
Scene stills. Usages des photographies de plateau dans le système hollywoodien classique

The Use of Scene Stills in the Classical Hollywood System

Marguerite Chabrol



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/photographica/1432>

DOI : [10.4000/photographica.1432](https://doi.org/10.4000/photographica.1432)

ISSN : 2740-5826

Éditeur

Éditions de la Sorbonne

Édition imprimée

Date de publication : 9 novembre 2023

Pagination : 36-55

ISBN : 979-10-351-0904-2

ISSN : 2780-8572

Référence électronique

Marguerite Chabrol, « Scene stills. Usages des photographies de plateau dans le système hollywoodien classique », *Photographica* [En ligne], 7 | 2023, mis en ligne le 09 novembre 2023, consulté le 14 décembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/photographica/1432> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/photographica.1432>



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-SA 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

SCÈNE

STILLS

*Usages des
photographies de
plateau dans le système
hollywoodien classique*

Marguerite Chabrol

La photographie publicitaire¹ est une clé de voûte du système hollywoodien classique, notamment à travers les portraits de stars qui circulent très tôt dans les médias de masse ou sont envoyés aux admirateurs avec des autographes². Dans la période étroite de l'âge d'or de Hollywood, c'est-à-dire des années 1930 au milieu des années 1940, définie par la domination des grandes compagnies (*majors*) contrôlant pour la plupart l'ensemble du processus de la production et distribution des films, la fabrication de ces images émane des studios eux-mêmes. Dans leur structuration, des années 1920 au début des années 1930, les *majors* se dotent en effet chacune d'un département dédié à la photographie, étroitement lié à celui de la publicité, au sein duquel des photographes sont recrutés comme employés permanents. Avec le démantèlement très progressif des grands studios après la Seconde Guerre mondiale, ces salariés ont fait partie des premiers licenciés et, au fil des années 1950, les producteurs se sont tournés vers des photographes indépendants choisis au cas par cas³.

Je m'intéresserai ici, dans une réflexion sur le système hollywoodien à son apogée, à des photographies peu commentées : les *production stills* ou photographies de plateau, en considérant le sens étroit de l'expression anglaise, c'est-à-dire la captation ou reproduction d'une scène du film par le photographe de plateau. Une autre locution couramment employée à l'époque est *scene stills*, littéralement « photographies de scènes », qui rend mieux compte de la dynamique de l'instant. Les *scene stills* sont des reconstitutions posées, souvent dramatisées, de moments importants du film. Le photographe spécialisé, le *stillman*, se plaçait à la fin de la prise le plus près possible de la caméra et demandait aux acteurs de se tenir immobiles pour créer l'illusion de capter un instant du film. Au sens étroit, le terme *stillman* désigne le photographe de plateau, mais il en existe aussi à l'époque un usage élargi qui englobe les photographes de portraits et de photographies publicitaires.

On a l'impression que beaucoup de ces photographies de scènes étaient accessibles et connues, parce que certaines ont été ensuite reproduites dans des ouvrages de cinéma, ou parce que la culture cinéophile en a fait un objet de collection. Mais on trouve peu d'informations sur leur diffusion originelle auprès du grand public : dans quels contextes les voyait-on et à quels usages précis les studios les destinaient-ils ? Avant le recours à des photogrammes et les possibilités de captures d'écran, les photographies de scènes sont le type d'image fixe le plus proche de celles du film, or elles ne sont pas systématiquement publiées telles quelles et la presse américaine grand public en reproduit moins que ce que l'on peut imaginer. On y trouve à foison d'autres photographies publicitaires, plus stylisées, qui soit aménagent certaines scènes, soit ne correspondent à aucune scène précise [Fig. 1] ; ou des photographies des stars principales en costumes, sans décor, qui tendent à effacer la narration au profit d'une caractérisation individuelle ou d'une tonalité romantique dans des *two-shots* – que le romantisme soit sentimental ou conflictuel [Fig. 2]. Quand les *scene stills* sont publiées, elles sont en général retravaillées, colorisées et insérées dans des collages pour les *lobby cards*, ces affichettes de taille moyenne destinées aux halls des salles de cinéma. Dans les magazines, elles sont souvent recadrées et resserrées autour du couple principal [Fig. 3 et 4], ainsi réduites aux *two-shots*, les illustrations les plus communément utilisées.

L'existence des *scene stills* en grand nombre ne dit rien de leur circulation et c'est cette rareté relative que je veux interroger. Les photographies distribuées par les studios sont de natures variées et diffusées avec des qualités de tirage et d'impression très

¹ Toutes les illustrations du présent article proviennent des collections numérisées archives.org, recensées dans le Media History Project.
² Finler 2008 et Mallory 2017.
³ Jacobs 2010, p. 378.

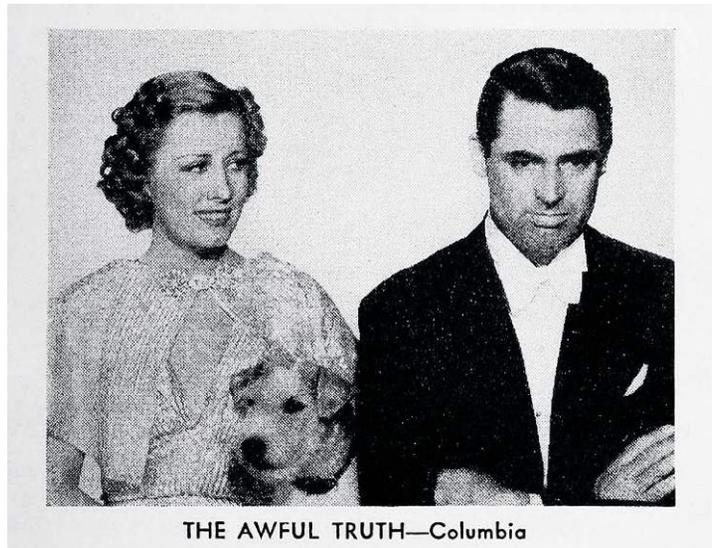


Fig. 1 Photo publicitaire pour *Cette Sacrée Vérité* (*The Awful Truth*, Leo McCarey, Columbia, 1937) avec Irene Dunne et Cary Grant, *Photoplay*, novembre 1937, p. 29.
Fig. 2 Two-shot publicitaire pour *Cette Sacrée Vérité*, paru avec une critique du film, *Screenland*, janvier 1938, p. 27.



Fig. 3 Production still publicitaire pour *Cette sacrée vérité*, *Film Daily*, 6 janvier 1938, p. 21.
Fig. 4 Production still de la fig. 3 recadrée, *Silver Screen*, avril 1938, p. 27.

différentes : les images de faible résolution reproduites sur le papier mat des journaux sont plus fréquentes que quelques tirages en bonne résolution dans les magazines, et l'on trouve aussi des photographies en partie redessinées sur les affichettes. Par « rareté », j'entends donc à la fois la place relativement limitée de ces photographies par rapport à d'autres types de photographies comme les portraits de stars – il reste tout de même beaucoup de *scene stills* au total – ; mais aussi la qualité de la présentation matérielle de l'image – peu de photographies de scènes de films sont publiées en intégrité, et elles sont en général découpées, colorisées, redessinées, assemblées en collages... ce qui estompe l'impression de l'instant de film saisi au vol. L'hypothèse historique que je voudrais formuler est celle d'une évolution des usages publicitaires limitant les *scene stills* à la fin des années 1920 avant une renaissance à la fin de la décennie 1930.

J'ai voulu explorer la circulation des photographies de scènes depuis les studios qui les émettent jusqu'aux spectateurs, en passant par les principaux professionnels qui en font usage : les exploitants et la presse. Pour cette première exploration d'un corpus immense, destinée surtout à proposer des hypothèses générales en matière d'histoire des usages de la photographie de film, j'ai eu recours à un échantillon d'une trentaine de productions représentatives des principaux studios et des grands genres hollywoodiens. Dotées d'un budget important, ce sont essentiellement des *prestige pictures* qui mobilisent toutes les ressources des *majors* et incarnent donc les priorités de leur politique de production et de publicité. Pour ces films, j'ai croisé les photographies de scènes existantes – identifiées dans différentes archives, dans les manuels d'exploitation des films (les *pressbooks*) et par le circuit des *memorabilia* et des ventes d'objets de collection associés au cinéma – et les photographies publiées dans différents supports de presse américains, que j'ai observés en fonction de leur lectorat : professionnels du cinéma, fans, grand public, à partir d'un dépouillement opéré notamment grâce au Media History Project⁴. Ce projet, amorcé en 2009, est un outil d'interrogation d'un nombre important de périodiques numérisés liés à l'histoire des spectacles et des médias nord-américains. Jusqu'aux débuts des années 1960, les revues intégrées à cette base de données y sont consultables en quasi-intégralité, ce qui permet d'avoir une bonne vision d'ensemble du fonctionnement de l'industrie hollywoodienne *via* les revues professionnelles d'une part, les magazines pour les fans de l'autre, mais aussi quelques publications plus spécialisées comme les périodiques éducatifs. On n'y trouve en revanche pas la presse grand public comme *Life*.

Trois limites sont toutefois à signaler : d'abord, l'impossible exhaustivité face à une surabondance de périodiques ; ensuite, la grande difficulté à identifier la totalité des photographies de plateau existantes pour un film donné, ce qui empêche d'expliquer entièrement la démarche de sélection – on peut savoir qui choisit les photographies et quel type paraît dans tel ou tel support, mais pas de quel ensemble elles ont été prélevées – ; enfin, la non-prise en compte des données contractuelles et juridiques, ce qui demanderait une investigation à partir d'autres sources, notamment dans les archives des départements publicitaires des studios et des magazines. Il est cependant établi que les studios font payer aux exploitants indépendants certaines photographies et affiches – les prix sont souvent dans les *pressbooks* – mais qu'ils les donnent aux journaux afin d'obtenir de la publicité gratuite⁵.

⁴ <mediahistoryproject.org/>
⁵ Finler 2008.

UNE HYPOTHÈSE HISTORIQUE

L'usage limité des photographies de scènes pourrait tout d'abord laisser penser que les studios veulent éviter de divulguer le contenu des films. Mais cette analyse en termes de *spoiler* est sans doute anachronique et rencontre vite des contre-exemples. Une deuxième hypothèse pour expliquer la relative rareté des *still scenes* pourrait alors relever de contraintes techniques et logistiques. En effet, la difficulté à les réussir par rapport aux autres types de photographies a été soulignée par des photographes professionnels et de rares études sur le sujet⁶. En 1934, le témoignage du *stillman* Don MacKenzie pointe le problème des éclairages à adapter et surtout la faible prise en considération de son métier par les équipes des films⁷. Il raconte s'être souvent heurté à l'impatience des stars à qui il devait demander de prendre la pose alors que le tournage s'était achevé. Les *scene stills* apparaissent comme une catégorie ingrate par rapport aux portraits, photographies publicitaires ou de tournage auxquels les stars se prêtent plus facilement. Mais cette difficulté matérielle constitue une explication insuffisante pour au moins deux raisons.

La première est qu'il existe énormément de photographies de scènes réussies. Plusieurs stars comme Greta Garbo ou Marlene Dietrich appréciaient particulièrement l'exercice de la pose et la collaboration avec des photographes, ce qui a d'ailleurs été déterminant dans la construction de leur image. En outre, on peut observer pour beaucoup de grosses productions hollywoodiennes l'existence de multiples *scene stills* tout à fait abouties techniquement. Un des rares exemples accessibles en France, mais très éclairant, est donné par le fonds Fritz Lang, à la Cinémathèque française, qui contient de nombreuses photographies de production de ses films, conservées et annotées parfois par le réalisateur⁸.

La deuxième raison est que l'exercice de la photographie de scène est déjà suffisamment maîtrisé pour permettre son utilisation massive bien avant l'âge d'or hollywoodien. Son usage est très fréquent dans la promotion de films muets, y compris ceux qui n'étaient pas des productions de grand luxe⁹. En outre, son esthétique fait déjà l'objet d'un fort intérêt professionnel, mis en avant dans des revues spécialisées comme *American Cinematographer* qui analysent les qualités techniques, expressives et narratives des photographies les plus abouties, et dès lors la plus-value qu'elles apportent au film¹⁰. De leur côté, les studios recrutent de grands photographes et confient à certains la direction de leurs départements photographie. Si Clarence Sinclair Bull (MGM), George Hurrell (MGM puis Warner) ou Ernest Bachrach (RKO) sont surtout célèbres pour leur art d'éclairer les portraits et photographies publicitaires dans lesquels ils affirment leur style, ils n'en ont pas moins réalisé quelques *scene stills*. Frank Powolny (Twentieth Century-Fox) est photographe de plateau avant de réaliser de fameux portraits de Marilyn Monroe dans les années 1950. Des *stillmen* comme John Miehle (RKO) ou Fred Parrish (Selznick) étaient très estimés par leurs pairs pour leur capacité à saisir des instants spectaculaires des films. Compte tenu de l'absence de mention du photographe de plateau dans les crédits des films, les meilleures sources pour identifier les photographes moins réputés sont les articles d'*International Photographer* et *American Cinematographer* qui les nomment, précisément pour faire reconnaître leur travail.

Le début de la décennie 1930 semble marqué par une diminution de l'usage de ces photographies de scènes. Peut-être manquaient-elles, aux yeux des contemporains, de piquant et d'intérêt par rapport à d'autres types d'images. Dès 1925, le remplacement des *scene stills* par des portraits de stars dans la décoration des vitrines et halls de cinéma

⁶ Jacobs 2010.

⁷ MacKenzie 1934.

⁸ Paris, Cinémathèque française, Iconothèque, collection des photographies de plateau. Les photographies des archives personnelles du réalisateur ont été intégrées aux collections de l'Iconothèque. Elles sont classées film par film et contiennent une à deux centaines de photographies de plateau par film.

⁹ Finler 2008, p. 15.

¹⁰ Stillman 1927 ; Blanchard 1930. L'auteur du premier article signe « John Stillman », mais on trouve un autre texte d'un « Joseph Stillman » la même année dans la même revue. Soit ce sont des exemples de parfaits aptonymes et le nom est très courant ; soit il s'agit d'un pseudonyme pour des articles dédiés aux photographies de plateau.

apparaît comme pionnier [Fig. 5]. Cette tendance se poursuit dans les années 1930, alors que, parallèlement, la réflexion des photographes de plateau nourrit un mouvement contraire pour réhabiliter les photographies de scènes. La reproduction de telles images est centrale dans des revues professionnelles comme *International Photographer* et y culmine dans les années 1937-1939. Ces revues reflètent des débats parfois vifs autour des photographies de cinéma. On y trouve d'abord la critique, notamment de la part de certains publicitaires de studios, des faiblesses esthétiques des photographies stéréotypées diffusées en masse à Hollywood. Par exemple, John Leroy Johnston, publicitaire pour le producteur Walter Wanger, déplore la banalité de l'imagerie associée au cinéma et un manque de créativité. Interrogé en 1939 à propos des photographies hollywoodiennes, il les trouve en général médiocres et artificielles car trop visiblement posées, mais il défend l'art de faire des *scene stills* « modernes¹¹ » et appelle à leur amélioration.

Un deuxième phénomène à souligner est la présence croissante dans les discours de cette fin des années 1930 de préoccupations pour la typologie des photographies. Toujours en 1939, George Blaisdell, rédacteur de *International Photographer*, définit ainsi des catégories : portraits des acteurs (*straight portraits*), des personnages (*character portraits*), photographies publicitaires (*advertising*), photographies de mode pour les actrices (*fashion*), photographies commerciales pour d'autres produits (*exploitation*), photographies de plateau (*production*) et, sous le mot *publicity*, toutes sortes de collages ou de mises en page plus dynamiques. Ici *production stills* désigne uniquement les photographies de scènes : « Véritables scènes du film photographiées pendant le tournage¹² ». Deux ans plus tard, l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences organise une exposition et crée des prix de photographie de film, avec plusieurs catégories en compétition : portraits (*portrait studies*), portraits en action (*action portraits*), duos romantiques (*romantic two-shots*), gros plans (*closeups*), photographies artistiques de trois quarts ou plan moyen (*three-quarter or full-length art shots*), photographies de scènes posées (*posed production stills*) ou en action (*action production stills*), photographies de mode (*fashion stills*), et photographies originales (*original novelty stills*)¹³. Cette typologie diffère légèrement de la précédente, mais *production stills* désigne toujours les photographies des scènes et pas la totalité des images de plateau. Les deux classements reflètent un même souci de définition et la recherche d'une diversification visuelle allant de pair avec une meilleure reconnaissance artistique des photographies, à la fin d'une décennie où le *two-shot* a écrasé tous les autres types de représentations.

Les réflexions du milieu professionnel sont dissociées de l'accès aux photographies pour les spectateurs ordinaires. L'observation de la période fait même constater un décalage entre l'usage professionnel des *scene stills* et la limitation de leur diffusion auprès du grand public.

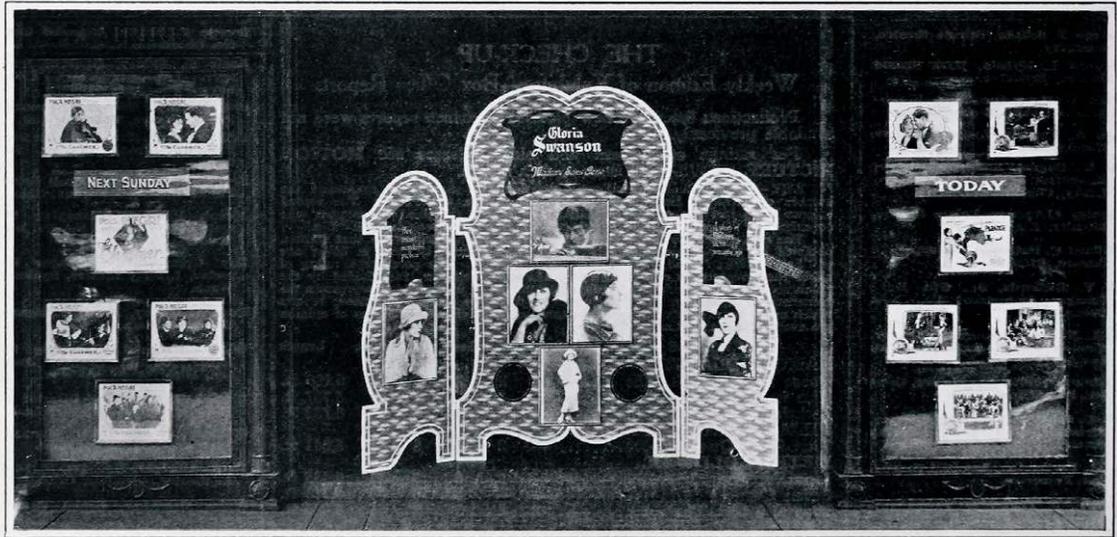
LES SCENE STILLS, DES PROFESSIONNELS AU GRAND PUBLIC

Comme les premiers exemples évoqués l'illustrent, les photographies de scènes représentent principalement un enjeu pour les photographes et les exploitants de salles. Ce sont d'abord les journaux spécialisés destinés aux techniciens qui font des *scene stills* un objet privilégié, autour de questions techniques et artistiques. Parmi celles-ci ressort la qualité de la captation des performances. C'est particulièrement évident pour les scènes spectaculaires d'action et les danses qui constituent un défi. L'image fixe doit saisir le détail

¹¹ Johnston 1939, p. 9.

¹² « Actual scenes from the picture taken during the period of filming ». Blaisdell 1939, p. 439.

¹³ Anonyme 1941.



Special advance display board was used with attractive effect by Manager H. C. Farley of the Empire theatre, Montgomery, Ala., to advertise the engagement of "Madame Sans Gêne" (Paramount) at that house, using star portraits rather than scene stills.



ASTAIRE and ROGERS
as the DANCING CASTLES
Pictures by MIEHLE

These striking shots of Fred Astaire and Ginger Rogers on the "Dancing Castles" in the film, and complete an outstanding series of snapshots on the career of the famous dance team of gay war days, are by John Miehle, one of the most effective billboards, exploiting the picture. The elegant stillman member of Local 639, IATSE. They feature the many dance stills which are particularly interesting as an example of modern

still photography, taking full advantage of fast films and new style techniques, since so many of these shots capture the lively personalities of this famous dancing pair, not only with unusual clarity, but also with excellent timing to secure the most impressive effect.

Fig. 5 Photographie d'un hall de cinéma dans l'Alabama annonçant la sortie de *Madame Sans-Gêne* avec Gloria Swanson (Léonce Perret, Paramount Pictures, 1925), *Motion Picture News*, 20 juin 1925, p. 3060. La légende souligne le « recours à des portraits de stars plutôt que des photos de scènes ».

Fig. 6 Série de photographies de plateau de John Miehle pour *La Grande Fandole* (*The Story of Vernon and Irene Castle*, H. C. Potter, RKO, 1939), *International Photographer*, avril 1939, p. 14-15.

d'un mouvement complexe sans sacrifier la précision technique. Une série autour de *La Grande Farandole* (*The Story of Vernon and Irene Castle*, H.C. Potter, RKO, 1939)¹⁴ [Fig. 6] est ainsi décrite comme « moderne », grâce à la netteté de l'image et de la profondeur de champ préservée en partie malgré la dynamique. Mais c'est aussi valable pour des films plus narratifs, pour lesquels les séries de photographies sont mises en page avec un résumé de l'intrigue, toujours à destination des photographes préoccupés des capacités de leur médium.

Au-delà du défi technique et de la quête de perfectionnement des photographies, ce sont les *trade journals*, les revues professionnelles de l'industrie cinématographique, qui font des *scene stills* l'usage le plus significatif dans les années 1930, avec deux fonctions principales. Avant la sortie du film, ces photographies sont essentiellement visibles dans les rubriques *preview* des revues d'exploitation, destinées à la description des contenus du film en vue de sa vente. On trouve généralement plusieurs photographies par production (trois ou quatre en moyenne) et toutes ne misent pas sur la composante romantique qui peut rester discrète. Des personnages secondaires y apparaissent aussi, de même que des situations d'ensemble. Après la sortie du film, les photographies de scènes marquent la reconnaissance de son succès commercial. Elles illustrent les tableaux d'honneur des journaux professionnels, invitant en général à poursuivre l'exploitation – c'est le cas de la fig. 3 plus haut, par exemple.

Le léger décalage entre les photographies pour les professionnels et celles pour le public se perçoit par exemple à propos du *Roman de Marguerite Gautier* (*Camille*, George Cukor, MGM, 1936). La sélection pour les professionnels, en l'occurrence les exploitants lisant le *Motion Picture Herald* [Fig. 7], comporte des photographies publicitaires romantiques attendues – notamment celle en bas à gauche qui a été reproduite dans de multiples magazines –, mais aussi en haut une série de scènes : le mariage, un banquet et deux photographies de la scène du casino qui est mise en avant. La sélection d'un magazine pour les fans comme *Picture Play Magazine* [Fig. 8] adopte une hiérarchie différente : la photographie publicitaire occupe la plus grande place, mais il n'y a qu'une photographie de scène (toujours le casino). On y voit aussi une série de portraits de la star Garbo sous forme de découpages qui l'extraient du contexte narratif, ainsi qu'une photographie d'extérieur, les décors étant souvent plus attractifs que les scènes jouées pour ce type de magazines.

Du point de vue du public, les belles reproductions de *scene stills* comme dans l'exemple précédent constituent la portion congrue de la masse d'images accessibles. Il faut souligner que les photographies de scènes sont principalement un objet d'exposition dans les salles de cinéma où elles sont intégrées à une décoration d'ensemble. Pour les films dont la série de photographies inclut en proportion beaucoup de *scene stills*, les exploitants font des efforts de disposition pour les rendre attractives, en les agrandissant, les accompagnant de légendes ou les plaçant sur des mobiles pour les faire défiler. L'installation présentée dans la photographie du hall d'un cinéma du New Jersey dans *Motion Picture Herald* en 1937 est toutefois une relative exception [Fig. 9]. Les innombrables images d'aménagements de salles de cinéma que l'on trouve dans cette revue spécialisée dans le repérage de l'inventivité des exploitants révèlent plutôt la place minimale des photographies de scènes dans les agencements alors considérés comme exemplaires. En effet, quand des *scene stills* de films sont présentes, c'est plutôt sous une forme partiellement redessinée, ou colorisée pour les *lobby cards*. Dans les installations d'exploitants, les photographies de scènes restent de petite taille par

¹⁴ Dans le cadre de cette étude impliquant une logique de studio, la référence des films inclura la mention de la compagnie de production.

"CAMILLE" CLASSIC ROLE



FIVE TIMES in the decade dated 1917-27 the screen gave its public a pictorial of "Camille." Veterans remember that "Camille" was a favorite, too, sometimes under its proper title and sometimes under others, in the dim days of one- and two-reel films trademarked AB for American Biograph and E for Edison. It has been called everything from tear-jerker to classic and, by evidence of the world's box offices since and prior to the coming of the cinema, it is each and all of these.

Metro-Goldwyn-Mayer, acutely aware of the import of names in this modern day, has elected to feature a queer and more sparkling Greta Garbo and the melioric Robert Taylor in its production of "Camille." Assignment, as it pertains to Miss Garbo, seems particularly wise. In her preceding picture, "Anna Karenina," in which she retained her stature as the acknowledged peer of dramatic screen artists, she also gave pleasing demonstration of her natural, spirited character. As the glamorous Russian son of "Dumas" "Camille," the star will be given ample opportunity further to demonstrate her inherent and but lately discovered character in comparison with the manner in which many stage greats, Sarah Bernhardt, Helene Modjeska, Ada Gray, Olga Methersole and Mme. Duse, essayed the same role.

George Cukor, whose "Little Women," "David Copperfield" and "Roméo and Juliet" have won him acclaim as a superior director of films based on classic stories, is staging "Camille" with the same opulence and lavish scope that characterized these screen efforts. Production effects, sensibly, will receive proper attention. But, to the end that name merit shall be of primary consideration, a cast of supporting principals has been recruited from the screen and New York and London stages. It includes Lionel Barrymore, Henry

FOR GRETA GARBO

A HERALD PICTORIAL PREVIEW IN ADVANCE STILLS



by GUS MCCARTHY in Hollywood

Daniell, prominent in the theatres of two continents, Laura Hope Crews, Elizabeth Allen, Jessie Ralph, Russell Hordie, Zeffie Tilbury, May Beatty, Mablon Hamilton, Dorothy Granger, E. E. Clive and King Baggott, among the better known personalities, and in it is listed Lesora Ullrich, star of such stage plays as "Bird of Paradise," "Kiki" and "Lulu Belle," returning to the screen after a three-year absence.

Costuming of the stars and support, the time being the middle years of the past century, constituted quite a problem for Adrien. The extent of wardrobe required is seen in the fact that Miss Garbo has 18 changes and Mr. Taylor 14. Twenty-seven different costumes were designed for the principal male supports and 350 for the male extras. For the principal females, supports and minor players, 300 costumes were produced.

Dances which are incidental to the action and atmosphere within the theatre and during the course of the story are being directed by Val Raset.

William Daniels is the photographer, the man behind the camera on "Anna Karenina," "Painted Veil" and "Queen Christina," other recent Garbo pictures, whose credits also include the photography of "Rose Marie," "Naughty Marietta," "The Barretts of Wimpole Street" and "Dinner at Eight."

Original preparatory detail of the picture and initial shooting came under the personal guidance of the late Irving Thalberg. The film is being carried to conclusion by George Cukor and others close to Mr. Thalberg, who know what he had in mind, and who are exerting their utmost efforts to assure a production of which Mr. Thalberg would have been proud.



IMMORTAL Love

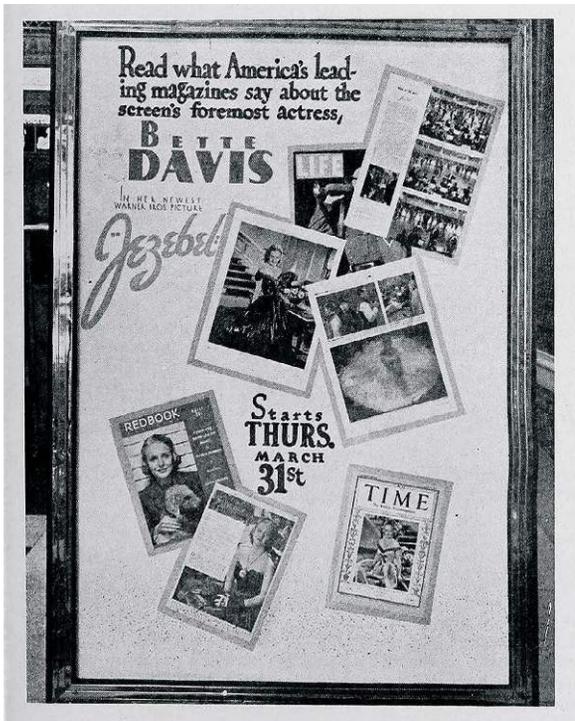



"CAMILLE" is now offered to us with Greta Garbo and Robert Taylor in the starring roles. Let the screen in a dramatic epic. Though "Marguerite" again follows the same old "Avoid." This love cottage is pictured below. At the picture's side, above, are Henry Daniel, Miss Garbo, Mr. Taylor, Rex Evans, Louise Ullrich, Laura Hope Crews, and Rex O'Malley.



Fig. 7 Double page de présentation du Roman de Marguerite Gautier (Camille, George Cukor, MGM, 1936), Motion Picture Herald, 24 octobre 1936, p. 16-17. Fig. 8 Première double page d'un reportage sur Le Roman de Marguerite Gautier, Picture Play Magazine, janvier 1937, p. 20-21.

The spectacular John J. Baker clicks again with this bigly effective set-piece on "Dead End" at the Fox, Hackensack, N. J. Scene-still enlargements with tiein copy were used on panels as shown with quotes from the New York reviews on the base below. In addition Baker tied in with local community chest drive in which picture was plugged to obtain further contributions.



For the reissue of "King Kong" at the Capitol Theatre, Dallas, Tex., Louie Charninsky came through with one of his usual eye-arresting fronts. Below giant cutouts were scene stills and that is Louie standing at left of display.

Fig. 9 Mise en scène d'un hall de cinéma du New Jersey projetant Rue sans issue (Dead End, William Wyler, The Samuel Goldwyn Company/United Artists, 1937), Motion Picture Herald, 11 décembre 1937, p. 76. La légende souligne l'agrandissement de scene stills, particulièrement en valeur pour cette installation.

Fig. 10 Photographies de devantures de salles de cinéma, Motion Picture Herald, 9 avril 1938, p. 51.

rapport aux agrandissements des photographies de stars. Ces sélections privilégient les portraits et une combinaison de *two-shots* et de compositions de groupes assez standardisées. Les photographies de scènes sont généralement insérées dans des collages ou de vastes ensembles qui les noient parmi d'autres. Pour une devanture présentant *L'Insoumise* (*Jezebel*, William Wyler, Warner Bros., 1938) [Fig. 10], le tableau de grand format à l'entrée d'une salle propose une mise en abyme miniaturisante, en intégrant une page de magazine qui elle-même reproduit des *scene stills* – l'argument étant de mettre en avant une revue de presse dithyrambique au sujet de Bette Davis. Quant à l'installation de façade d'une salle texane pour la ressortie de *King Kong* (Merian Cooper et Ernest Schoedsack, RKO, 1933), montrée sur la même page et décrite comme saisissante, elle a recours à des photographies de très petites dimensions par rapport aux affiches, dans des séries verticales parmi lesquelles on devine des photographies de scènes. L'idée du collage et d'une utilisation composite des multiples supports visuels est d'ailleurs souvent suggérée directement dans les *pressbooks* des studios.

Les autres lieux d'exposition des photographies sont les magasins avec lesquels les exploitants nouent des partenariats commerciaux (*tie-up displays*) : boutiques de musique pour des *musicals*, magasins de vêtements, librairies... Dans les vitrines montrées dans *Motion Picture Herald*, les *scene stills*, quand elles sont présentes, font systématiquement office de légendes pour les objets vendus. Elles sont toujours de petit gabarit et accompagnées de *two-shots* et de portraits de stars. Les *pressbooks* explicitent cet usage quasi « documentaire » des photographies de scènes, moins destinées à être affichées pour elles-mêmes qu'à susciter des opérations plus vastes : pour *Rue sans issue* (*Dead End*, William Wyler, The Samuel Goldwyn Company/United Artists, 1937), les conseils invitent à se servir de ces images comme modèles pour reconstituer le décor de la rue, et pour confectionner des costumes aux ouvriers et ouvrières de salle. Pour *Marie Stuart* (*Mary of Scotland*, John Ford, RKO, 1936), le *pressbook* mentionne la disponibilité des *scene stills* pour inspirer des tableaux vivants, dans l'idée de mettre en scène une sorte de musée de cire avec des artistes et des amateurs. Dans la proposition des studios, les photographies de scènes semblent rarement présenter un intérêt pour elles-mêmes, mais en vue d'une animation et comme composante d'un tout.

Du côté de la presse, si les *scene stills* sont offertes dans les lots des studios, elles n'en sont pas pour autant mises en avant par les magazines pour les fans. Je parle ici des publications spécialisées dédiées au cinéma et non de celles centrées sur les romans-photos et les novélisations illustrées qu'a étudiés Adrienne McLean, pour montrer comment leurs articles détournent le sens littéral des photographies dans les films et insistent plutôt sur les thématiques associées aux stars¹⁵. Le principe même des *fan magazines* étant de donner supposément accès aux coulisses de Hollywood, ils privilégient les photographies de tournage et les *candids*, c'est-à-dire les photographies de stars « au naturel » à la ville. Quand des rôles précis ou des films sont représentés en images, tout est focalisé sur les interprètes, via des photographies du type *two-shots* ou des portraits d'acteurs dans leurs rôles [Fig. 8, plus haut]. Pour ces poses en costumes, la mise en page recourt beaucoup à des recadrages ou des silhouettes découpées éliminant l'environnement.

Un paramètre essentiel de l'évolution des usages des photographies de scènes est l'influence du magazine *Life*, qui, refondé en 1936, n'est pas spécialisé dans le cinéma. D'après Joel Finler¹⁶, *Life* a très tôt envoyé ses photographes attirés sur les plateaux, mais on peut constater la présence de photographies de studios retouchées dans des séries publiées dans

¹⁵ McLean 2003.

¹⁶ Finler 2008, p. 172. Il parle des années 1940 et 1950, moi plutôt des années 1930.

les années 1930, par exemple dans le photoreportage sur *Rue sans issue*¹⁷. À cette période, les articles de *Life* semblent mélanger leurs images originales avec celles du photographe de plateau – les crédits n’étant pas mentionnés, ce mélange rend très difficile l’identification des auteurs des clichés. Le magazine a une rubrique régulière « Theater », dédiée aux grands spectacles contemporains, qui s’appuie sur des photographies de scènes théâtrales. Il n’a pas immédiatement d’équivalent pour le cinéma, privilégiant au début des sujets sur les stars en tant que personnalités. Lorsque, plus ponctuellement, des films considérés comme importants sont mis en avant, les photographies de scènes incluses dans l’ensemble sont alors présentées de façon similaire aux reportages sur le théâtre, sous forme d’une série de vignettes précisément légendées, de façon à relater les temps forts de l’intrigue. *Life* installe la forme de référence du photoreportage définissant ce qui fait la culture contemporaine : le magazine saisit les grandes performances du moment et les séquences les plus marquantes d’une œuvre, traitant progressivement le cinéma de la même manière que le spectacle vivant. Si les stars hollywoodiennes y sont présentes, c’est alors en tant qu’interprètes.

Les studios de cinéma se servent en retour de la reconnaissance apportée par *Life* comme argument publicitaire : par exemple Warner promeut *Les Aventures de Mark Twain* (*The Adventures of Mark Twain*, Irving Rapper, Warner Bros., 1944) en intégrant à sa campagne le photoreportage du magazine daté du 8 mai 1944 comme une preuve de qualité [Fig. 11]. Les collages que propose le *pressbook* laissent la page des *scene stills* légendées de *Life* à l’arrière-plan par rapport aux autres photographies (en haut à droite). Mais il y a bien des photographies de scènes parmi les images qu’il est suggéré d’utiliser sous forme d’agrandissements. Le manuel d’exploitation incite aussi à recourir à la série des photographies parues dans *Life* pour les actions pédagogiques autour du film.

Sans pouvoir établir de lien direct, on observe que les magazines de fans systématisent un peu plus tardivement les séries de photographies à la manière de *Life*. *Modern Screen* développe progressivement le recours aux *scene stills* pour illustrer ses critiques de films. Cette pratique s’accroît au fil des années 1940. Si certains textes de critiques d’avant guerre sont déjà agrémentés de quelques *scene stills*, le nombre de ces photographies augmente au fil du temps : pour un film ordinaire trois *scene stills* au lieu d’une en moyenne ; et pour un film mis en avant, on passe parfois de quatre ou cinq images à neuf ou dix, comme avec *Les Nuits ensorcelées* (*Lady in the Dark*, Mitchell Leisen, Paramount, 1944), une comédie musicale dont la partie narrative est relatée par des photographies commentées [Fig. 12]. *Modern Screen* est le *fan magazine* dans lequel ce parti pris éditorial est le plus net, mais l’évolution générale est aussi à souligner dans d’autres supports. Pour l’ensemble des magazines, tandis qu’avant guerre la mise en page type de critiques de films reposait sur des *two-shots* ou *three-shots* très stéréotypés, la nature des photographies sélectionnées se modifie au fil des années 1940. Bien que la disposition des pages de ces notules implique de recourir à des images recadrées et réduites, les sélections laissent de plus en plus apparaître le contexte et le décor, ou possèdent une portée dramatique plus forte, glissant du portrait vers la scène.

Le principe de mise à disposition des photographies par les studios a ainsi permis des usages variables, liés aux différents médias. Dans les journaux professionnels comme les magazines pour les fans, l’emploi de *scene stills* accompagne une forme de distinction des films pour leur contenu et leur teneur dramatique.

¹⁷ Anonyme, 1937. Beaucoup de photographies de plateau du film sont visibles à l’Iconothèque de la Cinémathèque française, ce qui permet de voir que *Life* en a réutilisé.

ANOTHER FIRST! WITH THIS 10-PAGE SPREAD IN LIFE 'MARK TWAIN' MAKES FILM HISTORY!

Hanging up another record for "The Adventures of Mark Twain," this interesting 10-page feature lay-out in Life Magazine appeared in the issue of May 8, 1944. Never before was a film allotted this much space in the magazine. Blow up direct from press sheet for lobby or out-front display, or reproduce for program inserts, giveaways or window stickers. Be sure to mention your playdate.



Fig. 11 Page du manuel d'exploitation (pressbook) des Aventures de Mark Twain (The Adventures of Mark Twain, Irving Rapper, Warner Bros., 1944), p. 8.



1. Liza Elliot (Ginger Rogers), husbandly-suspiciously neighborly "Allure," asks herself indignantly (spurred by her, near-pitiable director, old Dr. Brooks (Burr Sullivan) for help.



2. Feline-kind Kendall Huxitt (Warner Baxter), who loved Liza Elliot, tells her his wife is badly coming along with director, though she can't say. Liza's son kind, befuddled to what. Who can they carry?



3. Turning back to mother, Liza finds out director, who has been from childhood, how it would be to plan with her mother who is beautiful, how disappointed mother was.



4. Consider brilliant Charley Johnson (Ray Milland) work under Liza, keeps getting miserably about the director's title of "successor." Best look. Liza notes him.



5. First director and remembered treatment, Dr. Brooks learns that Liza once had a brother who broke up with her because she was a chum and beauty, about to be hurt by him.



6. A beautifully lovely Liza turns out for shots with her who left to work on beauty. Liza abruptly leaves.

"Lady in the Dark"

To Ginger, brilliant, secure, fantastically successful. He's a headache. And, it turns out, Ray's the Broome.



7. Family would have proposed that night. Kendall has ready-made with James in which Liza has to embrace her mind. Broome—Kendall—what?



8. Brooks tells Liza why she needs it in a shower, under that other hat on head. Liza Charles, contacted by Liza, that other hat on head. Liza Charles, contacted by Liza, that other hat on head.



9. Charley? Could he possibly be self-assured, interested in the next? Just office conversation about the way a woman.



STORY—She was frightened. That never happened; it might happen to other people, the little, worried director who were clerks and stenographers. But not to Liza Elliot. Not brilliant Liza Elliot, editor of the smartest magazine for women in America; not Liza Elliot who thought of, created, pushed and scrambled until "Allure" was the cream of the whole fashion parade.

But she was frightened; there was no denying it. What was it Dr. Carlton had said? "It's not your health, Liza. You're fit and sound. It's something in your mind." He had wanted her to see another doctor, a Dr. Brooks—a psychanalyst. She? Liza Elliot? What in the world did she need a psychanalyst for? She was happy, wasn't she, secure in her job, successful? But why was she frightened?

The office door swung open a bit, and she jumped a bit nervously and then bit (Continued on page 71)

PRODUCTION—The technical experts assigned to "Lady in the Dark" read the script before production began, groaned and asked themselves why they hadn't chosen some simple profession like weaving baskets under water.

For the circus sequence, they had to construct a jury box that would bob and sway in time to the music, yet be strong enough to hold 15 clowns. The two cross rings, the focus of attention for much of the scene, had to make revolutions in exactly nine and six-tenths seconds. After the details essential to their correct timing were completed, the arc lights were turned on, and immediately the amount of power was reduced (a small item that had been overlooked). The rings slowed down to ten-second revolutions and spoiled everything. Auxiliary generators had to be borrowed, and practically all other filming on the set had to cease till the electric liars could cope with the heavy load again! (Continued on page 85)

FICTIONIZATION

GOLD DIGGERS OF 1933

Adapted from Warner Bros. super musical production of the same name, coming to the Theatre with a cast of 12 stars headed by Warren William, Ruby Keeler and Joan Blondell.

Fictionization by CARLISLE JONES

CHAPTER I

Show Business Is Like That

THE show business is like that. Dress rehearsal of Barney Hopkins' new musical show found the girls dancing their feet off and singing their lungs out in a way that seemed to presage nothing but success and profits for everybody concerned.

And then, right in the middle of the big number, which Barney had named, aptly enough, "We're In the Money," the sheriff pushed in the stage door and attached the scenery. He didn't even wait for the number to finish but started sliding the spectacular set, a piece at a time, toward the waiting trucks.

Barney stormed and threatened and the new girls stood around asking foolish questions, but the experienced chorines knew that the show had folded and that all hope of reward for them for the weeks of hard work they had put in had disappeared with the sheriff.

"What does it mean?" demanded little Polly Parker, who had kept on dancing the routine of the number long after most of the chorus had succumbed to the excitement.

"It means they stop the show, dumbbell," explained Fay Fortune, not too gently.

only members of a growing army of the theatrically unemployed. News of the show world and of the girls who had been associated with them in Barney's ill-starred venture, reached them from various sources and it was all discouraging. The Great White Way had gone dark—permanently it seemed.

In one way or another they managed to get along. Carol was never

Good News

But Fay's news made up for all that. She announced it dramatically.

"Barney is putting on a new



"So Trixie, Fay, Carol and Polly Found They Were Not 'In the Money' After All (Aimee McMahon, Ginger Rogers, Joan Blondell and Ruby Keeler 'Gold Diggers of 1933'.)

gotic. Trixie proved resourceful. Polly was in love. Trixie, older and more adept, managed the household with a calloused conscience. When Carol objected somewhat weakly, because Trixie helped herself to a bottle of milk from a neighbor's door, Trixie had the answer already framed.

"That's all right," she explained grimly. "The dairy company stole it from a cow."

Then early one morning, Fay Fortune arrived with news. She wore a disguise to save embarrassment should she meet the landlady to whom she owed rent, and her first knock brought quakes of conscience to the

of her finery, too. "Watch yourself in the clineches," she advised as Carol went out. "Remember, that's my dress."

Impatiently they waited. Suddenly from an apartment across the court, they heard the music of a piano, excellently played and then a man's voice singing the hauntingly beautiful chorus of the "Shadow Waltz."

Polly's face lighted happily. "It's Brad," she explained.

"He's a song writer," declared Trixie, as though pronouncing judgment. "You've only known him two weeks. What do you know about him?"

But to Polly, watching Brad Roberts at the piano across the way and joining with him as he repeated the chorus, these two weeks seemed long enough.

"I knew everything I wanted to know the minute I met him," she said softly, and Trixie, watching her, knew instinctively that nothing she could ever say would make any difference to Polly. For Polly had youth and had found love, and neither the show business nor life itself could offer more.

The telephone startled Polly out of her romantic trance.

"It's Carol," she called to Trixie. "It's Carol. It's true! It's really true. Barney's putting on the show!"

At the other end of the phone Carol was trying vainly to make herself heard over Polly's excitement.

"I'm bringing Barney up to the apartment," she shouted. "We'll be there in ten minutes. Phone the other girls! Phone everybody. Tell them to get ready. He hasn't cast yet."

Polly relayed all this information to Trixie who stood in the middle of the room in a panic of unpreparedness.

"You phone," she said suddenly, signaling her voice. "We got to dig up the old sex appeal. And the way I feel I'll probably have to use a steam shovel!"

(To Be Continued)

Fig. 12 Article critique sur *Les Nuits ensorcelées* (*Lady in the Dark*, Mitchell Leisen, Paramount, 1944), illustré de nombreuses scene stills légendées détaillant l'intrigue, *Modern Screen*, avril 1944, p. 52-53.

Fig. 13 Premier des six chapitres constituant la fictionization proposée dans le pressbook des *Chercheuses d'or de 1933* (*Gold Diggers of 1933*, Mervyn LeRoy, Warner Bros., 1933), p. 6.

**MODALITÉS DE LA RÉAPPROPRIATION DES IMAGES :
DE L'ANTICIPATION À LA CONSTRUCTION D'UNE MÉMOIRE DES FILMS**

Les studios de leur côté proposent parfois des sérialisations incluant des photographies de scènes, en général en six épisodes (ou plus), à faire paraître dans les quotidiens régionaux, dans le but de créer une attente. L'existence de ces textes illustrés, désignés comme *serializations* et *fictionizations*, confirme que l'emploi limité des *scene stills* n'est pas lié au problème du *spoiler*, puisqu'on trouve parfois des films entiers résumés avant leur sortie. En revanche, la qualité d'impression des photographies dans les journaux n'est pas celle des magazines et ce ne sont pas des objets visuels soignés. En outre, les *scene stills* intégrées aux sérialisations des studios montrent rarement les moments les plus spectaculaires ou explicites : soit parce qu'elles consistent en des poses stéréotypées, soit parce qu'elles renvoient au hors-champ et à un espace à imaginer. La photographie de scène ne correspond pas forcément à l'épisode narré, mais constitue une illustration plus générale en étant sortie de son contexte. Par exemple, pour le premier chapitre de la sérialisation des *Chercheuses d'or de 1933* (*Gold Diggers of 1933*, Mervyn LeRoy, Warner Bros., 1933) [Fig. 13], le contenu correspondant à l'image a disparu du texte : la scène du film montre un jeu entre les colocataires de la pension qui cherchent des taxis dans la rue, mais la légende se sert de la photographie pour présenter les personnages et citer le titre de la première chanson du film qui résume leur situation (financière). À la différence des séries de photographies légendées assez précisément dans les revues de photographes et dans *Life*, l'usage prévu par les studios n'est pas tant de décrire exactement des scènes que de susciter l'imagination à partir de d'images sélectionnées moins pour leurs propriétés spectaculaires intrinsèques que pour faire office d'illustration.

Avec ou sans la sérialisation correspondante, lorsque le plan de publicité du film met en avant les *scene stills* – à destination des journalistes comme des spectateurs –, c'est pour susciter un processus créatif à partir des images. La tradition remonte loin. On peut trouver dès les années 1920 des traces de ces pratiques désignées notamment comme *creative writing*, par exemple dans le magazine *Story World*. Dans la période suivante, comme l'a analysé Adrienne McLean, des libertés sont souvent prises par rapport au récit du film dans les magazines de novélisations illustrées, notamment parce que le rédacteur ou la rédactrice ne l'avait pas toujours vu au moment d'écrire¹⁸. Le jeu d'interprétation des photographies est d'abord lié à l'anticipation de la sortie d'un film : les chapitres de sérialisation paraissent dans le mois qui précède cette dernière. De même, les propositions d'actions publicitaires autour des *scene stills* soumises aux spectateurs, *via* des publications dans les journaux locaux, reposent très tôt sur la création de dialogues à partir des images.

Un format fréquent est un concours sur plusieurs jours consécutifs consistant à légender des scènes : par exemple pour *La Ruée vers l'or* (*The Gold Rush*, Charles Chaplin, Charles Chaplin Productions/United Artists, 1925), les candidats doivent trouver des rimes prolongeant un début de poème associé à une photographie de scène avec le personnage de Charlot. Ce type de concours continue pendant tout l'âge d'or hollywoodien, avec des situations visuelles parfois moins expressives que celles de Chaplin, mais on peut observer une évolution de leur conception. Pour les comédies on trouve toujours beaucoup de jeux d'invention de répliques ou de commentaires d'images : par exemple pour *Sérénade à trois* (*Design for Living*, Ernst Lubitsch, Paramount, 1933) ou *Indiscrétions* (*The Philadelphia Story*, George Cukor, MGM, 1940). Mais pour d'autres genres de films, notamment plus

¹⁸ McLean 2003.

dramatiques, la série de photographies de scènes appelle de plus en plus à la reconnaissance des succès passés d'une star ou d'œuvres analogues. Un film est alors promu *via* des *scene stills* d'autres films. C'est particulièrement net dans la promotion des *star vehicles* de Davis chez Warner pendant les années 1940 [Fig. 14].

À travers ces jeux, les *scene stills* sont associées à un usage créatif et participatif qui glisse progressivement d'une anticipation très libre à la mobilisation rétroactive d'une mémoire des films. La démarche reste ludique, sous forme de concours qui ont lieu dans les salles de cinéma et *via* la presse, mais il existe aussi d'autres déclinaisons d'un usage mémoriel ou déjà patrimonial des *scene stills*. D'une part, parmi les supports qui reproduisent le plus de photographies de scènes se trouvent les livrets pédagogiques à destination des enseignants qui sont édités pour certains films, par exemple dans la revue spécialisée *Photoplay Studies*. On y trouve différents types d'images, dont beaucoup sont recadrées, mais la part des *scene stills* à proprement parler est importante. D'autre part, l'histoire de Hollywood avançant, les *fan magazines* incluent davantage d'articles à dimension rétrospective qu'ils illustrent en partie de photographies de scènes provenant de différents films, que ce soit pour des biographies de stars, des articles sur les studios ou des commémorations plus générales. Les articles consacrés aux acteurs et actrices intègrent de plus en plus de *scene stills* parmi les photographies de plateau, ne limitant plus leur sélection aux portraits isolant le personnage.

L'évolution éditoriale se fait aussi parallèlement à l'avènement d'une nouvelle génération d'interprètes après la guerre et la prise en compte de l'importance de la dimension de la performance. Un article de la chroniqueuse Hedda Hopper [Fig. 15] illustre ainsi l'idée d'un remplacement générationnel, en associant aux plus jeunes des *scene stills* et à leurs prédécesseurs de simples portraits, comme si on était passé de l'ère des stars iconiques à celle des stars en action avec des capacités d'interprétation plus expressives et une présence accrue des corps¹⁹. Les *scene stills* ici sont devenues le signe explicite de la modernité. Il m'a semblé que le développement de la place des photographies de scènes dans les médias était proportionnel à la reconnaissance du talent de l'interprète et à la qualité de sa performance, renvoyant soit au passé glorieux des stars des années 1930 soit au présent intense des acteurs et actrices d'après guerre, en lien d'ailleurs avec le principe de *Life*. Ce lien semble devenir un marqueur plus net à la fin des années 1940 : les photographies de scènes distinguent notamment les stars que l'on voit jouer, donc en situation de composition, et les autres, photographiées de façon plus conventionnelle ou avec d'autres codes iconographiques.

L'idéal qui s'affiche dans les magazines grand public d'après guerre est aussi la tentative de saisir le jeu par des photographies de scènes de plus en plus précises et tendant vers l'illusion de la reconstitution de photogrammes de films. Les *scene stills* prennent alors sens en tant que série quasiment continue : non plus un ensemble de scènes différentes pour résumer le film, mais une séquence unique décomposée en ses instants successifs. *Life* a commencé à le faire pour immortaliser les grandes performances théâtrales, notamment à partir d'une planche de photographies d'Eileen Darby en 1945 dédiée à un monologue de Laurette Taylor dans *La Ménagerie de verre* (*The Glass Menagerie*, Tennessee Williams, 1944)²⁰. De telles séries ont amorcé un changement d'échelle dans la perception de l'instant, non plus posé, mais saisi au vol dans la continuité d'une action dramatique. La planche contact n'est plus l'espace où l'on prélève une photographie représentative de l'ensemble, mais (presque) toute la série est publiée. On commence à voir l'équivalent

¹⁹ Hopper 1949.
²⁰ Anonyme 1945.

CONTEST

Can You Identify BETTE'S 'BAD GIRL' ROLES?

Great newspaper layout or lobby display.

Here's how:

Contestants match correct film title to corresponding scene — or simply name the film — then write 25-word finish to sentence beginning: "I think nobody's as good as Bette Davis when she's bad because....."

In case of tie, winners are chosen on basis of best finish to sentence.

Award pass prizes.

For Newspaper Contest order the mat. For lobby display, order the stills.

ANSWERS

1. 'A Stolen Life' 2. 'The Letter' 3. 'In This Our Life'
4. 'Jezebel' 5. Mr. Skeffington'

The 5 stills are available. Order: "Beyond the Forest Contest Stills", Set of 5, or "Contest Mat No. 723-301-X" from National Screen.



Layout is shown here in reduced size. Actual size is 5 1/8" x 5 1/2".



Kirk Douglas has made sensational strides in the past year. He recently signed a long-term contract with Warners, where filmland's top tough guys gather. James Cagney, back at that studio for rugged roles, will find Kirk pushing him mighty hard for honors.

Fig. 14 Proposition de concours à faire paraître dans les journaux ou à organiser dans les salles autour de la sortie de *La Garce* (*Beyond the Forest*, King Vidor, Warner Bros., 1949), pressbook du film, p. 8. Le concours consiste à reconnaître des scènes de précédents films avec Bette Davis.

Fig. 15 Illustration présentant Kirk Douglas en successeur symbolique de James Cagney, extraite de la série associée à l'article de Hedda Hopper « Make Way for Youth ! », *Modern Screen*, juin 1949, p. 55.

dans les magazines de cinéma pour décomposer l'interprétation des acteurs, tant pour des scènes à forte intensité dramatique que pour les excentricités comiques. Il se développe parallèlement une variante proprement hollywoodienne disséquant les scènes de baisers.

*

En conclusion, l'usage des photographies de scènes de films a évolué à Hollywood. Au début de l'âge d'or, elles ne constituent pas nécessairement la base de la publicité, mais sont surtout associées, d'un côté à des objectifs professionnels, et de l'autre à des exercices de libre imagination pour le public et les journalistes, indépendamment du contenu précis des films. Progressivement, et avant d'être ensuite collectionnées comme des *memorabilia*, dans l'expression d'une cinéphilie ou d'une forme de culte, ces photographies ont fait l'objet d'un usage mémoriel, notamment grâce à des lignes éditoriales spécifiques comme celle de *Life*, imité par d'autres. Ces *scene stills* ont été associées à la reconnaissance des valeurs esthétiques, narratives et dramatiques d'une sélection de films hollywoodiens et à celle des acteurs et actrices. À l'arrière-plan de cette distinction se trouve aussi la mise en avant du cinéma hollywoodien comme art national américain avec ses grands récits et ses grands interprètes. Il faudrait prolonger l'étude pour comprendre si des types particuliers de films ont fait l'objet de telles mises en images plutôt que d'autres. Le fait que les *scene stills* soient particulièrement mobilisées dans les supports pédagogiques renforce cette hypothèse d'un usage avant tout patrimonial.

Compte tenu des travaux encore limités dans ce champ et de la masse d'archives dont il faut faire la synthèse, je propose ici plutôt des pistes de recherche que des conclusions qui se prétendent infaillibles. Derrière les grandes tendances existent aussi de multiples contre-exemples qu'il faudrait regarder de plus près. Si mes hypothèses se confirment, elles inviteraient à réévaluer *a posteriori* certains films, ignorés dans la tradition cinéphile mais importants à leur époque et sur lesquels les novélisations et autres photoreportages apporteraient une clé de lecture – adaptations de prestige certes, mais aussi des films d'aventures coloniales de Warner dans les années 1930. Les photographies permettraient notamment de repérer ce qui en constituait les morceaux de bravoure.

Enfin, je n'ai abordé que le marché et la réception américains, mais il existe des enjeux liés aux exportations internationales des films. Les matériaux publicitaires sont adaptés au pays de diffusion, et avec eux les lots de photographies : par exemple, les *lobby cards* australiennes du *Roman de Marguerite Gautier* intègrent davantage de *scene stills* que la série nord-américaine. Il semble qu'en France, au vu des collections de l'Iconothèque de la Cinémathèque française, les photographies de scènes ont pris plus d'importance dans l'accompagnement des films : les multiples photographies de plateau disponibles pour *L'Étrangère* (*All This and Heaven Too*, Anatole Litvak, Warner Bros., 1940) sont presque exclusivement des *scene stills* et aucune n'est identique à celles utilisées dans les novélisations ou articles américains que j'ai pu trouver. Dans la masse des photographies fournies par Hollywood, les gestes individuels de sélection ont été nombreux et les photographies seraient une pièce maîtresse dans l'analyse de la construction des cinéphilies nationales.

BIBLIOGRAPHIE

ANONYME

1945. « Speaking of Pictures... Laurette Taylor Does Season's Best Acting », *Life*, vol. XVIII, n° 24, p. 12-13.

1941. « Academy Maps Plans for Still Photography Show », *Box Office*, 22 mars, p. 47.

1937. « Movie of the Week : *Dead End* », *Life*, vol. III, n° 9, p. 62-64.

BLAISDELL, GEORGE

1939. « How Pictures Are Moved By Stills », *American Cinematographer*, vol. XX, n° 10, p. 438-440.

BLANCHARD, WALTER

1930. « Making 'Stills' Tell A Story », *American Cinematographer*, vol. XI, n° 5, p. 12-13 et 26-27.

FINLER, JOEL W.

2008 [1995]. *Hollywood Stills : Art and Technique in the Golden Age of the Studios*. Londres : Reynolds & Hearn.

HOPPER, HEDDA

1949. « Make Way for Youth ! », *Modern Screen*, juin, p. 54.

JACOBS, STEVEN

2010. « The History and Aesthetics of the Classical Film Still », *History of Photography*, vol. XXXIV, n° 40, p. 373-386.

JOHNSTON, JOHN LEROY

1939. « Stillmen Mustn't Stand Still », *International Photographer*, vol. X, n° 1, p. 9-12.

MACKENZIE, DON

1934. « The Life of a Stillman », *International Photographer*, vol. VI, n° 1, p. 22.

MALLORY, MARY

2017. « Hollywood at Play : The History and Use of Publicity Stills », *Classic Movie Hub Blog*, 21 novembre : <classicmoviehub.com/blog/hollywood-at-play-the-history-and-use-of-publicity-stills-exclusive-guest-post-by-author-mary-mallory/> (consulté le 30 janvier 2023).

MCLEAN, ADRIENNE L.

2003. « "New Films in Story Form" : Movie Story Magazines and Spectatorship », *Cinema Journal*, vol. XLII, n° 3, pp. 3-26.

STILLMAN, JOHN

1927. « Stills Move the Movies », *American Cinematographer*, vol. VIII, n° 10, p. 37-38.