

Cloverfield

#25



de Matt Reeves



Etats-Unis- 2008-1h25-couleurs
Réalisation **Matt Reeves**
Producteur **J.J. Abrams, Bryan Burk**
Scénario **Drew Goddard**
Directeur de la Photographie **Michael Bonvillain**
Concepteur créatures **Neville Page**
Chef décorateur **Martin Whist**
Cadreurs **Chris Hayes, Robert Reed Altman, Andy Shuttlesworth**
Interprétation **Lizzy Caplan, Jessica Lucas, T.J. Miller, Michael Stahl-David, Mike Vogel, Odette Yustman**
Distribution **Paramount Picture France**
Sortie française le **06 février 2008**

Après la destruction de New York par une créature immense, une cassette vidéo est retrouvée par l'armée dans les ruines de la ville. C'est le film de Hub, qui, chargé d'immortaliser la fête de départ de son ami Rob, a finalement témoigné de l'attaque du monstre et la lutte d'un groupe de jeunes adultes pour leur survie.

Après un passage par la prestigieuse école de cinéma USC (University of Southern California) et la réalisation d'un court métrage prometteur, **Mr Petrified Forrest**, il se fait remarquer pour sa collaboration avec **Richard Atem** sur le scénario de **Piège à grande Vitesse** de **Geoff Murphy** (1995).

Il est l'un des créateurs de la série **Felicity** (qui relate les péripéties de jeunes adultes à New York...) à laquelle il collabore durant 4 saisons en tant que réalisateur et producteur. Cette série lancée par **J.J. Abrams** (créateur de la série **Lost** et réalisateur de **Mission impossible 3**) est la première d'une série de collaborations entre les deux personnes. Il réalise par la suite pour la télévision de nombreux pilotes ou épisodes de séries comme **Homicides** ou **Miracles**. Sa carrière dans le long métrage débute par la réalisation d'une comédie noire **Pallbearer** en 1996.

Sa participation en tant que co-scénariste et producteur sur **The Yards** de **James Gray** va asseoir sa notoriété à Hollywood. En 2008, il réalise **Cloverfield** qui remporte un vif succès aux Etats-Unis et pour lequel il retrouve **J.J. Abrams**, qui sera encore producteur de son prochain long métrage **The invisible women** (prévu pour 2010).

L'ombre du 11 septembre

En détruisant New York, bastion des valeurs américaines, et sa symbolique statue de la liberté, **Cloverfield** donne à voir une image de l'apocalypse. La ville a une aura telle qu'y porter atteinte provoque un sentiment général d'agression nationale, voire mondiale. Le cinéma l'a bien compris, et c'est pourquoi il l'utilise souvent comme décor pour ses films à grand spectacle. Ainsi, la ville a subi des invasions extraterrestres (**La guerre des Mondes** de **Byron Askin**, 1954), des attaques de monstres géants (**Godzilla** de **Roland Emmerich**, 1998, **King Kong** de **Merian C. Cooper** et **Ernest B. Schoedsack**, 1933) des catastrophes écologiques (**Le jour d'après** de **Roland Emmerich**, 2004) ou encore une transformation en prison géante où règne la loi du plus fort (**New York 1997** de **John Carpenter**, 1981). C'est d'ailleurs en référence à ce dernier que rend hommage la séquence de la tête de la statue de la liberté qui atterrit dans une rue.

On retrouve dans la plupart de ces films les peurs qui ont fait trembler l'Amérique entière et sur lesquelles surfe le cinéma à très grand spectacle, Hollywood en tête. Dans les années 1950, c'étaient les menaces nucléaires et communistes (le pays était en pleine Guerre froide avec l'URSS) qui alarmaient les foules et dont firent écho, au cinéma, les invasions extraterrestres (**Le jour où la terre s'arrêta** de **Robert Wise**, 1952) et les monstres géants (**Tarantula** de **Jack Arnold**, 1950). Aujourd'hui, les inquiétudes portent sur le dérèglement climatique (**Le jour d'après** de **Roland Emmerich**, 2004), les virus épidémiques (**28 jours plus tard** de **Danny Boyle**, 2007), les manipulations génétiques (dans **Black sheep**, film australien de **Jonathan King** sorti en 2008, de gentils moutons deviennent amateurs de chair humaine).

Mais lorsque la créature de **Cloverfield** se met à détruire New York, building après building, certaines images que l'on découvre à l'écran ne sont pas sans rappeler celles qui ont déferlé sur tous les écrans de télévision du monde, le 11 septembre 2001, lorsque deux avions détournés se sont écrasés contre les Twin Towers. Ce film se différencie des précédents parce qu'il renvoie à un drame vécu, à l'instar du **Godzilla** de **Inoshiro Honda** (1954) qui met en scène un monstre destructeur et toute une population paniquée et désespérée, traduisant le traumatisme que fut la destruction de Nagasaki et Hiroshima par la bombe atomique.

Ce qui est un genre de pure fiction prend alors des allures de réalité que le parti pris esthétique renforce davantage. Tout est fait pour donner l'impression que ce film a bien été tourné par un amateur, présent sur les lieux du drame. Le procédé commence dès le début du film : pas de générique, pas de musique, une simple inscription nous annonçant que ce que nous allons voir est une vidéo retrouvée par l'armée sur les lieux du drame. **Cloverfield** réussit ce tour de force d'être un film spectaculaire traité à échelle humaine en se focalisant sur ses personnages.

L'influence d'Internet

Cloverfield est sorti à la même période que **Diary of the dead** (juin 2008) de **George A. Romero** et **Rec** de **Jaume Balagueró** et **Paco Plaza** (avril 2008). Ces trois films d'horreur utilisent le même procédé du "film réalité" rendu célèbre, quelques années auparavant, par **Le projet Blair Witch** (**Daniel Myrick** et **Edouardo Sanchez**, 1999) : ce que nous voyons a été filmé par les personnages. Ce parti pris formel est directement inspiré d'Internet et des jeux vidéo aujourd'hui les deux médias les plus pratiqués devant le cinéma et la télévision et qu'ils influencent jusque dans l'esthétique. Les films réalité empruntent l'atmosphère des jeux vidéo tels que **Silent Hill** ou **Resident Evil** et de leurs expériences immersives qui captivent le spectateur par un rythme et un suspense soutenus, le poussant à ne pas décrocher et à se laisser cueillir par le glissement de l'horreur.

Ils font également référence aux vidéos d'amateurs que l'on retrouve en grand nombre sur des sites comme Dailymotion ou YouTube, où chacun peut voir des milliers de nouvelles vidéos chaque jour et déposer sa contribution. La popularité de ces sites révèle de nouveaux comportements chez le spectateur et de nouvelles pratiques dans la réalisation et la diffusion des images, influencées notamment par la télé réalité. Le quotidien de chacun, mis en scène, filmé puis mis en ligne, devient spectacle, au même rang qu'un événement majeur. Internet facilite ainsi l'immixtion de la vie privée dans la sphère publique, comme l'insinuent les parcelles de l'intimité de Rob et Beth, prises en étau entre les images de la cavalcade du groupe (la cassette avait préalablement servi à filmer une escapade amoureuse des deux héros). Ce procédé astucieux permet au spectateur d'en savoir plus sur les personnages et les relations qu'ils entretiennent sans altérer le caractère instantané du film de Hud.

Les films « réalité » (ou fictions réalistes) pointent aussi du doigt notre consommation boulimique d'images. Lorsque dans **Cloverfield**, la tête de la statue de la Liberté atterrit dans la rue, la première réaction de certains est de sortir leurs téléphones portables pour la photographier. Le film de George A. Romero dénonce cette consommation de l'image sans modération ni recul. Images officielles et films de particuliers se côtoient, délivrant des messages contraires. Dans un autre contexte, **Brian de Palma**, dans **Redacted** (2008), met en scène et revisite certains événements de la guerre en Irak, en questionnant le rôle des médias et la véracité des informations diffusées, tout en soulignant le danger de leurs déformations et de leurs interprétations abusives.

Pour aller plus loin dans le rapport de **Cloverfield** à Internet, la promotion du film a été principalement faite à partir d'un buzz. Les studios de la Paramount ont réalisé une vidéo ne dévoilant que la destruction de New York et le nom de **J.J. Abrams**, connu pour être le créateur des séries **Lost**, **les disparus** et **Alias**. La vidéo a été diffusée dans les cinémas avec le blockbuster **Transformer** de **Michael Bay** et s'est vite retrouvée sur Dailymotion, attisant les curiosités et alimentant les rumeurs qui contribuent à aiguïser le désir de voir le film. Pour garder tout le mystère du film, même le nom n'a été dévoilé qu'à sa sortie. Auparavant, il a endossé les noms de « Cheese », « Clover », « Slusho » ou encore « 01-18-08 » (date de sortie aux Etats-Unis).



À voir, à lire, en ligne

A VOIR :

Le projet Blair witch de **Daniel Myrick** et **Eduardo Sanchez** (1999)

Live ! de **Bill Guttentag** (2007)

The Host de **Bong Joon-Ho** (2006)

Godzilla de **Inoshiro Honda** (1954)

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

EN LIGNE :

• www.cloverfield.fr (site officiel)

• www.cloverfield-usgx.com (site d'un fan français)

• <http://fr.wikipedia.org/wiki/Cloverfield> (page sur Wikipédia)

• <http://www.ikiru.ch/blog/2008/cloverfield-easter-eggs-et-histoire-complete> (site d'un fan)

A LIRE :

Les Monstres du mythe au culte Cinémaction n°126, dirigé par **Albert Montagne**

Cette fiche pédagogique a été éditée par **De la suite dans les images** pour les adolescents participant à la préfiguration d'une action de découverte du cinéma et d'éducation à l'image, hors temps scolaire. Cette action reçoit le soutien du **Conseil Général du Nord** et du **Conseil Général du Pas de Calais**.

Rédaction **Farid Benloukil**
Conception / réalisation **Multicité** / OH - CL
[www.multicite.org]
Impression Multicité

© De la suite dans les images / novembre 2008



20 rue Georges Danton • 59000 LILLE

Tel 03 20 93 04 84 / Fax 03 20 09 79 39
email contact@delasuitedanslesimages.org

www.delasuitedanslesimages.org

De la suite dans les images est le réseau des cinémas de proximité, généralistes et/ou classés Art et Essai, réparties sur le territoire du Nord - Pas de Calais. En lien avec l'association, qui a pour objet, d'une part, de défendre et promouvoir le cinéma Art et Essai et, d'autre part, de sensibiliser et former tous les publics, l'ensemble de ces salles se réunit pour concevoir et mettre en œuvre des actions à dimension culturelle et éducative.

Cloverfield : le cinéma fait sensation



Un film peut-il être à la fois un **spectacle parfaitement dispensable** et un objet d'**intense excitation théorique** ?

On pourra dire que Cloverfield, sorti mercredi dernier dans les salles, aura doublement *fait sensation* : — **dans les salles**, comme pour tout blockbuster d'action américain qui se respecte, avec les résultats correspondants ("meilleur démarrage pour un mois de janvier", blablabla) et le titre de gloire d'avoir fait vomir quelques spectateurs.— **dans la presse**, interpellée par le *buzz* à la fois marketing et conceptuel savamment entretenu depuis plus d'un an autour du nouveau projet de J.J. Abrams (le créateur adulé des séries *Lost* et *Alias*). Avec un peu de recul, on se rend compte que *Cloverfield* se contente en fait de pousser jusqu'à leur limite, avec une application ludique quasi fétichiste, des **procédés vieux comme l'art du récit** (cinématographique ou littéraire), en les habillant toutefois d'**oripeaux très contemporains**. On trouvera ainsi dans ce film, tourné entièrement du point de vue du caméscope du (ou des) héros, un exemple parfait de **focalisation interne**. Le procédé a déjà été mis en œuvre au cinéma (*La Dame du lac* de Robert Montgomery, 1947), mais il s'inscrit ici dans l'ère du "tous reporters" permis par la banalisation des matériels d'enregistrement vidéo (caméras numériques, téléphones portables) et l'essor des sites de partage de vidéo. La forme de *Cloverfield* fait ainsi écho aux enregistrements ou photos amateurs qui depuis quelques années documentent systématiquement les grandes catastrophes (11 septembre, tsunami asiatique...). Quant à la fiction du "**document authentique**" retrouvé sur les lieux du drame, si elle rappelle évidemment le *Projet Blair Witch* (1999), on soulignera que c'est un **procédé usuel en littérature** pour attirer l'attention du lecteur : cf *Le Horla* de Maupassant, pour rester dans le registre fantastique. L'autre grande audace du film est évidemment son jeu assumé avec l'**imagerie du 11 septembre** : si d'autres films ont montré New York en proie à divers cataclysmes, c'est la chute même des *twin towers* que *Cloverfield* duplique symboliquement en décapitant la Statue de la Liberté (le site officiel français propose d'ailleurs de "*faire flipper tes amis*" en appliquant le même traitement à la Tour Eiffel ou à... Notre Dame de la Garde). Mais alors qu'un cinéma américain "conscient" cherche à **comprendre le déroulement** du 11 septembre (Vol 93, *Fahrenheit 9/11*) ou à en **explorer l'archéologie** (Syriana, *La Guerre* selon Charlie Wilson), *Cloverfield* se contente d'en **recréer mimétiquement l'effroi** : il ne s'agit que de mettre en scène la réaction de newyorkais ordinaires (mais quand même raisonnablement héroïques) devant la survenue de l'inconcevable. La faiblesse de *Cloverfield* est d'en rester à ce stade : l'intérêt et le charisme du monstre sont inversement proportionnels aux dégâts qu'il provoque. Il n'est d'ailleurs qu'un **accessoire**, une cheville scénaristique : le récit ne cherchera ni à justifier son surgissement, ni à lui donner une quelconque signification (politique, morale, philosophique).

Ce que l'on gagne en sensations pures, on le perd en **épaisseur symbolique** : il n'est que de comparer la bête de *Cloverfield* avec un autre monstre qui dévaste régulièrement (1933, 1976, 2005) New York, King Kong. Cette pauvreté narrative est pour beaucoup dans **l'inévitable déception** que provoque *Cloverfield*, rançon finalement logique de l'énorme *buzz* provoqué autour du film, comme le rappelait Bruno Icher dans le journal *Libération* (*Cloverfield*, l'excitation et la descente). Après son arrivée fracassante dans les salles, *Cloverfield* peine à maintenir sa fréquentation, signe tangible d'un bouche-à-oreille défavorable. C'est en cela aussi que ce film préfigure le cinéma de demain : une hypertrophie de l'événement (campagne marketing, saturation des écrans grâce à la projection numérique), recommencé chaque semaine.

[*Cloverfield* de Matt Reeves. 2008. Durée : 1 h 30. Distribution : Paramount. Sortie le 6 février 2008]

Pour aller plus loin :

> [Comment faire apparaître un monstre ?](#) dans la série "Plan rapprochés", et le [dossier King Kong](#) de Teledoc

> Le [dossier JJ Abrams](#) du site Fluctuat.net qui voit *Cloverfield* comme "*le chaînon manquant entre L'arrivée d'un train en gare de la Ciotat et le 11-Septembre*"

<http://www.zerodeconduite.net/blog/index.php?itemid=18538>