

The revival of a beautiful friendship

ou Comment Hollywood s'apprête à (re)partir en guerre

Le 11 novembre dernier, Karl Rove, l'un des conseillers de la Maison Blanche, a rencontré à Hollywood une quarantaine¹ de dirigeants de l'industrie du cinéma et de la télévision et leaders des principaux syndicats du show-business. Le but de la réunion, organisée à l'initiative du gouvernement et dont la presse était exclue, était d'étudier la façon dont Hollywood pourrait soutenir l'Amérique dans la guerre que le pays mène actuellement contre le terrorisme.

Selon Jack Valenti, président depuis 1966 ans de la puissante Motion Picture Association of America (MPAA)², c'était la première fois depuis plus de 30 ans que les patrons de tous les grands studios étaient ainsi rassemblés autour d'une même table en vue d'une action commune. Mais il est vrai que depuis les attentats du 11 septembre, Hollywood, comme l'immense majorité de l'Amérique, fait bloc derrière un président pour lequel la plupart des responsables des studios n'ont pourtant probablement pas voté et qu'ils ont vu arriver au pouvoir avec une certaine appréhension, même si, pendant la campagne présidentielle, plusieurs d'entre eux avaient pris la précaution de partager leurs dons entre Al Gore et George Bush jr.

Il y a encore quelques mois, les relations étaient en effet on ne peut plus tendues entre Washington et l'industrie du rêve de la côte Ouest. Les productions hollywoodiennes étaient régulièrement accusées de pervertir la jeunesse et d'encourager le climat de violence aux Etats-Unis, voire de pousser au meurtre des adolescents perturbés de regarder, jour après jour, les tueries se suivre sur le petit ou le grand écran. Hollywood ne se privait par ailleurs pas de mettre en doute, dans beaucoup de productions, l'efficacité et l'intégrité de certaines institutions américaines, même si le système en tant que tel s'en sortait toujours avec les honneurs à la fin des films.

Mais depuis le 11 septembre, l'Amérique médusée a vu Ousama Ben Laden remporter, du moins dans les pays islamiques, une manche après l'autre dans la grande bataille de l'opinion publique. Au fur et à mesure que les bombes tom-

baient sur l'Afghanistan et que les militaires filtraient les informations disponibles pour les journalistes, les Européens eux-mêmes, qui s'étaient pourtant rangés spontanément derrière l'Amérique en septembre, commençaient à émettre des doutes. Et aux Etats-Unis, le traumatisme causé par les attentats et soutenu par la peur de la maladie du charbon plongeait la population dans l'hébétude.

Il fallait donc réagir. Outre des bombes et de la nourriture, les Etats-Unis ont jeté sur l'Afghanistan des pamphlets expliquant que l'Amérique est une alliée du peuple afghan. Des avions survo-

*Casablanca
(Michael Curtiz, 1942)*



Avant de commencer un film, les producteurs étaient invités à se demander si celui-ci pouvait contribuer à la victoire.

lent le pays et émettent des émissions de radio à l'adresse des habitants. Radio Free Europe, créée pendant la guerre froide pour inonder de bonnes paroles l'Europe de l'Est et dont Karl Rove fut l'un des conseillers à l'époque où le président Clinton voulait l'abolir, a de nouveau de beaux jours devant elle. Et le cinéma a bien évidemment son rôle à jouer quant il s'agit de persuader le monde que l'Amérique est, comme l'a rappelé Jack Valenti le 11 novembre, "le pays le plus généreux du monde".

Hier: Hollywood contre les Nazis

Si les relations, plus ou moins amicales selon les moments, entre Hollywood et Washington ne datent pas d'hier, le cinéma et la politique avaient fait particulièrement bon ménage lors de la seconde guerre mondiale. La plupart des articles de presse consacrés à la réunion du 11 novembre à Hollywood, et Rove lui-même, font d'ailleurs référence à cette période. Pourtant, en 1941 aussi, la guerre était survenue à un moment de tension entre le monde politique et celui du cinéma. Lorsque les nazis avaient interdit l'importation de films américains, les studios qui avaient jusque là évité de faire des allusions à Hitler pour continuer à vendre leurs films en Allemagne³, avaient commencé à réagir. En 1941 alors que la plupart des Américains, et notamment les plus conservateurs, étaient encore résolument isolationnistes, une commission d'enquête du Sénat accusa Hollywood de pousser le pays à la guerre en produisant des films à tendance interventionniste⁴. Menée par des ultra-conservateurs, la commission ne rencontra toutefois pas un grand écho et tomba tout à fait dans l'oubli le 7 décembre 1941 quand les Japonais attaquèrent Pearl Harbor.

Le 13 juin 1942 le "Office of War Information" (OWI) fut créé avec pour mission de faire comprendre aux Américains et aux Alliés les buts et les enjeux de la guerre. Au sein de cette institution, le "Bureau of Motion Pictures", dirigé par le journaliste Lowell Mellett, était plus précisément chargé des relations avec Hollywood et les studios étaient alors fortement encouragés à tourner exactement le genre de films pour lesquels on venait, quelques mois plus tôt, de les traîner devant une commission d'enquête! Ils devaient faire comprendre la nécessité de la guerre à une population qui, elle, traînait toujours les pieds, à l'instar de Rick Blaine (Humphrey Bogart) dans "Casablanca". Au début du film, cet individualiste forcené déclare "I stick my neck out for nobody" mais plus tard il renonce à la femme de sa vie quand il comprend qu'il y a des causes qui valent tous les sacrifices.

Et à Hollywood, tout fut sacrifié à l'effort de guerre. Avant de commencer un film, les producteurs étaient invités à se demander si celui-ci pouvait contribuer à la victoire ou s'il risquait au contraire de la retarder et comment il allait clarifier ou dramatiser un aspect particulier de la guerre. Les buts de la guerre, la nature de l'ennemi, les alliés, la production pour la guerre, le moral des Américains et les soldats au front devinrent des sujets prioritaires pour les scénaristes. Une commission analysait les scénarios qui lui étaient soumis pour faire, le cas échéant, des 'suggestions'.

La production de films de fiction à visée propagandiste⁵ ne resta cependant pas la seule contribution du cinéma à la guerre. Des réalisateurs célèbres (Frank Capra, John Ford, John Huston) furent engagés pour tourner des films documentaires sur la guerre⁶. 43.000 copies de films de fiction furent envoyés sur le front pour divertir les troupes entre deux assauts. Les studios produisaient des films d'entraînement pour l'armée. Certains studios en firent leurs choux gras. 94% des films produits par Disney en 1943 étaient des commandes du gouvernement⁷. Les artistes payaient de leur personne. 22.000 membres de la profession furent mobilisés et ceux (ou celles) qui étaient restés à la maison, récoltaient de l'argent en vendant des 'war bonds'⁸ et multipliaient les tournées afin de divertir les soldats au front.

Le "Office of Censorship" distribuait les licences d'exportation aux films américains. Hollywood tirant déjà à l'époque près de la moitié de ses revenus de la vente des films à l'étranger, les producteurs avaient tout intérêt à satisfaire aux exigences de cette administration s'ils voulaient profiter, le moment venu, des avancées des Alliés suivies de la réapparition de films américains dans les salles des pays libérés.

Lifeboat (Alfred Hitchcock, 1943)



Aujourd'hui: Hollywood contre le Mal

Se rappelant les bons services de Hollywood en 1941-1945, le gouvernement de George Bush jr. tente donc actuellement de réitérer l'expérience. Il ne part d'ailleurs pas vraiment de rien car si les relations entre le cinéma et la politique s'étaient beaucoup détériorées depuis les années 60 et 70, quand le système des studios semblait sur le point de disparaître et que le Watergate et la guerre du Vietnam nourrissaient un climat de méfiance et de désillusion aux Etats-Unis, l'armée a toujours soutenu, avec du matériel et des conseils, les films de guerre dont elle avait approuvé auparavant les scénarios. En 1999 a même été fondé à l'université de la Californie du Sud le "Institute for Creative Technologies" (ICT) dans lequel des militaires collaborent avec les créateurs de Hollywood pour élaborer notamment des programmes d'entraînement virtuels à destination des soldats.

C'est précisément au ICT que s'est tenue début octobre une réunion secrète entre des militaires et des cinéastes. A cette rencontre quelque peu surréaliste ont participé les scénaristes de "Die Hard" et "McGyver" ainsi que Joseph Zito, le réalisateur des films "Delta Force" et "Missing in Action" (avec Chuck Norris), David Fincher ("Seven") mais aussi Randal Kleiser, l'auteur de "Grease" et Spike Jonze qui a réalisé "Being John Malkovich". Peut-être les militaires se sont-ils dit qu'un homme qui a réussi à rentrer dans la tête de John Malkovich n'aura pas de difficulté à comprendre ce qui se passe dans celle d'un terroriste ! Toujours est-il que le responsable du ICT a confirmé a posteriori que cette réunion a bien eu lieu. La revue professionnelle "Variety" croit savoir que le but était de déterminer de possibles futurs objectifs des terroristes et prétend que des discussions ont également eu lieu, par télé-conférence, avec le Pentagone !

Le 17 octobre, des représentants du gouvernement ont eu une entrevue avec des professionnels de Hollywood avec pour objectif de créer un "groupe d'interventions spécial art et divertissement"⁹. La rencontre semble toutefois s'être avérée peu satisfaisante et c'est probablement son échec qui a incité Karl Rove à rencontrer lui-même les plus hauts représentants de l'industrie du cinéma et de la télévision. C'est cette réunion qui a eu lieu le 11 novembre et bien qu'elle ait duré moins de deux heures et qu'aucune résolution concrète ne semble avoir été prise, tous les participants ont déclaré vouloir soutenir dorénavant, du mieux qu'ils le peuvent, l'effort de guerre.

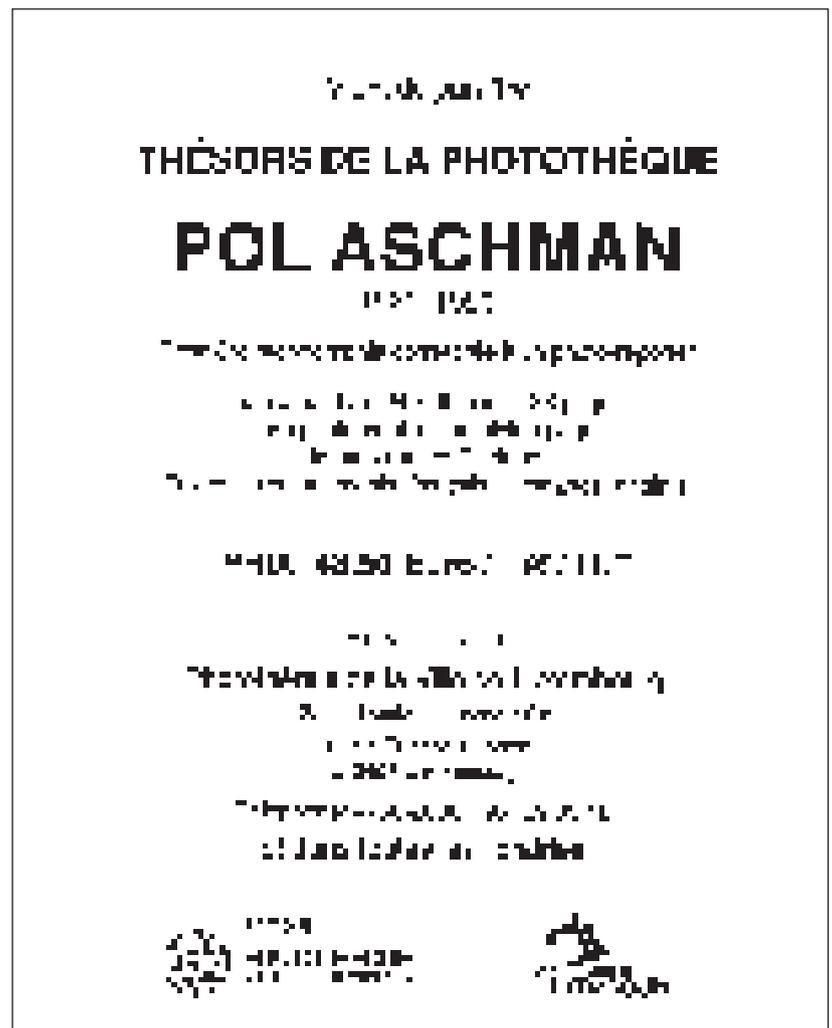
Afin sans doute que tout le monde sache de quoi il retourne, la rencontre a débuté par un briefing

au cours duquel Rove a expliqué aux nababs présents l'histoire et le fonctionnement du réseau Al Qaeda d'Ousama ben Laden.

Les propositions faites ensuite restent assez vagues et s'inspirent largement des actions entreprises lors de la seconde guerre mondiale. Les producteurs sont encouragés à montrer dans leurs films que l'ennemi de l'Amérique n'est pas l'Islam mais le terrorisme et que la guerre n'est pas menée contre une religion mais contre "le Mal". L'une des missions du show-business sera de distraire les troupes par des tournées mais aussi en envoyant dans les bases aux Etats-Unis et à l'étranger les films les plus récents¹⁰. Par ailleurs, les studios promettent de produire, pour la télévision mais aussi pour le cinéma, des clips sur les enjeux de la guerre, l'engagement citoyen des Américains ou les mesures de sécurité à prendre en cas d'attaque.

Chaque studio ou syndicat va désigner une personne pour servir de contact et concerter les actions à venir. Ce groupe opérera sous l'égide de la MPAA.

L' "American Way of Life" semble tellement 'naturel' aux Américains qu'ils n'imaginent pas un autre mode de vie et n'ont donc pas l'impression de faire de la propagande.



A ceux qui voient là une tentative un peu trop flagrante d'utiliser le cinéma et la télévision à des fins de propagande, Jack Valenti a solennellement déclaré que ce n'était nullement le cas et que d'ailleurs rien de tout cela ne touchait au contenu des films ! Il est toutefois difficile de le croire d'autant plus qu'il a dit aussi : "Si l'histoire est bonne et bien racontée, il est tout fait possible de montrer des films qui mettent en évidence l'héroïsme des forces armées américaines".

Dans son livre "Hollywood et le Rêve américain"¹¹, Anne-Marie Bidaud est d'avis que l'"American Way of Life" semble tellement 'naturel' aux Américains qu'ils n'imaginent pas un autre mode de vie et n'ont donc pas l'impression de faire de la propagande. En 1947, le producteur Louis B. Mayer écrivait dans le "Hollywood Reporter": "Ce n'est pas de la propagande [...] à moins que le fait de présenter au monde notre mode de vie, la liberté et les chances dont nous jouissons, la défense de la liberté, l'importance que nous attachons à la dignité de l'être humain [soit considéré comme tel]"¹². Anne-Marie Bidaud conclut: "... la propagande, dans ce cas précis, s'appelle patriotisme"¹³ et ce mot de patriotisme revient en effet à tout propos dans tous les comptes-rendus sur la réunion.

Le problème n'est d'ailleurs pas tant que certains vont se mettre maintenant à produire des films visant à soutenir l'effort de guerre, mais que ceux qui refusent de collaborer à ce grand mouvement patriotique ou plus simplement ceux qui osent critiquer ne serait-ce que l'un ou l'autre aspect de la guerre lancée par l'Amérique contre les terroristes, ceux-là risquent fort de se retrouver mis au ban du show-business. Prudente, Barbara Streisand a déjà enlevé de son site internet les propos critiques qu'elle y tenait contre la politique de Bush. L'acteur Danny Glover s'est montré plus imprudent en déclarant dernièrement à l'université de Princeton son opposition inconditionnelle à la peine de mort, même, a-t-il dit en substance, quand il s'agit d'Ousama Ben Laden. Il a par ailleurs accusé les Etats-Unis d'être les premiers à user de la violence, que ce soit au Nicaragua ou au Vietnam. Ces quelques déclarations – intercalées dans un discours beaucoup plus long sur la peine capitale – ont été citées, hors contexte, par plusieurs journaux dont les plus aimables ont rappelé à Glover qu'il avait joué dans certains des films les plus violents tournés à Hollywood¹⁴ alors que quelques-uns l'ont aussitôt soupçonné de communisme ! Après la seconde guerre mondiale, c'est la chasse aux sorcières qui se rappelle à nos souvenirs !

Cela dit, il est une chose qui pourrait réfréner le patriotisme des producteurs. Bryce Zabel, le

président de la "Academy of Television Arts and Sciences" l'a évoqué le 11 novembre mais curieusement seul, parmi les journaux que nous avons pu consulter, le Los Angeles Times, le cite à ce propos. Zabel a en effet souligné que "tous les projets devront se porter financièrement"¹⁵. En d'autres termes: les studios veulent bien contribuer à l'effort de guerre mais seulement si cela ne leur fait pas perdre de l'argent !

Viviane Thill

1 Le nombre des participants varie entre 20 et 50 selon les sources, la "Süddeutsche Zeitung" optant pour 47. Dans les différents articles de presse sont cités Jack Valenti, le président de la Motion Picture Association of America (MPAA), Robert Iger de Walt Disney, Jonathan Dolgen et Sherry Lansing de Viacom (co-organisateurs, avec Jack Valenti, de la rencontre), Sumner Redstone de Viacom Inc., Alex Yemendjian de MGM, Jim Gianopolos et Tom Rothman de la Fox, Peter Roth de Warner Bros. Television, Bryce Zabel de l'Academy of Television Arts and Sciences et Melissa Gilbert du syndicat des acteurs. Le gouvernement était représenté par Karl Rove et Mark McKinnon, responsable des médias pendant la campagne présidentielle de Bush.

2 Fondée en 1922, la MPAA est l'association professionnelle des producteurs américains de cinéma et de télévision. Dans son comité directeur siègent les patrons des sept plus grands studios (Walt Disney Company, Sony Pictures Entertainment, Metro-Goldwyn-Mayer, Paramount Pictures, Twentieth Century Fox, Universal Studios et Warner Brothers). Bien que l'association ait près de 80 ans, Jack Valenti n'est que son troisième président. Valenti, qui participa durant la seconde guerre mondiale à 51 missions de combat comme pilote et fut plusieurs fois décoré, devint, entre 1955 à 1966, l'un des plus proches collaborateurs de Lyndon B. Johnson. Comme les deux précédents présidents de la MPAA, il est lié à la fois au milieu des affaires et à celui de la politique.

3 À l'exception de Warner Bros. qui produisait assez tôt des films anti-fascistes comme "Black Fury" (Michael Curtiz, 1935) ou "Black Legion" (Archie Mayo, 1936). Sur l'exception Warner Bros., voir le livre de Michael E. Birdwell "Celluloid Soldiers – Warner Bros.'s Campaign against Nazism", New York University Press, 1999.

4 Outre "The Great Dictator" (1940) de Chaplin, l'un des films principalement mis en cause était "Confessions of a Nazi Spy" (Anatole Litvak, 1939). Karl Rove fut donc particulièrement mal conseillé en citant justement ce film-là comme exemple de la collaboration fructueuse entre Hollywood et Washington lors du 2e conflit mondial. Cette collaboration commença en fait plus tard.

5 "Saboteur" (1942) et "Lifeboat" (1943) d'Alfred Hitchcock, "Casablanca" (Michael Curtiz, 1942), "To be or not to be" (Ernest Lubitsch, 1942), "Mrs Minniver" (William Wyler, 1942) ou "Hangmen also die" (Fritz Lang, 1943) n'en sont que quelques exemples.

6 La célèbre série documentaire "Why We Fight" produite par Frank Capra en est un exemple, de même qu'un grand nombre de dessins animés qui servirent à la propagande ou comme films d'entraînement pour l'armée. Mais là encore, il fallait obéir aux diktats du pouvoir. "Battle of San Pietro" de John Huston eut des difficultés parce qu'il montrait de façon trop réaliste la souffrance des soldats au front.

7 "A Political Companion to American Film" de Gary Crowdus, Fitzroy Dearborn Publishers, Chicago and London 1994, p. 498.

8 Titres d'emprunts de guerre.

9 Cité par "Spiegel online" (19.10.2001).

10 Le commandant du "Théodore Roosevelt" s'est apparemment plaint de toujours devoir regarder les mêmes vieux films sur son navire de guerre.

11 Édition Masson, Paris 1994.

12 Idem, p. 94.

13 Idem.

14 La série des "Lethal Weapon".

15 Los Angeles Times, 12 novembre 2001.

Les studios veulent bien contribuer à l'effort de guerre, mais seulement si cela ne leur fait pas perdre de l'argent !