

LE CHOIX DU SUJET. Andrée Preschia

Après un concours, certains participants se demandent parfois pourquoi leur film n'a pas été retenu par le jury, alors qu'il leur semblait pourtant fort bien fait.

C'est peut-être parce que si la partie technique (prise de vue, montage) est très importante en vidéo, le choix du sujet l'est tout autant. Si un film, bien réalisé, n'a pas eu de succès, c'est peut-être parce que le sujet n'était pas assez fort, pas assez intéressant, pour retenir l'attention des spectateurs.

Tous les sujets sont bons si ils sont bien traités mais certains plaisent plus sûrement que d'autres. Dès lors comment savoir si le sujet qui nous intéresse va plaire (à un spectateur, à un jury) ou pas ?

Tout d'abord quelles sont les catégories de sujets que nous pouvons aborder ?

Il y a quelques temps, j'ai eu la chance de rencontrer un canadien, professeur de sémiologie à l'université de Montréal. (La sémiologie est la science qui étudie les procédés auxquels nous recourons en vue de communiquer avec les autres.)

Le cinéma étant avant tout un langage, un moyen de communication, voici en résumé comment ce sémiologue classe et analyse le: "sujet en image".

- En premier lieu viennent les sujets d'intérêt strictement personnel, comme les films de famille, les reportages classiques de mariage ou de communion, les films parlant de nos enfants, de notre chat ou de notre chien, les documents relatif à notre habitation, les films réalisés lors de nos vacances, chambre d'hôtel, etc.

En peu de mots: les films parlant "de nous et de nos proches". Les films dont nous sommes "les vedettes".

Si ces films nous sont précieux c'est surtout parce qu'ils contiennent une grande charge affective, mais malheureusement, il faut être conscient que ce paramètre ne présente, en général, aucun intérêt aux yeux du spectateur étranger.

Mais il ne faut cependant pas oublier que ces films sont ceux qui resteront et qui seront le plus regardés, car ils sont les supports de nos souvenirs.

- En second, viennent les sujets d'intérêt limité : par exemple, les films réalisés lors d'un voyage en groupe, qui souvent n'intéressent que les participants au voyage. Ceux tournés pour les membres d'une association, les films publicitaires, les films de commande réalisés pour une école, une entreprise, une société. Les films scientifiques (géologie, biologie, botanique, médecine, etc...) trop pointus ou trop techniques, qui ne s'adressent qu'à une minorité de spécialistes. On peut également ajouter les documentaires sur des sujets passifs (vieille pierres, parfois peinture, sculpture, littérature, etc.)

- Enfin, nous avons les sujets d'intérêt général : catégorie dans laquelle on peut ranger, tout en haut de la liste, les films centrés sur l'élément humain ou sur un sujet d'actualité, les films à tendance artistique, les reportages de voyage réalisés dans des pays peu connus, certains documents écologiques très à la mode actuellement, les films jouant sur les sentiments (bébés animaux, enfants, tragédies humaines, etc.) et les scoops.

Conclusion

Ceci dit, il n'y a pas de mauvais sujets, il n'y a que de mauvais traitements du sujet.

Ne dit-on pas que le bon vidéaste est celui qui arrive à montrer un sujet banal sous un jour nouveau. Ainsi, un film de vacances qui, au lieu de rester centré sur l'auteur, nous parle des pays visités et surtout des gens rencontrés ou des us et coutumes de la région, passe automatiquement de la catégorie "intérêt personnel" à la catégorie des films d'intérêt général. De même, un reportage de mariage réalisé dans un autre pays ou vu sous un autre angle, plus original que le reportage traditionnel, réussira probablement à éveiller l'intérêt des spectateurs.

Faire passer le message.

Une fois le bon sujet choisi, il est impératif de bien le développer, de bien raconter "l'histoire". L'image est un moyen de communication, un langage, il est donc important d'arriver à bien se faire comprendre. Chaque spectateur peut avoir une interprétation personnelle du film, qui

peut ne pas être celle voulue par le réalisateur, mais en fin de comptes, chacun doit avoir saisi au moins les grandes lignes de ce que l'auteur a voulu dire. Dans le cas contraire, le film est raté.

Si l'auteur "sait" clairement ce qu'il veut montrer, ce qu'il veut dire, le spectateur saura ce qu'il doit voir.

L'intérêt.

Au sein même des grandes catégories de sujets, il existe encore des différences.

Des recherches ont été faites, à l'université de Montréal, notamment par des professionnels de la publicité. Ils ont constaté que, indépendamment de l'histoire racontée, certains éléments retenaient, plus que d'autres, l'attention du spectateur.

Ce sont pour commencer, les personnages en action, ceux qui bougent et surtout "qui parlent." Personnages auxquels le spectateur peut s'identifier ou qu'il peut rejeter.

On a remarqué que l'élément humain prend **toujours** le pas sur tous les autres sujets.

Parmi les expériences qui ont été faites, il en est une qui est caractéristique.

- "On montre une vidéo dans laquelle on voit une voiture en gros plan. Un tout petit personnage, immobile est assis dans la voiture. On ne distingue que sa tête, très petite par rapport à la masse du véhicule. L'examineur demande aux participants de décrire ce qu'ils voient. Alors que la voiture semble être l'élément principal de la scène, tous, sans exception répondent : "un homme assis dans une voiture."

D'autres expériences du même genre ont été réalisées et à chaque fois, qu'il soit loin, près, à moitié coupé ou réduit à un détail (main, tête...) le personnage a été désigné comme étant le sujet principal de l'image.

Viennent ensuite par ordre d'importance:

Des sujets comme les personnages immobiles et muets, qui meublent le décor (figurants).

Ensuite, on trouve les animaux en mouvement, sauvages ou domestiques, et puis les insectes et en général tout ce qui est vivant.

Moins intéressant que les éléments vivants, on trouve des sujets comme les véhicules, les nuages, la mer, les ruisseaux, les végétaux secoués par le vent, certains paysages, en fait, tout ce qui bouge.

Et en bout de classement on trouve tous les sujets immobiles, figés (architecture, vieilles pierres, rochers, statues, etc.) auxquels il est impératif d'adjoindre un sujet plus dynamique, pour éviter l'ennui. Par exemple, la visite des ruines d'un vieux château, sera rendue plus vivante si on voit un guide ou un habitant de la région raconter l'histoire du château.

Malheureusement, dans nos clubs, le commentaire d'un film est le plus souvent dit, en voix off, par le réalisateur ou par un de ses amis et les seuls mouvements animant le film, sont ceux de la caméra (pano ou zoom).

Traitement du sujet.

Tous les sujets, quels qu'ils soient, peuvent gagner en intérêt à partir du moment où ils sont bien traités.

Personnages : faire ressortir la personnalité, l'humour, la sensibilité, l'originalité.

Paysage : mettre l'accent sur l'ambiance et surtout jouer avec la lumière. Eviter les prises de vue en plein midi avec un éclairage plat, peu intéressant. Soigner le cadrage.

Sujets immobiles: accentuer la netteté, tabler sur le graphisme, la composition, le rendu de matière, et à nouveau... l'éclairage.

Reportages : mettre en évidence l'originalité, l'insolite, le scoop.

En conclusion, avant de commencer un film, se demander, non pas "est-ce que ce sujet m'intéresse", est-ce que j'aime ça ? Mais bien, "est-ce que ce sujet est suffisamment fort pour intéresser la majorité des spectateurs, qui vont regarder mon film."

