



SUMMER OF LOVE
Les Beatles à Abbey Road le 25 juin 1967, juste avant d'interpréter un "All You Need Is Love" retransmis en mondovision pour 400 millions de téléspectateurs.

The **BEATLES**

Sound & Vision

Audacieux, attachants, spontanés... Enfin restaurés pour la nouvelle édition de la compilation 1, les "clips" des Beatles retracent leur histoire, en accéléré sur fond de hits planétaires. Un étourdissant zapping à travers les sixties.

Par Sophie Rosemont

À LA LIMITE, ON SERAIT TENTÉ de paraphraser Charles Aznavour : *"Je vous parle d'un temps que les moins de 20 ans ne peuvent pas connaître"*. Voire les moins de 40 ans. On évoque donc ici un temps où ce qu'on appelle communément un clip – soit, pour faire court, un petit film promotionnel mettant en scène un artiste ou un groupe interprétant sa nouvelle chanson – n'existait pas. Ce qui ne signifie pas que l'on ne se préoccupait pas, en cette époque lointaine, de trouver un moyen d'accroître de façon exponentielle l'impact d'un disque micro-sillon autrement que par la scène. Ce gros malin de colonel Parker, ci-devant manager

d'Elvis, l'avait très bien compris en envoyant, dès 1956, son illustre poulain tourner des films à Hollywood.

À l'orée des années 60, l'arrivée des Scopitones – ces drôles de juke-boxes inspirés des soundies des années 40, associant l'image au son et, par extension, les films eux-mêmes – introduit la notion de film promotionnel, à laquelle les Beatles ne vont s'intéresser vraiment qu'au moment où ils décideront d'arrêter les tournées.

Jusque-là, le groupe s'était coulé dans le moule, collectionnant les apparitions dans ces émissions formatées pour les teenagers que constituaient *Top of the Pops* ou *Ready Steady Go!* tout en se lançant dans le cinéma (*A Hard Day's Night* en 1964 et *Help!* l'année

d'après), suivant ainsi l'exemple d'Elvis, dont ils n'avaient pas manqué de voir les films pendant leur adolescence à Liverpool.

Mais en 1966, tout cela n'a plus de sens. Les Beatles estiment qu'ils ne disposent pas des moyens techniques pour reproduire sur scène la musique de plus en plus sophistiquée qu'ils concoctent dans leur laboratoire sonique d'Abbey Road. Surtout, ils sont las de passer leur temps dans des avions, d'affronter l'hystérie des fans – voire de courir comme des dératés pour leur échapper, comme dans la première scène de *A Hard Day's Night*, ce savoureux reflet de la beatlemania ambiante signé Richard Lester. "C'était trop d'embêtements d'avoir à nous frayer un chemin à travers ces hordes hurlantes pour mimer notre dernier single à Ready Steady Go!", résumait laconiquement George Harrison.

À leur façon, *A Hard Day's Night* et *Help!*, riches de séquences musicales dans lesquelles ils interprétaient leurs nouvelles chansons, leur avaient permis de faire sensiblement évoluer leur image, au diapason de leurs incessantes audaces en matière de songwriting. Mais, au cœur d'une scène british où la concurrence était rude, il était impossible de disparaître totalement des écrans radars, même pour élaborer un chef-d'œuvre du calibre de *Revolver*.

"Les Beatles passaient désormais leur vie en studio et les clips, c'était tout ce qu'ils pouvaient offrir à leur public, explique Jonathan Clyde, directeur de production chez Apple Corps. C'est pour cela qu'ils étaient hyperinvestis. Ils ne se contentaient jamais d'obéir aux idées d'un réalisateur; ils avaient leur propre moodboard. Quand je dis ça, on me regarde d'un air dubitatif, comme si je rajoutais volontairement une nouvelle corde à leur arc... Comme s'ils n'en avaient pas assez! Or, c'est un fait: les Beatles étaient aussi des amoureux de l'image, et ces clips leur étaient chers."

Ces "clips", d'origines diverses (apparitions télé, films, Scopitones) sont aujourd'hui rassemblés pour les besoins d'une nouvelle édition déclinée sous plusieurs formats (CD/DVD, Blu-ray etc.) de la compilation *1*, publiée en 2000 – d'où la présence à Paris, fin octobre, de l'homme d'Apple Corps, à défaut de celles de Paul ou Ringo.

Détail assez croustillant, à la sortie de *1*, des "fans" – enfin, disons plutôt de joyeux bootleggers – s'étaient amusés à concocter

son équivalent en vidéo avec des images d'une qualité souvent déplorable dont ils inondèrent ce que l'on appelle pudiquement "le marché parallèle". Jonathan Clyde réfute l'idée que ce nouveau projet ait été inspiré par les nombreuses éditions pirates qui circulaient depuis quinze ans: "Si nous avons pris autant de temps pour le faire, affirme-t-il, c'est parce qu'il fallait qu'on soit sûrs de

Deluxe d'indispensables bonus – dont, cerise sur le space cake, le mythique film promo de "A Day in the Life". Le tout bénéficie d'une restauration franchement bluffante, réalisée à l'aide de scans dernier cri ultraprécis permettant de raviver les couleurs et de nettoyer le grain devenu trop épais avec le temps. Un processus qui a nécessité dix-huit mois de travail non-stop, mobilisant plus d'une



WE HOPE YOU WILL ENJOY THE SHOW...
En quelques années, les Beatles sont passés du look sage imposé par Epstein à l'extravagance hippie chic du clip de "Hello Goodbye", avec leurs costumes de Sgt. Pepper.



nous, qu'on n'ait pas l'impression de balancer dans le commerce un nouveau coffret sur les Beatles... La volonté d'Apple, de Ringo, Paul, Yoko et Olivia Harrison, c'était de respecter l'intégrité du groupe."

Le résultat, dont *Rolling Stone* a pu visionner de larges extraits dans un petit cinéma délicieusement vintage à deux pas de la place de l'Étoile, est effectivement à la hauteur de la légende du groupe. On y découvre les vingt-sept titres de la compilation originale – incluant les clips de "Ticket to Ride", "Penny Lane", "Hello Goodbye" ou encore "Get Back" – assortis dans la version

vingtaine de personnes qui se sont réparti le travail de recherche puis de restauration.

"Il y avait les archives d'Apple, celles des studios d'Abbey Road et celles de Delux, la maison de restauration, détaille Clyde. D'abord, il fallait trouver les meilleurs masters. Ceux détenus par Apple étaient de bonne qualité, mais il y en avait très peu. À l'époque, les gens ignoraient la valeur intrinsèque du clip, et ils ne faisaient rien pour le préserver. D'ailleurs, ceux des *Rolling Stones* ou des *Who* ne sont sans doute pas en aussi bon état... Ce n'est pas une compétition, bien sûr, mais Apple a fait un très bon boulot

d'archivage et de conditionnement. Paul McCartney et un collectionneur américain nous ont aidés, mais surtout un ancien employé de la BBC qui, un jour de grand ménage, avait littéralement sauvé des films promo des Beatles qu'on avait purement et simplement jetés à la poubelle! Ils (les gens de la BBC, ndr) voulaient faire de la place dans les bureaux. Il les a ramassés et les a précieusement cachés chez lui."

L'ensemble du projet, on l'imagine, a nécessité un budget plus que conséquent, même si Apple Corps et les ayants droit des Beatles espèrent certainement un retour sur investissement en lançant *1* à quelques encablures de Noël. "Une telle restauration est très coûteuse", confirme Étienne Candé, maître de conférences au Celsa Paris-Sorbonne et chercheur au Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication (Gripic). "Mais pour qu'il y ait une offre, il faut une demande, et Apple sait que les fans attendent ce genre de produits, où il s'agit autant d'une restauration esthétique que de légitimité."

Si le mot "légitimité" peut paraître un rien désuet dès lors qu'il s'applique à un groupe qui a littéralement révolutionné le concept de musique pop, sinon plus, il n'en reste pas moins que cette collection de clips apporte un nouvel éclairage sur la façon dont l'image des quatre garçons dans le vent a évolué en même temps qu'ils défrichaient de nouveaux horizons sonores – à une époque où l'on se pâme devant les perruques d'une Lady Gaga ou le maquillage d'un Marilyn Manson, l'ADN caméléon des Beatles mérite amplement d'être souligné.

En sept petites années (de 1963 à 1970), les Beatles n'auront cessé de jouer la carte des métamorphoses, de la fameuse "hydre à quatre têtes" de la première période, si malicieusement évoquée par Mick Jagger, aux individualités clairement affirmées de la vidéo de "Something", en passant par la fiesta psychédélique de *Sgt. Pepper*, orchestre imaginaire dont les costumes, rendossés pour le clip de "Hello Goodbye", avaient été créés sur mesure par le costumier de théâtre anglais Berman – "On a commandé les choses les plus dingues en partant de vieilles tuniques militaires", déclarait McCartney.

Visuellement, le contraste avec la première période – "Love Me Do" (1962), "A Hard Day's Night" (1964), "Day Tripper" (1965) – est saisissant: chemise blanche, cravate noire, veste

ou pull noir. Un look très sage, imposé par Brian Epstein, qui ne fait que renforcer l'ironie cinglante de Lennon dans la version live de "Twist and Shout", filmée le 4 novembre 1963 en présence de la reine d'Angleterre: "Pour notre prochain titre, est-ce que les gens assis aux places les moins chères peuvent taper des mains? Quant aux autres, vous n'avez qu'à agiter vos bijoux!"

"Les musiciens de La Nouvelle-Orléans ou de Chicago s'habillaient tous pareil, en noir, commente la créatrice de mode Agnès b. Les Beatles voulaient s'inscrire dans cette tradition, tel un groupe uni. Et puis il y avait



WHEN THE SUN SHINES
Sur le tournage de la vidéo de "Paperback Writer", en 1965: esthétique Swinging London à la *Blow-Up*.

sans doute une notion économique: ils n'avaient pas encore l'argent pour investir dans des tenues plus sophistiquées. Ils faisaient avec les moyens du bord, quitte à paraître parfois mal fagotés, comme ici, tel un petit orchestre de province qui s'est bricolé un uniforme à col Mao." Même en 1965, sur la vidéo de "We Can Work It Out", les Beatles restent, selon McCartney lui-même, de "charmants garçons en col roulé", formant une seule et même entité, sous leur coiffure "nouvelle vague" héritée d'Astrid Kirchherr et des "exis" de Hambourg.

Les choses basculent donc définitivement avec les films promo de "Day Tripper" et de "Rain", tournés en mai 1966 dans les jardins à l'italienne de Chiswick House – on aperçoit les fans massés à l'extérieur des grilles – sous la direction de Michael Lindsay-Hogg,

alors jeune patron de *Ready Steady Go!* "À l'origine, Brian Epstein voulait quelque chose de simple, et nous avons tourné (une première version, ndr) à Abbey Road avant de nous rabattre le lendemain sur Chiswick House", racontera Lindsay-Hogg qui, son travail terminé, n'entendra plus parler des Beatles jusqu'en 1968.

"Paperback Writer" et "Rain" témoignent de leur époque grâce à une utilisation des couleurs qui, pour Étienne Candé, rappelle celle d'Antonioni dans *Blow-Up*, sorti la même année: "On y retrouve la même intensité du vert, la même façon de l'envisager. C'est l'un des points forts de la restauration: en faisant ressortir la couleur de jadis, non seulement

■
"Les Beatles étaient aussi des amoureux de l'image, et ces clips leur étaient chers."
■

on respecte l'imaginaire coloriste d'alors, mais on peut aussi le raccrocher à l'époque contemporaine..." Une jolie façon de faire revivre une esthétique, en l'occurrence celle d'un Swinging London aux couleurs résolument pop, avant le saut psychédélique symbolisé par l'animation onirique de "Yellow Submarine".

Comme le souligne Clyde, "les Beatles ont approché le format vidéo avec la même audace que celle dont ils faisaient preuve lors de leurs enregistrements". C'est la poésie teintée d'absurde de "Strawberry Fields Forever" (1967), avec cet arbre que l'on croirait sorti d'un roman d'Italo Calvino, et ce piano que les Fab Four aspergent de peinture à la fin du clip, qui les voit s'éloigner entre une pelouse verte et un ciel rouge sang. Une scène à laquelle feront écho les séquences musicales ("I Am the Walrus", "The Fool on the Hill") du trippant *Magical Mystery Tour*, accueilli par une volée de bois vert des critiques après sa diffusion (en noir et blanc, oups!) sur la BBC à Noël 1967, et à propos duquel George Martin aura ce

commentaire : "Tout le monde a dit que c'était affreux et emphatique, mais c'était une sorte de clip d'avant-garde."

Il y a aussi l'avant-gardisme total de "A Day in the Life" (1967), où l'on aperçoit Keith Richards, Mick Jagger, Donovan, Marianne Faithfull ou Anita Pallenberg. Une sorte de happening avec orchestre symphonique qui, selon Agnès b., offre "un



revivaliste actuelle, portée par le sentiment que l'on peut rendre hommage à des artistes via la technique d'aujourd'hui. Car restaurer, c'est faire correspondre aux canons audiovisuels actuels un produit culturel passé. C'est un véritable phénomène de résurrection."

"Tous ces clips racontent une histoire, celle du groupe, affirme de son côté Clyde, et les visionner dans l'ordre chronologique offre la même richesse qu'un documentaire. On voit les Beatles grandir, mûrir, se remettre en question..." Sans jamais oublier leur sens de l'humour, ni leurs racines. Le film promo de "Penny Lane" (1967) est pour eux l'occasion de revenir à Liverpool, mais aussi, après une surréaliste promenade à cheval, de renverser la table où l'on prend le thé en plein milieu de la campagne anglaise. Commentaire de Ringo Starr a posteriori : "Qui d'autre, à part nous, aurait été obligé de monter sur un cheval?"

Toutes ces couleurs étaient magnifiques, d'autant plus qu'elles étaient utilisées de manière collective : chacun sa teinte ! Les boutons dorés, les épaulettes... c'était drôle, et ça a lancé une tendance. Les jeunes ont commencé à fouiller dans les puces et les friperies à la recherche d'anciens uniformes insolites."

Le groupe atteindra l'épitém de sa période psychédélique avec "All You Need Is Love", filmé pour une diffusion en monodivision dans le studio n° 1 d'Abbey Road, avec, là encore, toute l'aristocratie du rock british venue chanter en chœur l'hymne Flower Power de Lennon. "Ces clips sont des capsules temporelles d'une autre époque, sourit Clyde. Ils n'étaient pas acteurs, ils le savaient mais ce n'était pas grave, ils restaient simplement eux-mêmes."

C'est exactement le sentiment qu'on éprouve en revoyant les vidéos de "Hey Jude" et de "Revolution" (avec, parmi les choristes, un James Taylor affublé d'un casque de soldat en plastique par Lennon), toutes tournées durant l'été 1968 par Michael Lindsay-Hogg, futur réalisateur du film *Let It Be*. Les Beatles y affichent un look à la

"Ils n'étaient pas acteurs, ils le savaient mais ce n'était pas grave, ils restaient simplement eux-mêmes."



REVOLUTION
Les Beatles interprétant les deux titres de leur prochain single, "Hey Jude" (ci-dessus) et "Revolution" (ci-contre) en août 1968.

montage magnifique donnant toute sa liberté au film". Hors de question, pourtant, de se prendre au sérieux. "Ils avaient décidé d'utiliser cinq caméras à l'épaule, raconte Clyde. Et ils ont fait porter aux musiciens plutôt coincés de l'orchestre des chapeaux et des faux nez ! Un jeune réalisateur branché d'aujourd'hui trouverait ça génial... Oui, les Beatles peuvent inspirer, encore et encore."

Ce que confirme Candel : "Si les Rolling Stones font encore parler d'eux car ils sont toujours en activité, ce n'est plus le cas des Beatles. Il y a là un risque de momification, qui n'aura pas lieu grâce à la tendance

Dans "Hello Goodbye", ils sont rejoints par des simili-danseuses tahitiennes et apparaissent brièvement avec leurs habits et coupes de la beatlemania, comme pour se moquer de leur passé. La vidéo, tournée au Saville Theater, a été réalisée par McCartney lui-même, qui s'en est d'ailleurs mordu les doigts : "Ça m'avait toujours intéressé, jusqu'à ce que je le fasse. Et là, j'ai réalisé que c'était les travaux forcés." Ce qui ne transparaît nullement dans le clip qui révèle, pour Agnès b., le summum de "l'art du déguisement des Beatles" : "Il s'agissait aussi, avec ces uniformes, de dédramatiser l'armée.

fois simple et cool, avec la petite touche d'excentricité de rigueur symbolisé par le nœud papillon de Lennon dans la vidéo de "Hey Jude". "On sent qu'ils veulent tirer un trait sur les shows du Magical Mystery Tour ou de Sgt. Pepper, analyse Agnès b. Ici, on a l'impression qu'ils jouent pour eux ! Ils sont habillés comme les étudiants parisiens de Mai 68 : des vêtements confortables du quotidien, une simplicité alliée à des couleurs franches sans être criardes. À l'approche de leur séparation, les Beatles se sont habillés de manière beaucoup plus autonome les uns par rapport aux autres. John Lennon se



GET BACK, JOJO !

En haut : le dernier concert donné par les Beatles, sur le toit d'Apple, le 30 janvier 1969. En dessous : Jonathan Clyde et son équipe ont effectué un important travail de restauration sur les vidéos.

démarquait avec son allure plus radicale, ses chemises kaki, ses cheveux très longs, ses petites lunettes rondes... On se souvient encore de son total look blanc sur la pochette d'Abbey Road."

Comme ils l'avaient fait pour "All You Need Is Love", les Beatles chantent en direct, par-dessus les voix et le play-back instrumental déjà enregistrés en studio, réussissant à donner un authentique côté live à la version électrique de "Revolution" comme à celle de "Hey Jude" où on les voit, entouré d'un public de figurants recrutés pour l'occasion qui chante en chœur avec eux sur la célèbre

coda... Presque ce "great little band" uni comme au bon vieux temps, et prêt à repartir sur la route dont rêve alors McCartney.

De là découlera logiquement le concept d'un groupe capté in situ en train de travailler sur les chansons de son prochain disque (alors intitulé *Get Back*) dans l'atmosphère glaciale des studios de Twickenham, au premier jour de l'année 1969. Ce sera *Let It Be*, fascinant documentaire sur la dissolution du mythe, dont sont tirées les images de "Let It Be" et "The Long and Winding Road". Toujours inédit en DVD, *Let It Be* – et ses heures de rushes inédits – pourrait d'ailleurs

être le prochain chantier mis en œuvre par Apple Corps pour satisfaire l'appétit des fans. Une entreprise hautement salubre, ne serait-ce que pour le fameux rooftop concert – sur le toit d'Apple Records – du 30 janvier 1969, qui constitue la dernière performance du groupe en public. Mais aussi parce qu'on y voit les quatre musiciens, même au bord de la crise de nerfs (les tensions entre Harrison et McCartney), retrouver furtivement leur vieille complicité le temps d'un medley de vieux standards rock'n'roll comme ils en jouaient à Hambourg.

C'est sans aucun doute cette image d'indéfectible amitié que le public veut garder des Beatles. Tout comme Jonathan Clyde qui, à l'issue de l'interview, nous avouera que sa vidéo préférée demeure celle de "Hey Bulldog" (1968), pourtant minimaliste : "On les voit en train d'enregistrer en studio. John et Paul chantent ensemble autour du micro, c'est magique, plein d'émotion. On a souvent dit que les Beatles se haïssaient à la fin des années 60, mais lorsqu'on entend leurs compositions et qu'on les voit, par exemple lors du concert sur le toit d'Apple, jouer 'Don't Let Me Down', ils restent étonnamment soudés malgré leur séparation qui est déjà enclenchée."

Cette séparation se matérialise explicitement dans la vidéo de "Something", l'une des plus belles chansons de George Harrison, figurant sur *Abbey Road*, ultime chef-d'œuvre enregistré par le quatuor. Tournée juste après que Lennon a fait part aux autres de sa décision de quitter le groupe, elle est en réalité constituée de quatre petits films (réalisés par le fidèle Neil Aspinall, membre du clan depuis les débuts) et montre chacun des Beatles marchant avec sa compagne dans le parc qui entoure sa propriété. En insert, quelques plans de la dernière séance photo du groupe, le 22 août 1969 à Tittenhurst Park, la demeure que viennent d'acquérir John et Yoko. Ultimes images granuleuses de quatre musiciens magnifiques qui ont changé la vie de toute une génération...

Bien des années plus tard, le 4 décembre 1995, la toute première diffusion télévisée du clip de "Free As a Bird", single posthume enregistré par les "Threetles" (McCartney, Harrison et Starr) à partir d'une démo du regretté John Lennon, suscitera la même émotion à travers le monde. Dans cette vidéo au budget pharaonique, bourrée de références à l'univers des Beatles, l'oiseau filmé par Joe Pytka – habitué des clips de Michael Jackson – survole les lieux et les personnages d'un passé désormais ancré dans la culture populaire : Liverpool, Strawberry Field, Penny Lane, Abbey Road... L'iconographie est devenue iconique. On laissera donc le mot de la fin au regretté George Harrison, jamais en manque de punchlines : "D'une certaine manière, on a inventé MTV." 