

Les studios hollywoodiens et les années soixante :

Nathalie DUPONT

une période de transition

Les années soixante semblent représenter une période charnière dans l'histoire économique du cinéma américain. Il ne s'agit cependant pas d'une période que l'on peut faire commencer exactement en 1960 et finir en 1969, mais plutôt d'une période de transition ayant en fait débuté dans les années cinquante avec les bouleversements causés par le *Paramount Decree* puis l'arrivée de la télévision dans les foyers américains, et se terminant au milieu des années soixante-dix lorsque la restructuration des studios est presque achevée.

Cet article se propose donc de montrer que, pour les *majors* américaines, les années 1960 sont le milieu d'une période où leurs structures sont en pleine transition. Les studios doivent alors faire face à une diminution importante du nombre des spectateurs, et vont donc essayer de garder leur public ou de limiter cette baisse d'audience en changeant de « cible », sans pouvoir cependant éviter une certaine fragilisation de leur situation financière. Pour les studios, cela signifiera alors leur rachat par d'autres sociétés et le développement d'un système de production aboutissant à l'apparition des *blockbusters* modernes.

La confirmation de la fin du « mass medium » visuel d'avant-guerre

Les années soixante sont le quasi-aboutissement des modifications intervenues dans la décennie qui précède et qu'il faut brièvement rappeler, afin d'inscrire cette période dans le contexte plus

large mentionné plus haut. Parmi ces modifications, il faut signaler d'abord l'apparition de la télévision, inventée avant la Seconde Guerre mondiale et qui se répand très rapidement dans les foyers américains dès le lendemain de la guerre. En 1946, on y compte environ 40 000 postes, en 1950, 3,9 millions (9 % des foyers sont alors équipés), en 1955, 30,7 millions (65% des foyers) et en 1960 le poste de télévision est présent dans 45,8 millions de foyers américains (87 % des foyers), allumé alors environ 5 heures et 5 minutes par jour¹. Grâce à sa popularité, le nouveau médium remplace assez rapidement la radio comme moyen de distraction à domicile. Parallèlement, les studios constatent une forte désertion des salles de cinéma ; les chiffres diffèrent selon les sources consultées, mais tous montrent qu'après avoir battu tous les records durant la guerre et jusqu'en 1946, la fréquentation des salles de cinéma amorce alors une baisse spectaculaire, et ne retrouvera jamais ses moyennes d'antan de 82 à 84 millions de spectateurs par semaine.

L'arrivée de la télévision ne peut expliquer à elle seule cette baisse rapide, visible dès 1947² alors que le petit écran n'était alors pas encore très répandu dans les foyers américains. Elle fait cependant partie d'un ensemble de facteurs expliquant la désaffection du public pour les salles obscures à la fin des années quarante et durant les années cinquante :

- l'accélération de la migration, commencée avant la guerre, de la classe moyenne vers des banlieues où il n'y a pas encore de cinémas rend ce divertissement plus difficile d'accès (il faut aller en centre ville) ;
- dans les années cinquante, la sortie au cinéma se trouve concurrencée non seulement par la télévision, mais aussi par toutes sortes d'activités de loisirs que la croissance économique

1. Voir Thomas Doherty, *Teenagers and Teenpics*, Philadelphia, Temple University Press, 2002, p. 19, Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, London, Wallflower Press, 2003, p. 375 et Murray Pomerance, *American cinema of the 1950s*, Piscataway(NJ), Rutgers University Press, 2005, p. 7.

2. En 1946, année record de fréquentation, la moyenne était encore de 82 millions de spectateurs par semaine. En 1947, elle tombe à 73 millions de spectateurs, et amorce un long et constant déclin. Voir Francis Bordat et Michel Etcheverry, *Cent ans d'aller au cinéma*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1995, p. 203.

met alors à la portée de l'Américain moyen (tourisme automobile plus confortable et plus rapide grâce à la construction d'autoroutes favorisée par le *Federal Interstate Highway Act* de 1956, voyages en avion financièrement plus accessibles, démocratisation de la pratique de sports comme le tennis, etc.) ; la part des recettes du box-office cinématographique baisse ainsi régulièrement par rapport à l'ensemble des recettes liées aux loisirs, passant de 12,3 % en 1950 à 5,2 % en 1960 pour descendre ensuite à 2,9 % en 1970)³.

Face à ces différents changements dans les loisirs, et après avoir cru que la télévision n'aurait pas d'impact sur le cinéma⁴, les studios commencent à réagir afin de retrouver leur public, en introduisant notamment l'usage de nouvelles techniques cinématographiques permettant d'obtenir une qualité d'image et de son que ne pouvait offrir le petit écran. C'est ainsi, par exemple, que le Cinérama, le CinémaScope, et le cinéma en trois dimensions font leur apparition, mais toutes ces tentatives lassent vite les spectateurs⁵, qui ne reviennent pas vraiment dans les cinémas. Hollywood aborde donc les années soixante avec un déficit de spectateurs qui s'accroît, puis continue mais un peu plus lentement comme le montre le graphique 1.

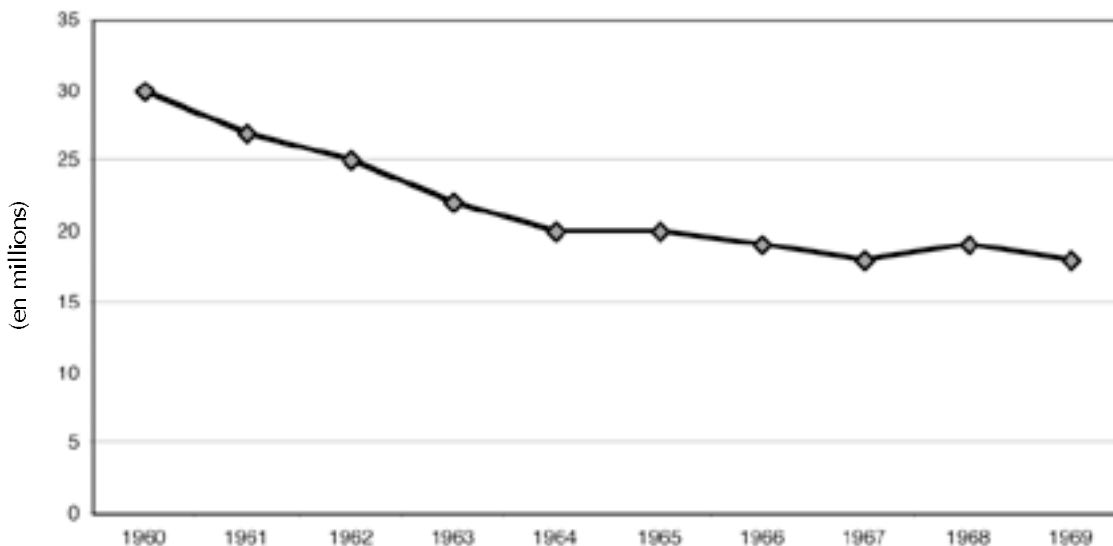
Les années soixante sont aussi la confirmation pour Hollywood que la composition même de son public a définitivement changé. La sortie au cinéma n'est plus la distraction familiale que certains dirigeants de studio espèrent pourtant encore. En fait, le public des cinémas est resté à peu près homogène jusqu'au milieu des années cin-

quante — les salles accueillant tous les âges sur l'ensemble de leurs séances —, mais la télévision va venir bouleverser tout cela en offrant à la famille dans le confort de son salon le divertissement familial qui était jusqu'à présent l'apanage des films, et cela modifie la répartition démographique de la fréquentation des salles de cinéma.

En effet, la baisse de fréquentation remarquée dans les années cinquante touche particulièrement les adultes de plus de trente ans, ces jeunes couples qui déménagent dans les banlieues, regardent la télévision avec leurs enfants, améliorent ou décorent leur nouvelle maison et trouvent d'autres distractions. Certes, les exploitants essaient de retenir ce type de public, en offrant par exemple des services de garde d'enfants dans les *drive-in* ou encore des réductions pour la famille, mais vers le milieu des années cinquante, ce sont désormais les jeunes — les *teenagers*, nouvelle catégorisation entre l'enfance et l'âge adulte, qui fait son apparition sociale après la Deuxième Guerre mondiale — qui vont le plus souvent au cinéma, et qui peu à peu constituent l'essentiel de son public. Leur nombre plus élevé qu'auparavant dans la société américaine les a assez vite rendus visibles : « Pour le commerce et les médias, à la maison et à l'école, l'adolescent était considéré comme une créature particulière nécessitant une prise en charge particulière⁶. »

Les années cinquante voient donc l'émergence de la *youth culture*. Tout comme ils apprécient ce nouveau genre musical appelé *Rock'n'Roll*, pour lequel ils dépensent beaucoup en achat de disques (au grand dam de certains adultes qui n'apprécient guère cette musique aux racines

GRAPHIQUE 1 : Nombre moyen de spectateurs par an



SOURCE : Francis Bordat et Michel Etcheverry, *Cent ans d'aller au cinéma*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1995, p. 204.

3. Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, op. cit., p. 376.

4. « Les gens se laisseront vite de regarder fixement chaque soir cette boîte en contreplaqué », déclare Darryl F. Zanuck en 1946 à propos de la télévision... (cité par Murray Pomerance, *American cinema of the 1950s*, op. cit., p. 7).

5. Ainsi par exemple le fait de devoir porter des lunettes spéciales par dessus ses propres lunettes pour visionner des films en trois dimensions ne fut certainement pas un procédé très populaire auprès des myopes, presbytes et autres astigmatiques...

6. Thomas Doherty, *Teenagers and Teenpics*, op. cit., p. 35.

noires), les adolescents commencent aussi à assurer le succès important de « films pour jeunes » comme *Graine de violence* (Richard Brooks, 1955) ou *La fureur de vivre* (Nicholas Ray, 1955) tout en plébiscitant de jeunes acteurs (Marlon Brando ou James Dean, par exemple) en qui ils se reconnaissent.

Les années soixante ne font ensuite que confirmer l'importance cinématographique de ce jeune public, ainsi que le laisse entrevoir une enquête reproduite dans le *Motion Picture Almanac* de 1960 : « 26 % de ceux qui ne vont pas au cinéma appartiennent au groupe des 10-19 ans et 33 % ont plus de 55 ans. Mais 52,6 % de ceux qui y vont une fois par semaine ou plus appartiennent à ce même groupe des 10-19 ans, tandis que parmi les plus de 55 ans 42,8 % n'y vont qu'une fois par semaine ou moins⁷. » Le phénomène est alors d'autant plus amplifié que les jeunes issus du baby boom deviennent à leur tour des adolescents puis des étudiants qui, grâce aux années dorées de l'expansion économique des années cinquante (sauf à la fin de la décennie), disposent d'un pouvoir d'achat encore plus important que leurs prédécesseurs.

Les années soixante sont donc une période difficile pour les studios hollywoodiens, car à la baisse de fréquentation dans les salles s'ajoute la modification du public ; gérer ces évolutions dans une période d'agitation sociale et politique (en raison notamment de la guerre au Vietnam) est loin d'être facile, surtout quand s'ajoutent aussi les conséquences de changements structurels.

Des bouleversements structurels en cours d'assimilation

La fin pour Hollywood de son statut de mass médium visuel absolu oblige les studios à modifier leur système de fonctionnement. Si l'industrie cinématographique veut demeurer rentable, les dirigeants des studios s'aperçoivent qu'ils doivent non seulement continuer à montrer leurs films dans les salles américaines, mais aussi accorder une attention accrue à leur exploitation sur d'autres supports (dont la télévision) et à l'étranger.

En effet, durant les années soixante, Hollywood renonce complètement à lutter contre son principal concurrent télévisuel, qui est devenu une industrie très rentable ainsi que le montre par exemple son chiffre d'affaires, passé de 1,9 million de dollars en 1947 à 943,2 millions en 1957⁸. De plus, la couleur fait son apparition à la télévision en 1963 (les oscars sont retransmis pour la première fois en couleur en 1966⁹), pri-

vant ainsi les studios d'un argument souvent utilisé dans les années cinquante pour lutter contre le petit écran alors en noir et blanc. Les studios engagent un mouvement vers ce nouveau médium dès le milieu des années cinquante, en commençant à produire des programmes uniquement destinés à la télévision, ce qui sera accéléré dans les années soixante. Pour Hollywood, les téléfilms sont un produit intéressant car ils sont moins coûteux à produire que les longs métrages, permettent de continuer à utiliser les structures des studios en dehors des tournages de films et constituent une rentrée constante d'argent grâce à un médium en pleine expansion ; cela ne peut que satisfaire les studios qui, pendant ce temps, diminuent la quantité de longs métrages produits, faute de spectateurs et de débouchés suffisants.

Au début des années soixante, Hollywood s'est donc résolu à se faire une alliée de la télévision, car en plus de lui permettre de continuer à faire vivre ses structures de productions, celle-ci offre aux films hollywoodiens une seconde vie sur le petit écran. En ces temps difficiles de baisse continue de fréquentation (et de production de coûteux films à grand spectacle, destinés à essayer de ramener le public dans les salles), Hollywood se rend compte que la vente de ses catalogues de films aux chaînes de télévision peut lui rapporter des bénéfices intéressants. Là encore, les années soixante ne sont que la poursuite d'un mouvement amorcé au milieu des années cinquante. Tout avait commencé à cette période lorsque pour 25 millions de dollars Howard Hughes avait vendu la RKO à General Tire & Rubber Company, qui diffusa les titres ainsi acquis sur sa chaîne WOR avant de les revendre à d'autres chaînes à travers tout le pays, réalisant un bénéfice de 10 millions de dollars en un an. L'intérêt des profits ainsi engrangés n'échappa pas aux patrons des studios, qui décidèrent alors de louer ou de vendre certains catalogues de films à la télévision¹⁰. En 1956, la Columbia annonça que les droits de 104 films avaient été loués pour cinq millions de dollars à Screen Gems, la Warner Bros. vendit les droits de 850 films et 1 500 courts métrages pour 21 millions de dollars à Associated Artists Productions, bientôt imitée par la Twentieth Century Fox, et la MGM signa un contrat de 34 millions de dollars avec CBS. Seule la Paramount résista un peu plus longtemps, mais finit par vendre en 1958 les droits de ses films antérieurs à 1948 à MCA pour 50 millions de dollars¹¹.

Les années soixante voient donc cette tendance se poursuivre, mais cette fois-ci avec des films postérieurs à 1948, et pour la diffusion desquels le syndicat des acteurs hollywoodiens a obtenu le versement de droits résiduels, grâce à une grève menée en 1960 sous la houlette de son président Ronald Reagan¹². Il est alors d'autant plus

7. Martin Quigley (ed.), *Motion Picture Almanac*, New York, Quigley Publishing Company, 1960, p. 12A (l'enquête date de 1957).

8. Thomas Doherty, *Teenagers and Teenpics*, op. cit., p. 19.

9. Paul Monaco, *The sixties (History of the American cinema, volume 8, 1960-1969)*, Los Angeles, University of California Press, 2001, pp. 53 et 68.

10. Il s'agissait des catalogues de films datant d'avant 1948, car ceux-ci étaient exempts des droits résiduels à payer aux acteurs et techniciens en cas de nouvelle diffusion, ce qui n'était pas le cas pour les films postérieurs à cette date. Voir Douglas Gomery, *Shared Pleasures*, Madison, The University of Wisconsin Press, 1992, p. 248.

11. *Ibid.*, pp. 248-249.

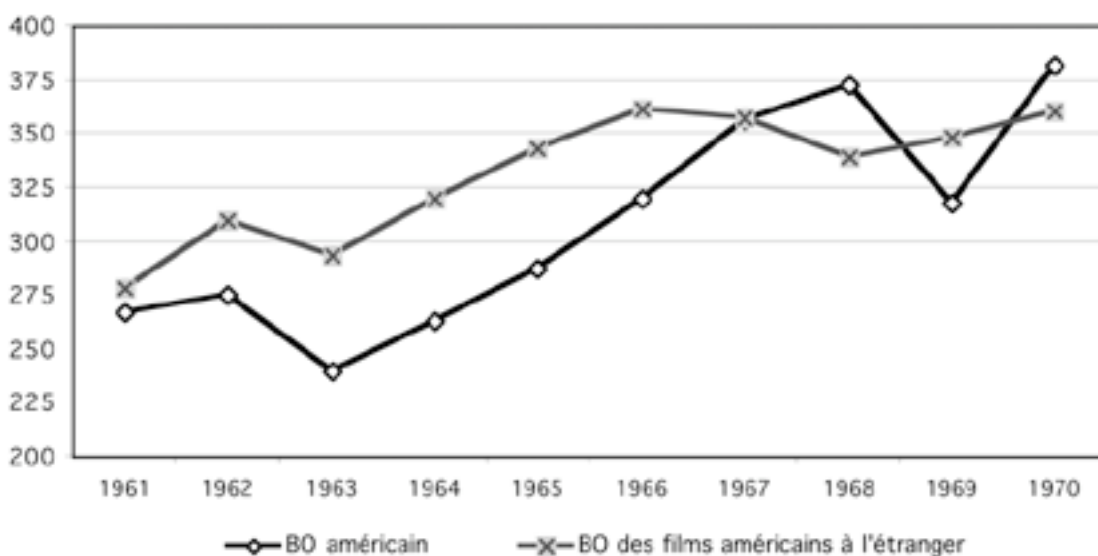
12. La Screen Actors Guild obtint des studios le versement de 2,25 millions de dollars pour la création d'une sorte de sécurité sociale pour ses adhérents, ainsi que 6 % des droits de tout film vendu à une chaîne de télévision. Voir Paul Monaco, *The Sixties*, op. cit., p. 18.

important pour les chaînes de télévision d'acquiescer ces films qu'ils attirent beaucoup de téléspectateurs (*Les Oiseaux* d'Hitchcock réalisant par exemple un score de 40 % d'audience lors de leur diffusion en 1968¹³), et que ce sont des films en couleur — et cette dernière est maintenant présente sur le petit écran. Mais bien sûr, le nombre de titres disponibles n'est pas infini, et les studios en profitent pour faire jouer la concurrence et ainsi faire monter les droits, initiant un processus qui ne s'est plus arrêté depuis.

Tous ces éléments montrent que les années soixante sont une décennie d'assimilation et d'adaptation pour les studios, une décennie durant laquelle la relation d'abord tendue entre l'ancien *mass medium* visuel et le nouveau change pour s'équilibrer, ainsi que le souligne très bien Paul Monaco : « Dans les années cinquante, la télévision avait détourné à son profit une bonne partie du public allant au cinéma, mais ce ne fut que pour dépendre, de façon croissante, des produits hollywoodiens et de leur image pour sa programmation en "prime-time" vers la fin des années soixante. À l'échelle mondiale, l'arrivée de la télévision fournit de nouveaux marchés aux vieux films américains tout en stimulant l'intérêt du public pour les nouvelles productions hollywoodiennes. Durant les années soixante, l'impact de la télévision sur les films et celui des films sur la télévision, bien que toujours compliqué (et parfois objet de litiges) devint, par essence, mutuellement bénéfique¹⁴. »

Face à la baisse du marché intérieur, les années soixante sont aussi la période durant laquelle Hollywood s'appuie de plus en plus sur le marché étranger : le box-office des films américains à l'étranger dépasse pour la première fois le box-office national en 1958¹⁵, et les studios voient alors tout l'intérêt qu'ils peuvent avoir à poursuivre leur politique d'occupation des écrans internationaux. Les films américains dominaient déjà de nombreux écrans mondiaux depuis le milieu des années 1920, et Hollywood intensifie donc cette politique dans la décennie qui nous occupe, à travers notamment la poursuite du contrôle de nombreux circuits de distribution étrangers, et donc des films montrés sur les écrans. La détermination des patrons des studios à exporter est d'autant plus grande qu'ils comptent maintenant beaucoup sur les profits réalisés à l'étranger pour sauver les finances de leurs studios gravement menacées par la chute de fréquentation mentionnée précédemment¹⁶. Certes, la création de la Communauté européenne en 1958 n'enchantait guère les studios, qui y voient une menace pour le libre accès de leurs films aux écrans européens, où les efforts d'Hollywood se heurtèrent parfois à des politiques de protection des cinémas nationaux, mais cela ne change rien à leurs intentions ; et l'intensification de leurs efforts à exporter porte ses fruits puisque dans les années soixante le box office des films américains à l'étranger dépasse presque toujours le box office américain, comme le montre le graphique 2.

GRAPHIQUE 2 : BO américain et BO films américains à l'étranger, 1961-1970 (en millions de dollars)



SOURCE : Kerry Segrave, *American Films Abroad*, Jefferson, McFarland & Company, 1997, p. 288.

La différence avec certains chiffres mentionnés dans le corps de l'article s'explique par le fait que Kerry Segrave utilise le box office net (rentals), là où d'autres auteurs se basent sur le box office brut (gross rentals).

13. Douglas Gomery, *Shared Pleasures*, op. cit., p. 250.

14. Paul Monaco, *The Sixties*, op. cit., p. 17.

15. *Ibid.*, p. 10.

16. C'est ainsi, par exemple, que l'exploitation à l'étranger de *Cléopâtre* (Joseph L. Mankiewicz, 1963) permettra de sauver les comptes du film, qui n'avait rapporté que 26 millions de dollars aux États-Unis pour un budget d'environ 40 millions de dollars. Voir Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, op. cit., p. 123.

Les années 1960 marquent ainsi une intensification de la conquête des écrans mondiaux par le cinéma américain, politique qui s'est d'ailleurs poursuivie jusqu'à nos jours. Hollywood met en place à cette époque une stratégie de fonctionnement qui ne repose plus principalement sur l'exploitation du film en salle, mais de plus en plus sur son exploitation à l'étranger et par d'autres canaux (qui sont maintenant appelés les *ancillary markets*). Hollywood sait que le film n'est plus le *mass medium* visuel d'avant-guerre, mais en l'exploitant autrement, les studios ouvrent la voie à un mode de fonctionnement qui deviendra de plus en plus rentable, notamment dans les années 1980 avec l'arrivée massive du magnétoscope. Les années soixante sont donc une étape charnière qui voit le plein développement d'un mode de fonctionnement dont le DVD et le téléchargement sur Internet sont les aboutissements les plus récents.

La perte du statut de *mass medium* incontesté n'est pas le seul déboire qu'affrontent les studios au cours des années soixante ; ils doivent aussi faire face au bouleversement structurel provoqué par le *Paramount Consent Decree* de 1948¹⁷, décision prise par la Cour suprême suite à la procédure anti-trust lancée par le département de la Justice à l'encontre des *Big Five* (Paramount, RKO, Twentieth Century Fox, Warner Bros. et MGM) et des *Little Three* (Columbia, Universal et United Artists). À la suite de cette décision, les *majors* doivent se séparer de leurs circuits de cinémas, un mouvement qui s'achève — avec plus ou moins de célérité — au début de la période qui nous occupe. Il s'agit-là d'un grand changement structurel, tout d'abord parce que la possession de cinémas avait fait des studios une industrie à l'intégration verticale complète, allant du lancement d'un projet jusqu'à son exploitation en salle (ce qui n'est désormais plus possible), mais surtout parce qu'avec le *Paramount Consent Decree*, les studios voient disparaître la garantie d'un débouché assuré pour leurs produits.

Certes, cette décision évite peut-être alors aux studios de connaître des difficultés supplémentaires, puisque, n'étant plus propriétaires de cinémas, ils n'ont pas à gérer en ce domaine le déficit occasionné par la chute de fréquentation ; par ailleurs, le *Paramount Consent Decree* n'affecte pas la distribution, c'est-à-dire le contrôle des studios sur la façon dont un film aboutit dans les salles, et ceux-ci gardent la mainmise sur cet aspect important du cheminement d'un long métrage. Cependant, le fait de devoir se séparer de leurs cinémas est un coup rude porté aux studios — un changement qui, associé aux autres problèmes déjà mentionnés, ne peut que les affaiblir encore plus au début des années 1960 et les met alors à la merci de rachats par d'autres sociétés.

Les années soixante sont en effet marquées par un autre changement structurel : le rachat des studios par des sociétés souvent dépourvues d'expérience préalable dans le monde du cinéma, mais qui cherchent à entrer dans un secteur d'activité leur semblant porteur. Les années cinquante avaient laissé entrevoir la naissance d'un secteur prometteur, celui des loisirs ; le cinéma était alors devenu un de ces loisirs parmi d'autres, et les financiers comprirent vite le profit qu'ils pourraient tirer de leur entrée sur ce marché appelé de toute évidence à un fort développement. Voilà pourquoi dans les années soixante certaines sociétés élargissent leur palette d'activités et achètent des studios hollywoodiens, première étape vers l'acquisition d'entreprises liées à d'autres loisirs. En 1962, Universal passe ainsi sous le contrôle de Lew Wasserman et de son agence de talent MCA, et se trouve donc intégrée à ce qui va devenir un conglomerat des médias incluant également la société Decca Records, Universal City Studios et Universal Television. La Paramount, elle, est achetée en 1966 par Gulf + Western, société qui avait commencé ses activités dans le domaine des pièces détachées pour l'automobile ; d'autres compagnies liées aux loisirs sont ensuite adjointes au studio avec l'achat d'une société de production télévisuelle, du magazine *Esquire*, des éditions Simon & Schuster et Monarch Books, du Madison Square Garden, d'une équipe de base-ball et d'une autre de hockey, et même d'un champ de courses, transformant ainsi Gulf + Western en un conglomerat de l'*entertainment*. La United Artists, fondée en 1919 par Charlie Chaplin, D. W. Griffith, Mary Pickford et Douglas Fairbanks (qui souhaitaient être plus indépendants des studios), est achetée en 1967 par TransAmerica Corporation, qui lui adjoint des restaurants, des motels et autres bowlings, autant d'activités non-cinématographiques mais liées elles aussi aux loisirs. C'est également en 1967 que Jack Warner est le dernier des frères fondateurs à quitter le studio Warner Bros en vendant ses parts pour 32 millions de dollars à la société canadienne Seven Arts ; la nouvelle compagnie rencontre cependant rapidement des difficultés, qui la conduisent à être rachetée en 1969 par la Kinney National Services Corporation dirigée par Steven Ross (société aux multiples activités telles que la fabrication et la vente de chaussures, la location de voitures ou encore les funérariums !). En 1969 enfin, la Metro Goldwyn Mayer passe sous le contrôle d'actionnaires tels que Edgar J. Bronfman (des distilleries Segrans) et du groupe *Time-Life Magazine*, avant que le financier Kirk Kerkorian n'en prenne le contrôle (en achetant près de la moitié des actions MGM) et n'ajoute ainsi le studio à ses activités dans l'hôtellerie et les compagnies aériennes¹⁸.

17. La procédure a en fait été lancée en 1944 avant d'aboutir à un procès qui débute le 8 octobre 1945.

18. Voir Paul Monaco, *The Sixties*, op. cit., p. 33, Douglas Gomery, *The Hollywood studio system: a History*, London, British Film Institute, 2005, p. 238 et Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, op. cit., p. 5.

Certains studios échappent toutefois au rachat dans les années soixante (même s'ils ne pourront l'éviter dans les décennies suivantes). La Fox ne change pas de propriétaire et la Columbia réussit à se tenir à l'écart de rachats en se restructurant en 1968 pour devenir Columbia Pictures Industries, Inc. Disney n'est pas non plus l'objet d'une prise de contrôle par un groupe, mais la compagnie pionnière du dessin animé ne peut plus prétendre être complètement autonome, car, à l'exemple de tous les studios précédemment cités, elle a beaucoup emprunté (à la Bank of America ou à la Chase Manhattan, par exemple), si bien qu'en 1971 sa dette à long terme est de 102 millions de dollars¹⁹.

Les années 1960 sont ainsi une période charnière. En effet, dans beaucoup de cas les nouveaux propriétaires des studios placent à leur tête des gens formés à la finance, souvent diplômés en gestion des meilleures universités américaines, ce qui met définitivement un terme au système de gestion déjà presque révolu des *moguls*. Ces derniers n'étaient certes pas des philanthropes et voulaient que leurs films réalisent des bénéfices, mais ils étaient en quelque sorte les *self-made men* d'Hollywood, et faisaient souvent confiance à leur instinct pour les films qu'ils produisaient. Avec l'entrée affirmée de *Corporate America* à Hollywood, et la confirmation de la mainmise de Wall Street sur les studios (déjà bien amorcée depuis les années trente à travers différents prêts pour faire face à l'arrivée du son), la production hollywoodienne va désormais connaître certains changements.

De nouveaux produits pour de nouvelles stars

Confrontés à des difficultés financières et n'étant plus propriétaires des salles où débouchaient « naturellement » leurs films, les studios choisissent d'abord de limiter leurs risques financiers en produisant et en distribuant moins de longs métrages. Cette tendance s'était déjà amorcée dans les années cinquante, lorsque la moyenne de films distribués par les studios était descendue à 373 contre 445 dans les années quarante, mais cette baisse devient nettement visible dans les années soixante, lorsque la moyenne des films distribués par les *majors* tombe à 163²⁰.

Cela ne veut pas dire que les studios renoncent pour autant à sortir des films au budget important. Ils produisent certes moins, mais reportent leurs espoirs sur des longs métrages à gros budgets, en pariant sur le fait qu'une mise plus élevée leur permettra de faire de gros bénéfices

et d'effacer ainsi les possibles échecs de films moins importants (cette stratégie alors adoptée par les studios deviendra ensuite dominante). C'est ainsi que 20th Century Fox produit *Cléopâtre* (Joseph L. Mankiewicz, 1963) pour plus de 40 millions de dollars, ou encore *Docteur Dolittle* (Richard Fleischer, 1967) pour 27 millions de dollars. Ce sont des sommes considérables, quand on sait qu'en 1961 le coût de production moyen était estimé à 2 millions de dollars, et en 1965 à 2,5 millions de dollars²¹.

L'industrie hollywoodienne est une industrie qui doit faire des profits, et quand, lors d'une période difficile comme on l'a vu, un nouveau marché (celui du jeune public) se dessine, on ne peut l'ignorer, sous peine de connaître des difficultés supplémentaires (surtout si ce jeune public est un marché financièrement prometteur). Citons Thomas Doherty : « En 1959, *Life* relatait ce qui était déjà connu de tous : "les adolescents américains sont devenus de gros consommateurs pour l'économie américaine. [...] Si l'on ne prend en compte que les dépenses destinées à satisfaire leurs exigences particulières d'adolescents, ces jeunes et leurs parents dépenseront environ 10 milliards de dollars, soit un milliard de plus que le total des ventes de General Motors". [...] Sur ces 10 milliards de dollars non imposables à la disposition des adolescents, *Life* estimait que 16 % (environ 1,5 milliard de dollars) iraient à l'industrie des loisirs²². »

Si les studios ne virent pas tout de suite l'importance prise par le jeune public, tout changea en 1956 avec un film qui semblait avoir été fait pour eux. « Graine de violence devint le premier film à gros succès dont la promotion avait été faite exclusivement auprès des adolescents sans s'adresser à leurs aînés. En démontrant que les adolescents pouvaient à eux seuls garantir un succès au box-office, *Graine de violence* imposa aux studios les films pour adolescents (teenpics) comme stratégie de production²³. » Dès lors, le public des jeunes retient toute l'attention des studios, et la tendance se confirme dans les années soixante avec la production de films qui leur sont destinés ; les *teenagers* trouvent dans la révolte de *Bonnie & Clyde* (Arthur Penn, 1967), de Benjamin Braddock dans *Le Lauréat* (Mike Nichols, 1967) ou des héros d'*Easy Rider* (Dennis Hopper, 1969) un écho à celle de James Dean dans *La fureur de vivre*.

Ces films prennent aussi en compte la modification du contexte. En effet, la guerre du Vietnam donne aux succès cinématographiques des années soixante, en particulier ceux d'après 1965, une connotation politique qui vient s'ajouter au commentaire social des films de la décennie précédente. Là où dans les films des années

19. Janet Wasko, *Movies and Money*, SI, Ablex Publishing Corporation, 1982, p. 174.

20. *Motion Picture Almanac*, 1979, p. 36A.

21. Paul Monaco, *The Sixties*, op. cit., p. 77 et Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, op. cit., p. 42.

22. Thomas Doherty, *Teenagers and Teenpics*, op. cit., pp. 41-42.

23. *Ibid.*, p. 57.

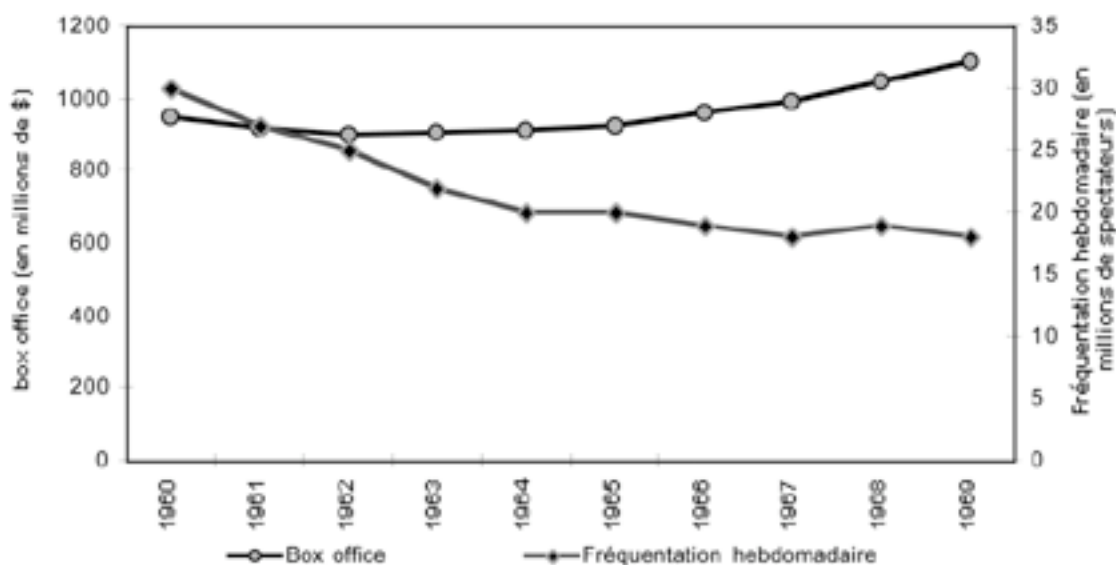
cinquante les adolescents trouvaient un écho à leur mal-être et à leur rejet de la culture parentale étouffante et conformiste des banlieues américaines et de *Corporate America*, les jeunes des années soixante ajoutent une conscience politique plus développée et, à partir du milieu des années soixante, lisent dans les films (par exemple *Le Lauréat*, déjà cité, ou bien *Butch Cassidy et le Kid*, de George Roy Hill, en 1968) leur rejet d'une société qui mène une guerre considérée de plus en plus comme amoral et destructrice pour l'Amérique. Certains de ces jeunes transformeront d'ailleurs ce rejet en participation active à divers mouvements et à la « contre-culture », afin de présenter un autre choix à l'*establishment* en place — certains, tels les Weathermen, se radicalisant même au point de se tourner vers une violence « à la *Bonnie & Clyde* » afin d'essayer de faire bouger les choses.

Pendant ce temps, les studios continuent aussi à produire des films qui peuvent rassembler un public plus familial, comme par exemple *La mélodie du bonheur* (de Robert Wise), gros succès de l'année 1965, ou des productions plus proches de celles des années cinquante, comme *Cléopâtre* ou *Docteur Dolittle*. L'échec de ces deux derniers films montre cependant aux studios que ces productions ne sont plus des recettes assurées, et qu'il faut prendre en compte les changements. Ces derniers sont d'ailleurs favorisés par l'apparition de producteurs et réalisateurs indépendants (comme le producteur Roger Corman), dont les compa-

gnies sont de plus en plus nombreuses en raison d'une situation économique et fiscale qui leur est favorable. « *Les incitations légales et financières ne manquaient pas pour créer de nouvelles compagnies de production cinématographique. La croissance de l'économie américaine conduisait à celle du capital-risques ; après 1963, les lois fédérales sur l'impôt offrirent des réductions fiscales considérables sur la production cinématographique [...] qui ne prirent fin qu'en 1976* », explique ainsi Paul Monaco²⁴.

Avec l'effondrement du *studio system*, les *majors* s'associent de plus en plus à ces indépendants, en co-produisant et en distribuant (ou bien en se contentant simplement de distribuer) l'œuvre de ces producteurs et réalisateurs souvent influencés par la Nouvelle Vague française, et donc ouverts à l'exploration et la recherche de nouvelles images ou de nouvelles façons de filmer²⁵. Ces expérimentations sont d'autant mieux reçues que les changements de mentalités intervenus dans la société rendent le code de production établi en 1930 de plus en plus obsolète. Les coups de boutoir se multiplient à son encontre, même de la part des studios (qui avaient certes participé à sa mise en place, mais avaient de toute façon toujours plus ou moins joué avec lui), et lorsque la MGM décide de distribuer *Blow-up* (Michelangelo Antonioni, 1966) malgré l'avis négatif de l'office de censure de la MPAA (Motion Picture Association of America), le succès du film montre qu'une réforme est nécessaire. Celle-ci devient

GRAPHIQUE 3 : Ratio box office / fréquentation hebdomadaire dans les années 1960



24. Paul Monaco, *The Sixties*, op. cit., p. 26.

25. Voir par exemple le ralenti à la fin de *Bonnie & Clyde*, ou l'expérience cinématographique que constitue *Easy Rider*, deux gros succès au box-office.

SOURCE : Francis Bordat et Michel Etcheverry, *Cent ans d'aller au cinéma*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1995, p. 204 et Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, London, Wallflower Press, 2003, pp. 376-377.

effective en novembre 1968, lorsque la MPAА annonce l'entrée en vigueur d'un nouveau système de classification (toujours en place de nos jours après avoir subi quelques modifications).

Dans ces conditions, on peut dire qu'avec le nouveau code, et après le maccarthysme des années cinquante lié à l'atmosphère de chasse aux sorcières au sein même d'Hollywood (avec la condamnation des *Hollywood Ten*), la fin des années 1960 fait figure de bouffée d'air frais dans le paysage cinématographique américain, et redonne à une certaine liberté de style (qualifiée par certains de libéralisme) le droit d'exister sur les écrans au côté de films plus conservateurs.

Certains des films mentionnés montrent aussi les changements techniques qui caractérisent le cinéma américain des années soixante. Tout d'abord, la façon de monter un long métrage est en train de se modifier : à côté des longs plans séquences des films classiques au rythme « paisible », les années 1960 introduisent des ruptures de rythme, avec par exemple des ralentis en plein milieu d'un long métrage ; non seulement de plus en plus de films ne sont plus en noir et blanc, mais certains d'entre eux ne respectent plus la grammaire classique du « plan éloigné, puis moyen, puis rapproché », les transitions se modifient, deviennent plus brutales ou même chevauchent les scènes qui précèdent (en utilisant par exemple le son). Le rythme de nombreux films s'accélère, les plans sont plus nombreux et plus courts, ce qui donne des séquences plus « nerveuses » et plus « efficaces », comme par exemple la scène de la poursuite en voiture dans *Bullitt* (Peter Yates, 1968). Au cinéma romantique ou spectaculaire d'hier vient donc s'ajouter dans les années soixante ce que Paul Monaco appelle « *the cinema of sensation*²⁶ » ; ce dernier, combiné au spectaculaire, occupera une place prépondérante dans les décennies qui suivront.

Les films montrés dans les années soixante paraissent aussi différents, car ils sont désormais majoritairement en couleur (le noir et blanc disparaît quasiment à partir du milieu des années soixante). Et à cela s'ajoutent certains progrès techniques : ceux concernant les caméras et les pellicules permettent aux réalisateurs américains et à leur directeur de la photographie, inspirés par la Nouvelle Vague, de tourner en extérieur et de donner un aspect plus naturel (lumière, décors) à leurs productions, comme par exemple dans *L'arnaqueur* (Robert Rossen, 1961) ou *Le Lauréat*²⁷. En revanche, les progrès sont minimes pour le son ; si le *Dolby Stereo* (réduction du « bruit » et utilisation équilibrée de 4 canaux sonores) est mis au point par Ray Dolby à la fin des années soixante, le système n'est d'abord utilisé que pour la musique, et il faut attendre *La guerre des étoiles*

(George Lucas, 1977), avec ses effets visuels mais aussi sonores, pour que le système démontre toute l'étendue de ses possibilités.

Les nouveaux films qui sortent dans les années soixante permettent aussi à une nouvelle catégorie de stars d'émerger. Le statut des acteurs et actrices avait déjà commencé à changer dans les années cinquante. En 1952, à la suite du contrat qu'il avait signé pour *Les Affameurs* (Anthony Mann, 1952), James Stewart était devenu le premier acteur à recevoir de droit un pourcentage sur les bénéfices d'un film. Avec l'effondrement du *studio system*, de plus en plus d'acteurs et actrices furent libérés de leur contrat (tout comme bon nombre de techniciens, par ailleurs), et donc libres du choix de leur rôle, ce qui leur donna un contrôle sans précédent sur leur carrière pour la décennie qui nous occupe. Certains « anciens » deviennent alors producteurs (comme Grégory Peck, John Wayne ou Humphrey Bogart, qui crée *Santana Productions*), mais des « jeunes » comme Paul Newman, Robert Redford ou Warren Beatty, révélés dans les années cinquante, prennent aussi leur carrière en main en devenant eux aussi producteurs, et en participant au succès de films dans lesquels ils incarnent des héros qui ne correspondent plus forcément à ceux des décennies précédentes. Là encore, les années soixante sont l'aboutissement d'un cheminement commencé dans les années cinquante par James Dean, Montgomery Clift ou Marlon Brando, incarnant des personnages/héros aux failles visibles, déjà différents des héros rudes, parfois agressifs, mais généralement courageux montrés auparavant. Dans les années soixante, Paul Newman, Robert Redford ou Warren Beatty suivent donc les traces de leurs prédécesseurs, mais en n'hésitant pas à incarner cette fois des héros aux faiblesses anti-héroïques.

Cela a également des répercussions sur la carrière d'autres acteurs. En effet, comme les personnages populaires des années soixante ne sont plus aussi irréprochables qu'auparavant, ils peuvent maintenant être incarnés aussi par des acteurs au physique « différent » ; c'est ainsi par exemple que Gene Hackman ou Dustin Hoffman peuvent devenir des stars à la fin des années soixante, et le rester, ce qui aurait été impensable dans les années trente à cinquante en raison d'un physique qui en dépit de leur talent les aurait probablement cantonné dans de mêmes rôles secondaires. Cette évolution est un peu moins vraie pour les actrices, qui doivent généralement toujours paraître jeunes et belles, même si le même raisonnement peut probablement expliquer la carrière suivie par Barbra Streisand. Le fait que les studios s'associent aux producteurs indépendants est aussi une aide pour les acteurs « différents », car ces producteurs acceptent plus que les studios

26. Paul Monaco, *The Sixties*, op. cit., p. 168.

27. Des essais en Cinérama, 3-D, etc., des années cinquante pour faire revenir les spectateurs dans les salles, les années soixante ne garderont que les films tournés en 70 mm, qui semblent continuer à avoir la faveur d'un certain public et permettent de donner toute leur magnificence à certains paysages, comme dans *Lawrence d'Arabie* (David Lean, 1962). Mais beaucoup d'autres films restent encore tournés en 35 mm.

de prendre des risques sur des noms talentueux mais moins connus, et donc moins chers, ce qui permet aux films de ne pas être trop coûteux.

Enfin, et ce n'est pas la moindre des choses, les années soixante sont aussi la décennie d'une avancée importante en matière de « droits civiques cinématographiques ». L'évolution des mentalités ainsi que les succès remportés par la lutte pour les droits civiques ont en effet pour résultat immédiat une plus grande visibilité des minorités ethniques, et plus précisément de la minorité noire, en la personne de Sidney Poitier. Ce dernier apparaît désormais dans des films de studio non pas comme simple faire-valoir ou domestique d'arrière-plan, mais comme principal protagoniste aux côtés de stars hollywoodiennes, dans des longs métrages destinés à l'ensemble du public américain. Il est malheureusement le seul à avoir ce statut pour cette décennie, et incarne curieusement des personnages masculins survivants d'un Hollywood « classique » des années quarante et cinquante digne des Cary Grant ou Rock Hudson, à une époque où l'anti-héros aux multiples failles et faiblesses commence à être de plus en plus populaire auprès du public. En fait, tout comme il fallut à la minorité noire du temps pour obtenir l'application de ses droits de citoyen américain à part entière, sa visibilité dans les films est en décalage avec le reste du monde blanc cinématographique. Mais la visibilité et la forte présence de Sidney Poitier dans *Dans la chaleur de la nuit* (Norman Jewison, 1967) ou *Devine*

qui vient dîner ? (Stanley Kramer, 1968 — film qui a dû en déranger plus d'un dans le Sud des États-Unis...) montrent que les années soixante sont la décennie qui prépare le public américain à accepter les stars noires dans des rôles principaux de héros dans les films de studios²⁸.

Les années soixante sont ainsi une période de poursuite de changements et de leur absorption plus ou moins rapide par Hollywood — changements qui finissent par porter leurs fruits car la fin de cette décennie voit les studios retrouver peu à peu le chemin du succès et une situation économique plus saine, comme le montre le graphique 3.

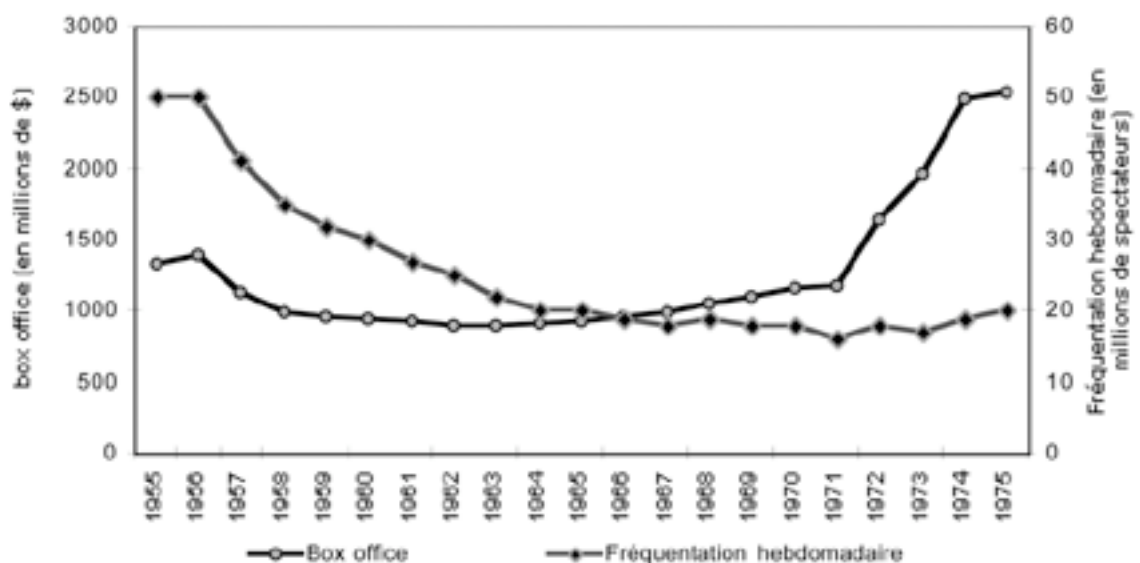
En effet, le box-office augmente²⁹, tandis que la fréquentation finit enfin par se stabiliser : les studios ont enfin su s'adapter aux changements, et les ont maintenant intégrés, en proposant à leur nouveau public dominant des produits plus à même de les satisfaire et donc de les attirer en nombre dans les salles.

Nous écrivions au début de cet article que dans l'histoire d'Hollywood, il était impossible d'arrêter les années soixante aux seules dates de 1960 à 1969. L'évolution du même ratio box-office/fréquentation hebdomadaire, élargi aux dates fréquemment citées du milieu des années cinquante au milieu des années soixante-dix, souligne bien cette réalité chronologique (graphique 4). Que les deux courbes retrouvent au milieu des années 1970 un écart à peu près similaire à celui des

28. Ce qui permettra — mais trente ans plus tard ! — à Morgan Freeman d'incarner sans problème un magistral président des États-Unis dans *Deep Impact* (Mimi Leder, 1998), ou même un Dieu quelque peu farceur mais hautement compréhensif et bienveillant, seul personnage vraiment intéressant de *Bruce Tout Puissant* (Tom Shadyac, 2003).

29. Et cela n'est pas le résultat d'une augmentation excessive de la place de cinéma, dont le prix passe de 0,51 cents en moyenne en 1955 à 2,05 dollars en 1975, soit 24,87 % d'augmentation entre les deux dates, tandis que celle du box-office O est de 52,24 %. Voir Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, op. cit., pp. 378-379.

GRAPHIQUE 4 : Ratio box office / fréquentation hebdomadaire (1955-1975)



SOURCE : Francis Bordat et Michel Etcheverry, *Cent ans d'aller au cinéma*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1995, p. 204 et Joel W. Finler, *The Hollywood Story*, London, Wallflower Press, 2003, pp. 376-377.

années 1950, mais maintenant complètement inversé, montre que les années 1960 sont une décennie de transition importante, qui permet à Hollywood de surmonter ses difficultés avec succès, puisque *Tinseltown* devient par la suite plus rentable avec des produits et un public moins nombreux. Certes, Hollywood y perd une partie de son identité, et certains diront une partie de son âme, mais les rachats de *majors* par des conglomérats aux activités diverses leur permettent de survivre et de surmonter la crise peut-être plus vite qu'elles n'auraient pu le faire en restant seules.

Certains diront aussi que l'art y a perdu, mais est-ce vraiment le cas puisque dès les débuts du cinéma les *moguls* (dont beaucoup étaient des hommes d'affaires) considérèrent et organisèrent leur activité comme une industrie, à l'image de Samuel Goldwyn déclarant dans les années trente que « *les films sont faits pour distraire, pour faire passer un message adressez-vous à la poste*³⁰ » ?

En fait, les années soixante n'ont fait qu'amplifier ce système de pensée qui a perduré jusqu'à aujourd'hui. Lorsqu'en effet les films au ton nouveau des années soixante, mettant en scène des anti-héros, perdront leur popularité et leur succès vers le milieu des années soixante-dix, dans un contexte de rachats par des conglomérats, les responsables de studios seront alors encouragés à chercher ailleurs le succès et le profit le plus important possible. Ils trouveront la réponse à ce déficit avec la sortie en 1975 des *Dents de la mer* (Steven Spielberg), premier *blockbuster* moderne « post-années soixante », qui lancera une politique de production et de distribution que les succès de *Top Gun* (Tony Scott, 1986), *Jurassic Park* (Steven Spielberg, 1993) ou encore *Titanic* (James Cameron, 1997) confirmeront par la suite.

N. D.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

- Bordat, Francis & Etcheverry, Michel (sous la direction de), *Cent ans d'aller au cinéma (le spectacle cinématographique aux États-Unis, 1896-1995)*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 1995, 214 pages.
- Cagin, Seth & Dray Philip, *Born to be Wild (Hollywood and the Sixties Generation)*, Coyote, 1994, 236 pages.
- Doherty, Thomas, *Teenagers and Teenpics (the Juvenilization of American movies in the 1950s)*, Philadelphia, Temple University Press, 2002, 266 pages.
- Finler, Joel W., *The Hollywood Story*, London, Wallflower Press, 2003, 419 pages.
- Gomery Douglas, *Shared Pleasures (A History of Movie Presentation in the United States)*, The Madison, University of Wisconsin Press, 1992, 381 pages.
- Krämer, Peter, *Short cuts (The New hollywood: from Bonnie and Clyde to Star Wars)*, London, Wallflower Paperback, 2005, 129 pages.
- Monaco, Paul, *The Sixties (History of the American cinema, volume 8, 1960-1969)*, Los Angeles, University of California Press, 2001, 346 pages.
- Murray Pomerance (ed.), *American Cinema of the 1950s (Themes and Variations)*, Rutgers University Press, 2005, 287 pages.
- Quigley, Martin, edit, *Motion Picture Almanac*, New York, Quigley Publishing company, 1960, 650 pages & 1979, 689 pages.
- Segrave Kerry, *American Films Abroad (Hollywood's Domination of the World's Movie Screens)*, Jefferson, McFarland & Company, 1997, 366 pages.
- Wasko, Janet, *Movies and Money (Financing the American Film Industry)*, Ablex Publishing Corporation, 1982, 247 pages.

30. Cité par Jay A. Fernandez, « The Celluloid Century », in *Première*, volume 13, n° 4, décembre 1999, p. 90.