

L'avenir du cinéma américain

John E. Fitzgerald

Numéro 37, mai 1964

Cinéma américain

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/51859ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Fitzgerald, J. E. (1964). L'avenir du cinéma américain. *Séquences*, (37), 4–12.

L'AVENIR du cinéma américain

John E. Fitzgerald

John E. Fitzgerald, journaliste à la pige et conférencier, est le critique attiré de l'hebdomadaire national américain : Our Sunday Visitor. Il a obtenu le prix du "Meilleur critique" de la Director's Guild of America. Installé à Hollywood, il en connaît la vie mouvementée. Il était donc tout désigné pour nous parler de L'Avenir du cinéma américain.

Deux adages n'ont cessé de me hanter durant la préparation de cet article. Le premier : "Les fous se précipitent là où les anges n'osent s'aventurer". Le second : "Il n'y a pas de devins riches". Ce dernier, moins sage et moins ancien que le premier, est de mon invention. Il signifie que la prédiction exacte de l'avenir serait un moyen d'enrichissement rapide. Mais personne ne peut vraiment prédire l'avenir. C'est une entreprise impossible. Quoi qu'il en soit, à la lumière du passé, examinons attentivement le présent. Nous pourrions, du moins, nous livrer à des conjectures. Si nous comparons l'Hollywood d'aujourd'hui à l'Hollywood d'hier, peut-être connaissons-nous un peu l'Hollywood de demain. Quand je

parle d'Hollywood, j'entends l'industrie américaine du film, c'est-à-dire un complexe d'entreprises financières de toutes sortes. J'entends aussi cet art-industrie que Robert Hughes définit à juste titre comme "l'art le plus dispendieux et l'affaire la plus risquée". J'entends enfin cette région mal délimitée de Los Angeles que la sociologue Hortense Powdermaker appelle : "Hollywood. fabrique du rêve".

Les rêves

Les habitants d'Hollywood, les directeurs et les employés des usines du rêve font eux-mêmes cinq rêves dont trois sont des cauchemars. Le premier rêve est celui d'une aide gouvernementale. Une

sorte de transfusion qui permettrait de revigorer d'un sang neuf une industrie malade. A l'instar de la Grande-Bretagne et de son plan Eady, les cinéastes espèrent que le gouvernement fédéral américain inventera un plan pour les sortir du pétrin.

Le second rêve, tout en rose, concerne l'avènement de la télévision payante. Comme les Etats-Unis, à eux seuls, disposent de plus de cinquante millions de postes récepteurs, il serait possible — en une seule soirée et avec un profit considérable — de couvrir le coût de production d'un film d'environ un million de dollars. Il suffirait qu'un faible pourcentage d'usagers déboursent un dollar chacun.

La télévision payante, cependant, n'a pas encore connu le succès escompté. Le public répugne à payer pour des programmes gratuits jusqu'à présent. Il sait bien que l'intrusion de ce nouveau mode de télévision dans ses foyers signifierait la fin de toute gratuité. Et que les annonces commerciales ne disparaîtraient pas pour autant, avec un nombre de plus en plus considérable d'usagers. Le public craint aussi l'augmentation des prix. La qualité des spectacles n'y gagnerait en rien, car peu de producteurs et de distributeurs s'aviseraient de satisfaire les goûts d'une petite élite de spectateurs. Avec un même coût de production, ils choisiraient plutôt de



Hollywood, fabrique de rêves

plaire à la masse pour quadrupler leurs bénéfices.

Néanmoins, Hollywood est prêt à s'engager dans l'aventure de la télévision payante dès que le public acceptera les appareils à jetons ou à cartes perforées. Entre temps, les cinéastes ne peuvent s'empêcher de faire de beaux rêves.

Les cauchemars

Mais voici les trois cauchemars.

Aujourd'hui, il y a moins de films. Durant les bonnes années, les grands studios d'Hollywood tournaient en moyenne un film par jour. Cette production est maintenant réduite de moitié.

Aujourd'hui, il y a moins de cinémas. Avant la guerre, il y avait 18,000 salles ; il n'en reste plus que 11,000 dont le quart comprend des "drive-ins".

Aujourd'hui, il y a moins de spectateurs. Les coûts de production ont doublé depuis le deuxième conflit mondial, mais l'assistance régulière

Buddy Ebsen, vedette de **The Beverly Hillbillies**, l'émission de télévision la plus populaire aux Etats-Unis.



et hebdomadaire, qui était de quatre-vingt-dix millions de personnes aux Etats-Unis, a diminué de moitié. Le public comprenait surtout des jeunes. Selon un dernier relevé de l'Opinion Research Corporation, 52% des spectateurs ont moins de vingt ans, 72% moins de trente. 15% seulement se rendent au cinéma une fois la semaine, et ce nombre compte pour 62% de toutes les assistances. Les prix d'entrée ont doublé, mais il se vend moins de billets. Le nombre des cinémas d'art — ces petites salles qui offrent à leur clientèle du café expresso au lieu du traditionnel "popcorn" ainsi que des films étrangers pédants et prétentieux — a augmenté ; leur nombre est passé de 200 à 400. Il n'empêche que l'industrie du cinéma se débat dans un cauchemar véritable.

Le cinéma a riposté par l'emploi d'écrans géants (cinéma, cinémascope, vistavision, 3 D., etc.) et du son stéréophonique. Techniques connues depuis longtemps certes, mais dont le marasme du cinéma imposait maintenant l'emploi.

Il a eu recours aux films d'horreur, aux films sur la jeunesse délinquante ; il combina même l'horreur et la délinquance dans des films comme *I Was a Teen-age Werewolf*.

Il a eu recours à l'érotisme. Les films étrangers avaient déjà familiarisé notre public avec une con-

ception plus libre des choses du sexe. Mais alors que l'Europe ne sépare pas Eros de la vie normale de l'homme, Hollywood le sépare. Ce que le cinéma étranger accepte comme allant de soi, Hollywood, au contraire, le souligne fortement, le met en italiques, s'en sert comme d'un élément de scandale pour mousser ses films. Les cas d'aberration mentale imprimés sur celluloïd remplacent le drame à l'écran.

L'avènement de la télévision

Le coup le plus dur porté au cinéma ne fut pas la décentralisation des villes, les voyages de plus en plus fréquents d'une population sans cesse en mouvement, la concurrence des sports, de la vie en plein air et des jeux. Ce fut l'avènement de ce géant électronique qui a répandu le divertissement gratuit dans tous les foyers et qui a fait pousser sur les toits une jungle d'antennes chromées.

Hollywood a méprisé la télévision dès son apparition. Et cependant si grande qu'ait été son influence, la télévision n'a pas été le seul facteur d'une baisse des recettes du cinéma. Des villes que n'avait pas encore envahies la télévision ont, elles-mêmes, enregistré des recettes moindres. A l'influx des films étrangers qui venaient combler les lacunes de notre production, il faut ajouter l'apparition



A l'instar de Burt Lancaster, plusieurs vedettes sont devenues producteurs

des films dits de production indépendante. Films tournés sans la participation des grands studios ou avec une participation réduite à la location d'équipements techniques. Il y eut également les films "nudistes". Films à faible budget, médiocres, choquants, tournés à la vavite par des chevaliers d'industrie s'improvisant metteurs en scène. Ces films peu coûteux rapportaient de gros bénéfices. Déjà, depuis plusieurs années, les grandes compagnies avaient perdu le contrôle des maisons de distribution. On avait même pris l'habitude de tourner des films à l'étranger, loin des studios d'Hollywood. On en tournait aussi

dans des locaux de fortune, même dans des granges. Tous ces films s'emparaient des écrans américains.

Après s'en être moqué, Hollywood a détesté la télévision. Mais elle eut bientôt fait de reconnaître la puissance de son adversaire et de rechercher son alliance.

Aujourd'hui, la plupart des grands studios consacrent la plus grande partie de leur production à des films de télévision. Les studios, sous la pression de leurs actionnaires, vendirent leurs stocks de films anciens aux entreprises de télévision.

Du nouveau

De nouvelles raisons sociales prirent bientôt l'affiche. On parla de Desilu Studios et non plus de R.K.O. D'anciens employés, Desi Arnaz et Lucille Ball, étaient maintenant propriétaires de la compagnie qui les avait jadis congédiés. Même si Walt Disney, Warners, 20th Century Fox, M.G.M. et d'autres grandes compagnies maintenaient leurs raisons sociales et tournaient des films, chacune d'entre elles possédait une succursale de télévision. Dans quelques cas, la succursale l'emportait sur sa maison-mère. Universal International se fit mieux connaître sous le nom de Revue, avant de passer sous le contrôle de la M.C.A., une agence très importante. Columbia se confondit

avec Screen Gems. Republic devint Four Stars, etc.

Hollywood a connu et connaît encore une période de transition.

Nul ne saurait en prédire l'avenir.

Quand les studios se mirent à résilier les contrats de ses vedettes pour abattre leurs frais d'opération, celles-ci prirent vite conscience de leur pouvoir. Hollywood est bien en Californie, mais ses bureaux de direction se trouvent à New York. Hollywood, c'est l'usine dont les affaires se transigent à l'autre bout du continent, dans Manhattan. Pour faire des films, les studios doivent emprunter des banques. Or, quand il s'agit d'un film américain, les banquiers s'inquiètent de la réputation des interprètes du film. Ils y voient la garantie de leurs prêts considérables. Les stars s'avisèrent très vite de leur valeur marchande. Leurs agents d'affaires aussi qui prélèvent 10% sur tout ce qu'ils peuvent obtenir pour leurs clients.

On s'aperçut très vite également que l'impôt sur le revenu coupait les salaires de près de 91% et touchait beaucoup moins aux profits des corporations. Les stars devinrent des corporations; leurs agents, de véritables gérants. Ils apprirent à grouper ensemble les services d'une star, d'un metteur en scène, d'un scénariste, et de les offrir en contrat-bloc. Une étoile de pre-



55 Days at Peking, super-production américaine, a été tourné en Espagne.

mière grandeur avait le choix de son film et de son metteur en scène. Seuls des réalisateurs chevronnés tels George Stevens, Fred Zinnemann, William Wyler, pouvaient se payer le luxe de choisir leurs comédiens et leurs sujets de films.

Le talent l'emportait désormais sur la production en série. "Les fous, disait avec humour un chef d'industrie, les fous se sont emparés de l'asile".

La M.C.A.

L'exemple le plus frappant des transformations d'Hollywood est celui de la M.C.A. La Music Corporation of America, à ses débuts,

n'était guère autre chose qu'une agence. Elle faisait engager des orchestres, des chanteurs, des danseurs, des comédiens, etc. Elle prit vite de l'importance. Son avoir actuel englobe Universal Pictures (films), Revue Productions (télévision), Decca Records (disques), Northern Music Publishing Company (musique), ... et une banque à Denver, Colorado. Comme le font d'autres studios, M.C.A. finance aussi certaines productions théâtrales de Broadway.

Le gouvernement des Etats-Unis crut nécessaire de sévir contre ce cartel d'agences et de studios. A titre d'agence, M.C.A. devait

s'efforcer d'obtenir les meilleurs contrats pour ses clients ; à titre de maison de production, elle devait engager les artistes aux plus bas prix possibles. C'était un conflit d'intérêts. Les tribunaux anti-trust rendirent leur jugement : M.C.A. devait renoncer ou à son agence (\$8,000,000 d'affaires) ou à son entreprise de télévision (\$72,000,000 d'affaires). Le choix ne fut pas difficile à faire.

Aujourd'hui, M.C.A. est sans doute le seul studio qui connaisse des difficultés de stationnement. Des producteurs indépendants et des sous-producteurs de toutes sortes tournent une quantité considérable de films dans la jungle, les places publiques, les rues du Far west, réparties sur les 408 acres du studio de la vallée de San Fernando. Des metteurs en scène aussi réputés qu'Alfred Hitchcock y possèdent leurs bureaux. La compagnie de Hitchcock produit chaque semaine un film de télévision. Le film de télévision est d'un rendement excellent, car sa consommation est assurée à travers tout le pays. Le doublage en langues étrangères en permet la circulation outre-mer. Toutes les émissions de télévision ne sont pas réduites à une demi-heure ou une heure : certaines émissions sur film durent jusqu'à une heure et demi (y compris les commerciaux qui mangent quelques quinze minutes). Le temps

moyen d'un film étant d'une heure et trois quarts, il est facile de réaliser qu'un film de télévision en couleurs puisse rapporter des profits supplémentaires si la projection en est faite dans les cinémas d'outre-mer.

Plusieurs stars qui avaient méprisé la télévision n'hésitent plus à y engager leurs capitaux. On tourne d'abord un film-pilote. S'il obtient du succès, suit alors un film à épisodes. Les épisodes à la télévision sont distribués sur quatre cycles de treize semaines chacun. Il suffit qu'un commanditaire des trois grands réseaux de télévision achète une série d'épisodes susceptibles de plaire au public pour que le propriétaire des films s'enrichisse rapidement.

Maintenant que les studios ouvrent leurs portes à la production indépendante, que des individus pleins de talent ont toute liberté de tourner des films de qualité, maintenant que les films ont plus de déploiement que jamais, il arrive pourtant que les gens refusent de retenir les services d'une gardienne d'enfants, de payer des frais de stationnement, de manger au restaurant, pour s'offrir le luxe d'une soirée de cinéma hors de la banlieue qu'ils habitent.

Autrefois il arrivait souvent qu'Hollywood tournât des films à l'étranger. En raison de subsides gouvernementaux, des décors au-



The Hoodlum Priest, une production indépendante, a été tourné aux Etats-Unis mais hors des studios d'Hollywood.

thentiques, de la main d'oeuvre à bon marché. Les taxes, les tarifs, les quotas ont fait que les compagnies d'Hollywood n'acceptent plus de tourner à l'étranger que pour des raisons exceptionnelles de financement et de décors naturels. Quoi qu'il soit, les films ont plus que jamais un caractère international, car il arrive rarement que les interprètes appartiennent à une même nationalité.

Les réalités de demain

Qu'advient-il du spectacle dans les foyers ? Les écrans de télévision deviendront plus grands ; ils s'accrocheront aux murs comme des écrans de cinéma. La télé-

vision en couleurs qui n'est pas encore au point sera d'un coût de plus en plus bas. La télévision en circuit fermé permettra d'assurer la surveillance des enfants ; couplée à un appareil à enregistrement magnétoscopique, elle vous permettra, en votre absence, de capter votre programme favori.

Peut-être pourrez-vous acheter des spectacles de télévision comme vous achetez des albums de disques ? Les films de 16 mm. resteront sur le marché, mais des entreprises professionnelles mettront à la disposition des écoles et des bureaux des films de 8 mm. Par exemple, votre médecin, au lieu de vous expliquer de vive voix l'enlèvement des a-

mygdales de votre fils, invitera son infirmière à vous faire voir dans la salle d'attente un court documentaire sur la nature de cette opération.

Demain, vous porterez au doigt un magnétophone en forme de bague ; votre bracelet-montre contiendra un poste émetteur-récepteur de radio ; à vos prochains voyages à l'étranger, vous glisserez dans votre poche un appareil électronique de traduction. Des avions à réaction, d'une vitesse supérieure trois fois à celle du son, vous transporteront en quelques heures partout dans le monde. La télévision connaîtra une diffusion mondiale. Grâce au Telstar de la Bell Telephone et au Relay de la R.C.A., grâce aussi à d'autres satellites du même genre, les principaux événements internationaux seront, dans un même instant, portés à la connaissance de tout l'univers.

Le facteur humain ne perdra pas pour autant son importance. Les grands artistes pourront se faire

mieux connaître et apprécier. Il y aura des échanges culturels plus intenses, des événements artistiques d'une rare qualité. Le processus de création artistique n'en restera pas moins le même après le travail de rédaction du scénariste, viendra celui du metteur en scène. Ce dernier sera même son propre producteur pour assurer toute la qualité artistique de l'oeuvre projetée. Le rôle du réalisateur en sera un d'envergure. Il lui sera possible, grâce aux ressources du doublage, des sous-titres, des moyens rapides de transport et de distribution, de s'adresser à des millions de spectateurs dans leur langue à eux. et aussi dans le langage universel du cinéma.

Espérons que le cinéma américain apportera sa contribution au cinéma international, qu'il permettra à tous les hommes de s'unir et de se comprendre par l'emploi d'une langue universelle : celle de la Beauté.

LES STAGES DE CINÉMA 1964

Au cours des prochaines vacances, il se tiendra, dans plusieurs régions de la Province, des stages de cinéma destinés aux éducateurs et aux étudiants qui dirigent un ciné-club.

Pour des précisions sur le lieu, la date et le programme, les intéressés sont priés de s'informer auprès de leur Office diocésain des Techniques de diffusion.