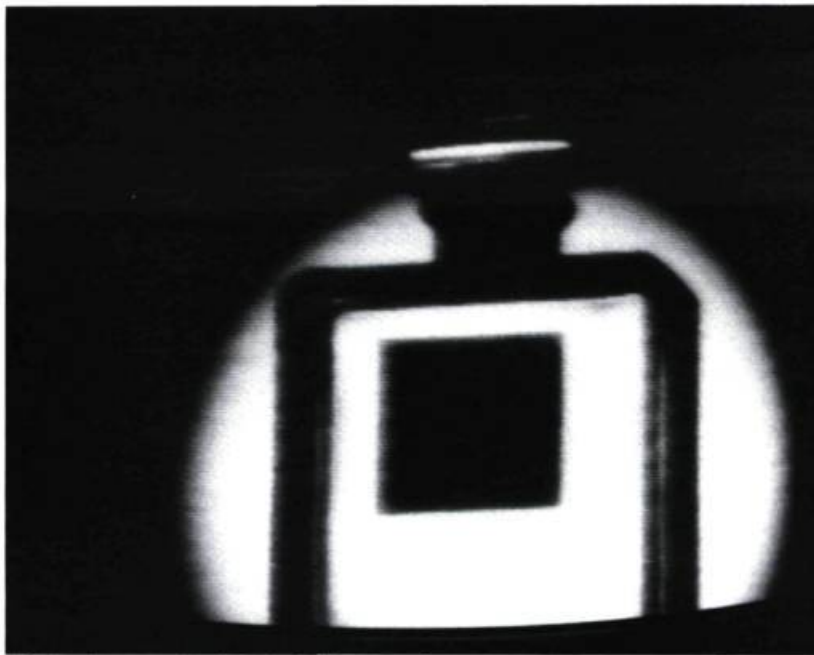
Citer cet article

Horguelin, T. (1990). Vidéoclip et cinéma : les vases communicants. *24 images*, (48), 35-38.

## VIDÉOCLIP ET CINÉMA

## LES VASES COMMUNICANTS

PAR THIERRY HORGUELIN



*The Way that you Love Me* de Paula Abdul. «Une pub pour rien»

Il y a (presque toujours) du cinéma dans les clips. Il y a (de plus en plus) de clips dans les films. Parce qu'il fonctionne, époque oblige, sur un mode elliptique et référentiel, le clip puise naturellement au cinéma comme à un réservoir de mythologies instantanées, déjà constituées et immédiatement identifiables, qui lui permettent de faire l'économie d'une narration. Si le clip raconte rarement *une* histoire, il en rappelle mille connues et en suggère mille possibles, évanouies aussitôt qu'éveillées, en jouant d'un système codé d'emprunts et de citations, à quoi correspondent des types précis de progression (réitérations, récits en boucle, mises en abyme, etc.). Souvenirs de films de genre, lambeaux de films noirs, vestiges du star-system qui renvoient à l'imaginaire le plus cohérent qu'ait suscité le cinéma, et au bagage commun de la cinéphilie.

*Russians* (Sting) et *Ob Father* (Madonna) pastichent quelques plans de *Citizen Kane*, *You Might Think* (the Cars) convoque *King Kong* pour mémoire, *Temptation* (Stalag 17) reprend les décors de *Caligari* et certains titres: *Dr. Mabuse* (Propaganda, plutôt raté) ou *My Name is Norman Bates* (Landscape, plutôt réussi) sont assez explicites pour se passer de commentaire. On pourrait multiplier les exemples. La chose est si répandue qu'elle est devenue un automatisme inconscient du clip, que le spectateur à son tour n'est plus sûr d'enregistrer. A-t-on vraiment vu, ou halluciné, une allusion trop rapide à *Nosferatu* dans *Lullaby* (The Cure) ou à *West Side Story* dans *Marcia Baila* (Rita Mitsouko)? Un pas de plus et la généralisation du procédé entraîne sa mise au carré: l'emprunt s'affiche comme emprunt et c'est l'idée même de citation que l'on cite.

## L'ŒUF ET LA POULE

En cela, le clip ne fait que désigner de façon voyante, parce qu'il la systématiser et l'accélère, l'évolution irréversible du cinéma depuis les années 60. (Parallèlement, il réactualise des virtualités que l'histoire du cinéma avait laissées en suspens: non-continuité des débuts du cinéma muet, montage-attraction d'Eisenstein, inscription de la lettre des textes comme chez Vertov...). Combien de films aujourd'hui, à l'instar des clips, fonctionnent comme la fausse bande-annonce d'un film qui n'existe pas? C'est ainsi: une image, aujourd'hui, renvoie toujours à d'autres images. Aussi est-il permis de préférer la modestie et l'ingéniosité de certains clips, où ces jeux de miroirs trouvent leur durée idéale, au néo-pompiérisme infatué de certains films (*Element of Crime* de Lars Von Trier refaisant, deux heures durant, *Touch of Evil*). La seule question qui se pose est de savoir où finit le clin d'œil culturel qui flatte l'intelligence du spectateur et où commence un véritable travail signifiant sur le collage et la citation. (Cette question en cache une autre, plus crue, celle de la crise de la fonction du récit: citer mille histoires, n'est-ce pas avouer qu'on ne sait plus, ou qu'on ne désire plus, en raconter une?). Autant, par exemple, la référence à Magritte paraît gratuite dans *Hourglass* (Squeeze), autant l'allusion à Arcimboldo, dans l'admirable *Sledgehammer* (P. Gabriel), s'intègre parfaitement à un projet cohérent où plane le fantôme de Méliès (cf. le train et le côté «Aventures d'une tête»). Autant un collage d'extraits de spots publicitaires, dans *The Way That You Love Me* (Paula Abdul), aboutit à un résultat équivoque et déplaisant, quelque chose comme une pub de rien, ou une pub qui vend l'idée de pub, autant, sur le même principe, *Love For Sale* (Talking Heads) court-circuite de l'intérieur l'imagerie dérisoire de la publicité en la retournant contre elle-même, et réinfecte une dimension critique à un procédé surexploité. Tout n'est donc pas perdu.

Reste que le «monde des images», saisi de l'affolant vertige que l'on sait, est une vaste usine de recyclage où l'on traite tout et n'importe quoi, où il devient impossible de décider qui est la poule et qui est l'œuf. Dans le ménage à trois cinéma-clip-publicité, chacun échange ses usages. Le clip fait d'extraits de *The Goonies* qui illustre la chanson du film sert-il d'outil de promotion au film, à la chanson, aux deux, où est-ce l'inverse? Plus complexe, le cas du *Batdance* de Prince est aussi plus symptomatique. D'une commande dont il ne reste presque rien dans le film de Tim Burton, Prince tire un album indépendant dont le succès profite au film et réciproquement. Quant au clip, il utilise des extraits sonores du film pour un résultat d'ailleurs décevant où la notion publicitaire de «concept» trouve sa limite, mais qui rend indémêlable ce champ d'interférences, de parasitage et de contamination réciproques où la promotion ne sert bientôt plus d'autre fin qu'elle-même.

## DU CLIP DANS LES FILMS AU FILM-CLIP

Tandis que le clip vampirise le cinéma, celui-ci tantôt est contaminé par l'esthétique-clip, tantôt tente de se l'approprier. Premier constat: du vidéoclip, le tout-venant du cinéma retient l'aspect le moins intéressant. Dans ses meilleurs occurrences en effet (clips de Peter Gabriel, New Order, Talking Heads), le clip a innové dans la recherche de formes et de rythmes

plus complexes qu'on ne l'a dit: destruction de l'analogie de la figuration, combinatoires aberrantes, déchaînements rhétoriques (comme une ponctuation sans texte), effets de désarticulation et de décalage par rapport à la scansion binaire de la musique, irruption de la fixité au cœur de montages affolés, invention d'un nouveau burlesque (clips de Svankmajer et de Rybczinski)... Toutes choses éminemment rafraîchissantes dans le marasme tiède de l'audio-visuel, mais qui renvoient plutôt au vidéo-art (on en trouve la trace dans le début magistral de *Soigne ta droite* de Godard, après quoi hélas le film s'écroule). De tout cela le cinéma aura exploité le plus souvent la part la plus facile et la plus ostentatoire: le montage stroboscope, le bombardement d'effets chocs, la surenchère visuelle, qui peuvent donner des résultats étonnants sur trois minutes, deviennent assommants sur une durée d'une heure et demie. On en mesure l'effet d'égalisation sur un film comme *Beverly Hill Cop II*, systématiquement monté «cut». En revanche, Scorsese, dans *The Color of Money*, en réserve l'emploi aux seules parties de billard, dont il décuple l'impact.

De l'appât commercial à une véritable mise en jeu dans un projet formel, les usages du clip dans les films sont multiples et obligent presque à un inventaire cas par cas. Le plus souvent, il servira de piment dans le ciblage des «teens» pour mettre de vieilles recettes au goût du jour. *Absolute Beginners* est un bon exemple de ces produits hybrides pour consommation immédiate où des ingrédients bien connus (bluette édulcorée, reconstitution fétichiste du Londres des «fifties», univers factice de la mode et de la pub) s'ajoutent les uns aux autres sans que l'ensemble ne «prenne». Au milieu de cette macédoine, un maigre clipeton, où s'ébat un Bowie pâle reflet de lui-même, n'est qu'un argument de vente supplémentaire.

Plusieurs crans au-dessus et le clip cesse d'être une pièce rapportée à des fins de réclame, pour s'intégrer dans la trame du film où il assume des fonctions diverses. C'est aussi ici que les frontières du «genre» deviennent imprécises. Peut-on proprement parler de clip à propos du prologue de *Down By Law* où, sur une chanson de Tom Waits, de longs travellings plantent le décor du film, préparent son ambiance, installent sa thématique (l'errance, le voyage)? La même question se pose avec le générique de *Do The Right Thing* qui emprunte son énergie au rap et l'investit d'un sens politique. On pense à l'usage que fit le cinéma novo de la culture brésilienne populaire à des fins révolutionnaires; mutatis mutandis, Spike Lee ne fait pas autre chose: le clip se fait manifeste.

Ainsi le clip annonce ou résume au mieux la teneur thématique et esthétique du film où il s'insère, au pire son «look» ou son image de marque: telle la séquence centrale d'*Anne Trister* qui condense non sans emphase le symbolisme assez lourd du film en opposant le désert et l'hiver, tempête de sable et tempête de neige. La rapidité du clip permet encore d'évoquer un arrière-plan sociologique nécessaire au scénario en s'évitant le détour d'une mise en place (*The Dead Pool*). Plus rarement, il participe directement à la narration: dans *Body Double*, le clip «hard-core» parodique de Frankie Goes to Hollywood, en plus de servir de ponctuation (il intervient sans crier gare après une scène éprouvante et joue le rôle d'une césure), relance l'action sur une nouvelle piste tout en faisant accepter une

PHOTO : CINÉMATHEQUE QUÉBÉCOISE



*King Kong* de Merian Cooper et Ernest B. Schoedsack (1933)



King Kong réveillé  
par The Cars dans  
*You Might Think*



Un nouveau burlesque sous l'œil de Zbigniew Rybczynski: *The Original Wrapper* de Lou Reed

coïncidence qui paraîtrait autrement improbable. Enfin, dans l'insolite *True Stories* de David Byrne, conçu à la fois comme un faux documentaire et une grande revue, les clips jouent un double rôle de «numéro» et de commentaire ironique, en même temps qu'ils signalent le point où la banalité du spectacle quotidien se mue en spectacle de la banalité. Reste qu'à force de montrer la banalité du Texas profond, le film lui-même semble atteint d'une sorte d'aplatissement du regard.

C'est sur un autre écueil que butent les cinéastes qui conçoivent leur film comme un clip ininterrompu. Passé le premier quart d'heure de *Pink Floyd: The Wall* (d'Alan Parker) et *Highlander* (de Russel Mulcahy, auteur de clips d'Elton John et de Duran Duran), l'accumulation des effets parvient à saturation et dispense un sentiment paradoxal de piétinement et de monotonie. Ces films méconnaissent la nécessité d'une respiration, de quelques plages calmes qui donneraient par contraste du relief aux moments forts plutôt que de les annuler dans une banalisation de la surenchère. Conjointement, la faiblesse du fil conducteur amoindrit la force du brio technique au lieu de la mettre en valeur. Mulcahy s'en tire mieux dans l'ahurissant *Razorback*, où un scénario de thriller fantastique, classique mais correctement construit, offre un soubassement plus ferme au déploiement des effets (focales ultra-courtes, prises de vue à ras du sol, suppression des transitions, passages violents des ensembles aux détails, fumigènes, emploi de filtres colorés, jeux d'éclairage, etc.), même si s'impose à la longue l'impression que la virtuosité s'exerce aux dépens (ou dans l'ignorance) du suspense.

Tout se passe comme si, en voulant s'affranchir des supposés clichés de la fiction et des personnages, les cinéastes reconduisaient, par un phénomène bien connu, des clichés plus convenus encore. Pourtant il y a là, même non couronnées de succès, des tentatives intéressantes d'inventer des rapports différents à l'espace et au temps réels, et de repenser le découpage non plus comme la synthèse de vues partielles recomposant un tout pré-existant, mais comme un puzzle de fragments qui ne s'additionnent pas.

#### LE CINÉMA DIGÈRE LE CLIP

Sans doute appartenait-il à des «auteurs» de refondre ces tentatives dans la cohérence d'un propos et d'un style. Ainsi, si plusieurs visions de *Mauvais sang* en émoussent l'éblouissement et font même sentir une certaine lourdeur de l'ensemble, elles imposent plus nettement le film de Carax comme un collage qui procède par grandes cellules autonomes, où s'affirme un sens assez rare de la scansion, des diastoles et des systoles, des temps faibles et des temps forts (chose qui manque précisément aux films-clips précités). Le beau clip où, sur *Modern Love* de Bowie, Denis Lavant court et saute pour conjurer la douleur, prend à contrepied les usages puisqu'il s'agit d'un plan-séquence qui réinscrit l'urgence d'une performance en temps réel. C'est aussi le moment où le film se résume (le désir d'envol, de s'arracher au sol et d'échapper à la pesanteur terrestre est le sujet secret de *Mauvais sang*) et où il se recharge, à la façon d'une pile.

Mais c'est à Raoul Ruiz que l'on doit la réussite la plus étonnante du genre. Il y avait à l'origine de *Régime sans pain* la commande de cinq clips pour le groupe Angel et Maimone, dont Ruiz s'est acquitté en la faisant basculer dans son propre univers. Les clips (très drôles) s'insèrent sans transition dans une fable délirante sur la précarité du pouvoir à l'heure des médias, qui tient du «serial» fantastique et d'un *Mad Max* parodique. Mais le génie de Ruiz est de faire de son film une métaphore de la cannibalisation du cinéma par les clips: ce cadavre que l'on dépèce à la morgue, c'est aussi le cinéma dont la publicité et le clip font leur miel. Comme quoi le dernier pouvoir d'un cinéma aujourd'hui minorisé est peut-être de boucler cette boucle: non plus subir passivement le clip mais l'assimiler et le faire sien, réabsorber le «monde des images» en se laissant absorber par lui, être de ce monde la part maudite et la mauvaise conscience. ■