

Nouvelles du cinéma allemand

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Film = Film Suisse : offizielles Organ des Schweiz. Lichtspieltheater-Verbandes, deutsche und italienische Schweiz**

Band (Jahr): **6 (1940)**

Heft 93

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-734750>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrücke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

illustrés et qui abondent dans nos kiosques, nos librairies, chez les marchands de journaux. Ce ne sont pourtant pas les publications suisses qui font défaut, tant qualitativement que quantitativement. Mais la curiosité, le plaisir de «regarder les images», le prix anormalement modeste des publications étrangères attirent des milliers de braves gens. La légèreté et la candeur de ces concitoyens, l'inconscience qu'ils manifestent en échangeant de bonnes pièces suisses contre de la *paperasse* qui, par son titre déjà, se signale comme propagande étrangère, nous font éprouver bien des craintes.

Nous ne craignons pas que la lecture de ces publications puisse avoir pour effet de bouleverser les convictions politiques des lecteurs suisses. Mais le *doute s'infiltré*; d'aucuns se demandent, en contemplant les images qui mettent en relief la puissance des armements de certains voisins, si la Suisse est vraiment *capable de résister*; des doutes surgissent aussi au sujet de notre Etat démocratique — dont nous reconnaissons certaines *lacunes dans la vie politique journalière* — et l'on en vient à se demander s'il est dépassé et suranné par rapport aux nouveaux systèmes étrangers dont certains aspects sont avantageusement présentés sous forme d'images suggestives et soigneusement sélectionnées. Nous, Suisses, sommes toujours enclins à sous-estimer la valeur de nos propres écrivains, journalistes et artistes et à surestimer celle des étrangers. Il importe que nous nous rendions compte enfin de ce que nous voulons et de *ce que veulent ceux qui cherchent à miner notre ferme volonté de nous défendre à tout prix* en portant atteinte à nos conceptions démocratiques sans même que nous en ayons conscience. La foi démocratique la plus robuste *s'affaiblit à la longue sous l'action des bactéries inoculées par l'étranger*. Le danger d'infection serait moindre si l'on prenait clairement conscience du mal qui nous ronge. Des *Etats entiers ont capitulé sans coup de feu, rien que sous l'effet d'une propagande sournoise injectée à doses continues* et qui est parvenue à dissoudre toute volonté de résistance.

Il n'est pas interdit, dans notre pays, d'écouter les émissions radiophoniques étrangères. Presque toutes les publications étrangères sont admises *sur notre sol, et nous n'interdisons que les films dont la tendance propagandiste dépasse toute mesure*. Nos autorités tolèrent que des *journaux suisses* publient des annonces pour des publications de propagande étrangère; certains de nos journaux *n'ont pas visiblement le courage de renoncer aux avantages pécuniaires* d'affaires de ce genre. Dans une de nos *grandes villes suisses*, il vient d'être ouvert un cinéma qui *projetera exclusivement* des films étrangers de tendance *antidémocratiques*.

Nous ne voulons pas poursuivre ici le recensement de nos erreurs nationales, ni

exposer ce qu'on devrait faire. Nous nous bornerons à souligner que c'est de notre peuple, de *toi* et de *moi*, que dépend l'efficacité et la nocivité de la propagande étrangère. La propagande ne mordra pas, si nous ne nous laissons pas mordre par elle. Soyons imperméables.

Aucun Etat ne peut nous obliger à écouter les émissions radiophoniques étrangères, ni les sermons ou les bulletins d'informations politiques savamment intercalés entre deux morceaux de musique. C'est à notre manque de clairvoyance et de jugement que l'on doit le fait scandaleux que notre peuple paye lui-même, pour la propagande étrangère qui le détruit, 50 000 francs par semaine rien que pour l'achat d'une certaine publication étrangère! Aucun ministère de propagande étranger ne peut nous obliger à nous rendre à tel cinéma où sont projetés des films spectaculaires ou des actualités anti-démocratiques, c'est-à-dire

antisuisse. Mais avec un peu de bonne volonté, un peu de courage civil, il est possible de faire comprendre à nos concitoyens ce que le pays est en droit d'attendre d'eux soit comme acheteurs, soit comme producteurs ou vendeurs. Nous pouvons faire comprendre à notre coiffeur, au dentiste, au restaurateur quels sont les journaux qu'ils doivent mettre à disposition de leurs clients et ceux dont notre peuple doit se garder comme de la peste. Les intéressés se cabreront peut-être de prime abord et argueront que leurs clients préfèrent précisément la littérature d'importation étrangère. Mais on peut les persuader amicalement et beaucoup plus facilement qu'on ne pourrait le supposer.

Dans ce domaine, l'indifférence et le laisser-aller ne sont plus tolérables. Il y a de notre défense nationale, de la lutte pour notre indépendance, de la résistance morale de chacun de nos concitoyens. H. N.

L'industrie cinématographique et la Bulgarie

Une situation curieuse à Sofia, et qui ne se trouve nulle autre part, est celle que des 23 cinémas de Sofia, 15 sont des cinémas de première vision, 6 sont de seconde, et 2 de troisième. Pour cette raison, Sofia est un bon acheteur de films, et toutes les productions trouvent bon accueil sur le marché bulgare.

Il n'y a pas d'industrie cinématographique productrice en Bulgarie. Quelques essais ont été faits, notamment un film militaire, deux films dramatiques et une comédie, mais les résultats sont médiocres, vu qu'on ne dispose pas d'ateliers et les bons opérateurs manquent. Même dernièrement pour l'entrée de l'armée dans la Dobroudja, on a été obligé de faire venir des opérateurs de Hongrie (la magyar film

iroda) et d'Allemagne pour filmer la «Einmarschierung» dans cette contrée.

Tous les films passent en Bulgarie, indépendamment de la langue en laquelle ils sont tournés. Ce qui intéresse surtout le pays, c'est la popularité des artistes, la qualité artistique du film et le sujet. Par suite de la situation internationale, il passe à Sofia surtout des films hongrois, certains films italiens, français et allemands, rarement des films américains. Toutefois, avant la guerre, la Bulgarie achetait régulièrement des films de tous les pays d'Europe et américains. Les films qui ont le plus de succès en Bulgarie sont les films sociaux, mais on tourne aussi avec succès des films dramatiques, sensationnels, criminels, romantiques, et des comédies. Les films touristiques et les films historiques sont aussi bien cotés. D. P.

Nouvelles du Cinéma Allemand

«La Suisse» et le «Journal de Genève» publient, sous la signature de leur correspondant berlinois Jean Heer, des articles sur le film allemand, dont nous voudrions citer quelques passages:

«... En temps de paix déjà, on a pris toutes les mesures aptes à donner à l'industrie cinématographique une importance capitale. Toute la production et l'exploitation du cinéma a été réunie sous l'autorité d'un seul homme.

«... On a fixé quatre centres à l'industrie cinématographique du Reich. L'Ufa et la Tobis ont construit deux petites villes à Berlin, Ufastadt et Johannistal. Munich et surtout Vienne furent choisies comme lieux d'exploitation des deux sociétés Ba-

varia et Wienfilm. Ces quatre centres ont été, par ordre du Dr. Goebbels, assimilés à des usines de munition. Tous les acteurs, ouvriers et employés y travaillent exactement au même titre que le personnel de Krupp ou de Zeiss. Ils sont mobilisés à Berlin, Vienne ou à Munich, comme les soldats au front...

«Les cinéastes ont le devoir de servir, dans la mesure de leur faculté, l'intérêt du pays. Pour faciliter leur travail devant la caméra, on met tout à leur disposition. Mais ces avantages s'arrêtent là. Sitôt que la bande de cellulose est terminée, ils reprennent leur rang parmi le commun des allemands, ils ont leur cartes de ravitaillement et d'habillement comme tout le monde. Ainsi une actrice peut porter dans

un film toutes les paires de bas dont elle a besoin. Mais elle doit les enlever aussitôt son rôle terminé, elle a droit dans la vie privée à six paires de bas — par an — la carte d'habillement de 150 points ne permet pas d'en acheter davantage. De même pour ses robes; en temps de paix, il était d'usage qu'une actrice puisse racheter à très bas prix les robes élégantes et coûteuses qu'elle avait portées pendant qu'elle tournait; cette coutume est abolie, la vedette rend le chef-d'œuvre de soie qu'on lui a prêté, de façon qu'on puisse en utiliser l'étoffe pour un autre film.

«... Jusqu'à nos jours, les opérateurs du cinéma étaient toujours des civils. Le ministre de la propagande du Reich eut l'idée d'enrégimenter les opérateurs et d'obtenir

ainsi des visions de guerre absolument uniques. Le métier de «caméraman» est devenu la seconde occupation des soldats spécialisés... Chaque semaine on tire dans les ateliers plus de mille copies des actualités destinées à être traduites dans une vingtaine de langues.

«Au début de la guerre, l'on s'était cru obligé de fermer certaines salles par suite du manque de personnel technique. On est arrivé à remplacer plus de 14000 de ces techniciens, dont les services spéciaux de l'armée avaient besoin, par des femmes. Pour la plupart, c'étaient les épouses, les sœurs ou les parentes des mobilisés. On institua des cours spéciaux qui se terminèrent par des examens donnant droit à un diplôme.»

Lettre d'Hollywood

(De notre correspondant spécial.)

Les bons livres font les meilleurs films.

Si les producteurs d'Hollywood voulaient tirer bilan de la dernière saison — d'une saison riche en réussites éclatantes, mais chargée également de graves soucis — ils seraient certes unanimes à constater que les plus grands succès furent tous des adaptations de livres qui sont depuis longtemps sur la liste des «best-sellers». L'exemple classique en est «Gone with the Wind», le roman de Margaret Mitchell, dont le tirage n'est surpassé que par celui de la Bible. «Gone» et un autre film de David O. Selznik «Rebecca», inspiré lui aussi d'un livre fameux, ont rapporté jusqu'ici 20 millions de dollars à leur heureux producteur, qui les partage avec la M.G.M. Il est à noter que Selznik a payé «seulement» 50 000 dollars pour les droits du roman — il faut dire «seulement» bien que chaque écrivain suisse serait fort content de vendre un roman pour plus de 200 000 francs!

D'autres films encore doivent leur succès à des romans, et ce succès est d'autant plus grand — ce que nous devrions souligner — si l'on a respecté le contenu et l'esprit du livre. Jusqu'ici, il était d'usage à Hollywood de transformer, voire même de changer complètement les livres, pratique qui souvent a valu aux films américains les plus vives critiques en Europe. En revanche, des films comme «The Grapes of Wrath» ou «All This and Heaven too», réalisés exactement d'après des livres, ont donné des recettes considérables.

Quelle en est la raison? De nombreux spectateurs et notamment de nombreuses spectatrices vont au cinéma pour voir les films inspirés des livres qu'ils ont lus et aimés. Chaque femme américaine avait une image précise et vivante de Scarlett O'Hara ou de Mr. Chips, et voulait retrouver dans le film cette image et les émotions de la lecture. Si donc le film lui donne une impression méconnaissable, la spectatrice

se fâche — et tous les directeurs de théâtre savent trop bien qu'une femme fâchée n'est point une bonne publicité. Toutes les expériences de ces derniers temps nous montrent combien justes sont ces réflexions; la preuve la plus récente en est le succès de «Northwest Passage» que des milliers de personnes ont vu pour trouver incarné, sous les traits de Spencer Tracy, le personnage du Major Roberts.

Il y a, naturellement, aussi des histoires originales qui ont permis de grands succès, mais c'est plutôt rare; souvent ce fut moins le sujet que la valeur de la production et le nom des vedettes qui étaient décisifs. C'est pour Spencer Tracy, Clark Gable, Claudette Colbert et Heddy Lamarr qu'on est allé à «Boom-Town», et pour la Garbo ayant enfin un rôle gai, qu'on a vu «Nitotchka».

Signes de crise et espoirs.

La production américaine a connu, ces jours-ci, une baisse jamais vue auparavant.

Technique

Les «Soundies».

Il nous faut encore mentionner une innovation sensationnelle (on pourrait presque dire: une invention) qui pourrait avoir une grande importance pour l'avenir du cinéma et cela non seulement en Amérique. Il s'agit des films dits «soundies» qui sont réalisés maintenant par la Globe Production Inc., dont le chef est James Roosevelt, fils aîné du Président des Etats-Unis.

Un «soundie» est un film sonore de 16 mm, avec musique et chant, projeté durant trois minutes par un appareil de l'apparence d'un grand récepteur radio. Les pro-

Le 20 octobre, 27 films seulement étaient en travail dans les studios d'Hollywood — contre 46 deux semaines auparavant, 50 il y a un an et 52 il y a deux ans. Cette stagnation se reflète également dans ce fait que la 20th Century Fox n'a tourné, à cette date, qu'un seul film: «Western Union» de Fritz Lang. Mais on espère que l'activité cinématographique, souffrant des élections présidentielles, va se ranimer dès le mois de novembre et que la fin de l'année verra déjà une très forte reprise. Pour sauver l'industrie, il faudra supprimer, ainsi pensent bien des experts, la pratique des «double-programmes» et réduire les cachets de tous les collaborateurs du cinéma.

Dans les milieux des exploitants, on s'oppose à cette nouvelle pratique d'augmenter les prix pour certains films. Le public est vexé de voir chaque semaine d'autres prix affichés à la caisse. Et l'expérience a bien prouvé que certains films, vendus trop chers et entraînant pour cela une augmentation des prix d'entrée, auraient pu avoir, aux prix normaux, des recettes bien plus élevées. La plupart des grands films sont déjà loués non pas pour une somme fixe, mais sur la base d'une participation (d'environ 70%) des producteurs qui, dans la plupart des cas, sont également des distributeurs. Le film de Chaplin «Great Dictator», par exemple, est ainsi placé par les United Artists.

On s'efforce de réduire les frais de production par tout moyen et notamment par les inventions techniques et des truquages photographiques développés en art par les «special effects photographers». Mais ce qu'on appelle à Hollywood des «petits» budgets, suffirait certainement pour faire en Suisse — et plus encore en France ou en Italie — des œuvres de grande classe. Car un film qualifié par le producteur comme «extrêmement bon marché» coûte au moins 250 000 dollars, donc plus de 1 million de francs.

jecteurs, appelés «Mills Panorama», sont automatiques comme le piano électrique d'autrefois ou les boîtes à musique; pour 10 cents, on aura un petit film, mais qui ne ressemble en rien aux «fabricats» qu'on montra à Montmartre aux messieurs quand leurs épouses étaient loin. Ce sont au contraire des films de musiques, et de danse, ou même des pièces d'orchestre jouées par des musiciens «visibles».

La société Mills à Chicago a dépensé trois millions de dollars pour perfectionner ses appareils et en faire de véritables petits cinémas qu'on peut placer partout, dans les restaurants, les hôtels, les établissements publics, et qui permettront à tout le monde de voir, pour une pièce de 10 cents, un film excellemment réalisé. Dans les mois prochains, les premières 5000 ma-