

## De nouvelles technologies

### Nouveaux supports de diffusion

#### Supports traditionnels

Depuis les années 80, les modes de diffusion des films se sont multipliés. Jusqu'au milieu du 20ème siècle, il fallait entrer dans une salle de cinéma si l'on voulait voir un film. Avec l'arrivée de la télévision et des cassettes VHS, le cycle d'exploitation du film s'est élargi. Ces nouveaux modes d'accès ont non seulement changé les habitudes des spectateurs (qui pouvaient dorénavant revoir des films sur le petit écran, ou découvrir un film qu'ils n'avaient pas été voir au cinéma) mais également le mode d'appropriation du film<sup>1</sup>. En effet, si la télévision a permis une sorte de démocratisation de la culture cinématographique, en permettant à un plus grand nombre d'individus d'accéder aux œuvres du grand écran, le magnétoscope offrait l'avantage d'interférer sur le déroulement du film par le biais de différentes fonctionnalités (arrêt sur image, retour en arrière, passage en accéléré, etc...). Ces fonctionnalités ont été exploitées et améliorées avec l'introduction du DVD.



Outre sa définition, supérieure au format vidéo, le DVD propose au spectateur un découpage en chapitres qui permet au spectateur de se repérer plus facilement dans le découpage du film, et d'effectuer une sélection rapide et précise. Ceci nous amène à dresser un parallèle avec un autre média ; le livre. Le passage du rouleau (manuscrit enroulé autour d'un cylindre) au codex (format du livre actuel) avait incité les rédacteurs à structurer leurs écrits en chapitres. Tout comme le codex, le DVD offre au spectateur un contrôle sur la lecture du film. Cela n'est pas sans conséquences, en amont de la chaîne. « Pouvoir arrêter la projection d'un film chez soi est une action essentielle qui conditionne une évolution à la foi de l'esthétique et de la narration des films. » Les réalisateurs prennent en compte cette donnée lorsqu'ils réalisent leur film.

#### Internet

Internet se distingue des médias de masse (presse, télévision, radio) par son rapport à l'ordinateur et aux NTIC. Les réalisateurs ont rapidement compris l'opportunité que représentait ce média pour la diffusion et la distribution de leurs films. A partir de 1998/1999 on trouve sur internet des portails de divertissement ou de cinémas en ligne (Atomfilms, Machinima.com, Flashhog, etc...) proposant les œuvres de Tim Burton, Chuck Jones mais aussi les films de parfaits inconnus. Des sociétés d'animation utilisent le web comme vitrine de leur savoir-faire : « dans les limbes entre la production de masse et l'expression individuelle, chacun peut être producteur<sup>1</sup> ». Internet s'affirme comme un lieu où on l'on produit, expérimente et visionne à un moindre coût. Les festivals ont suivi le mouvement en organisant des votes en ligne. Leurs sites sont concurrencés par des festivals de « Web animation » dont Flashforward, organisé par la firme Macromédia. Il n'est pas étonnant dès lors que le Net ait permis la renaissance du court métrage. D'un point de vue technique, ce format s'accommode particulièrement bien des restrictions de largeur de bande passante. Evoquant le passage au format 16/9ème de la télévision, Rafik Djoumi affirmait que « le processus créatif est entièrement dicté par des raisons pratiques, et notamment dans la façon dont le média est consommé. Qu'il s'agisse de télé, de cinéma ou de vidéo, ce qu'on imagine être la condition du spectateur influe radicalement sur la conception du média <sup>2</sup> ». Les contraintes techniques du Web déterminent en effet les possibilités esthétiques de ces films. Les réalisateurs sont amenés à utiliser des fichiers de petite taille car ils savent que l'Internaute a une patience limitée. Le style et les techniques utilisées devront passer le test de la compression. Des catégories de films comme les dessins animés Flash sont particulièrement bien adaptées à l'environnement Internet.

[Haut de la page](#)

### De nouvelles technologies

Téléchargez ce dossier au format PDF



#### Nouveaux support de diffusion

- 1.1.Supports traditionnels
- 1.2. Internet