

Réflexions américaines : lettre d'Hollywood

Autor(en): **J.W.**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 92

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-734614>

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 Ausdrucke 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.

Réflexions Américaines

Lettre d'Hollywood.

Partout où l'on comprend le cinéma — et notamment à Hollywood — l'on sait aujourd'hui que ce n'est pas l'acteur qui est la véritable vedette d'un film et non plus le metteur en scène ou l'opérateur, mais bien le *sujet*. Une bonne «story» peut valoir un grand succès même à un film médiocre; le meilleur acteur, le premier régisseur cependant ne peuvent sauver un film dont la «story» est mauvaise. Ainsi certains producteurs ont dû enregistrer de graves échecs pour des films où les premiers rôles étaient pourtant tenus par des artistes tels que Spencer Tracy et Hedy Lamarr, ou encore Clark Gable et Myrna Loy, dont le talent et la popularité ne pouvaient compenser la faiblesse des scénarios.

D'autre part, Hollywood était souvent surpris par des films de la classe dite «B», réalisés avec des moyens réduits et sans aucune star, mais qui remportaient des succès aussi inattendus que sensationnels. On appelle ici de tels films «Sleeper» (Wagon-lit), parce que chacun pensait pouvoir dormir lors de leur présentation. Un tel «sleeper» est «The great MacGinty», satire sur la corruption politique; production très bon marché, ce film (Paramount) est projeté dans les plus grands cinémas et rapporte plus d'argent que les «super-ultra-extra-films», qui ont coûté un argent fou. Et cela uniquement parce que son idée est bonne et originale, et son scénario excellent. Il est mis en scène et produit par son auteur, Preston Sturges, qui vient de remporter avec son second film «Christmas in July» (Noël en juillet) un succès presque plus grand encore. D'autres auteurs suivent son exemple; Ben Hecht, scénariste réputé, a achevé son premier film pour la Columbia «Angels of Broadway»; l'écrivain Dalton Trumbo va réaliser pour la R. K. O. son livre «The Remarkable Andrew». Certains redoutent déjà que Hollywood mette à la porte tous ses régisseurs et charge les auteurs, de tourner eux-mêmes leurs propres scénarios....

*

En 1939, les studios américains ont acheté, selon le «Hollywood Reporter», 180 sujets. Ce chiffre sera certes une grave déception pour tous ceux qui croient porter en eux un excellent sujet de film, qui ne demande qu'à être fixé sur trois pages dactylographiées et envoyé à Hollywood pour rapporter par retour du courrier 10 000 Dollars. Personne ne voudrait croire combien de manuscrits s'entassent chez les agents d'Hollywood: des milliers et des milliers par semaine. Ceux-ci sont triés, et seuls les quelques sujets qui plaisent aux agents — bien difficiles à satisfaire — trouvent le chemin du studio. Les

sociétés, elles aussi, reçoivent directement des milliers de sujets par jour; mais ces envois ne seront même plus ouverts depuis que certains inconnus ont accusé les cinéastes de plagiat, prouvant que leurs sujets envoyés avaient certaines ressemblances avec certains films. De tous les manuscrits, venus du monde entier et écrits souvent par d'illustres auteurs, on n'a acheté l'année dernière que — 54 sujets originaux, donc un par semaine. La 20th Century Fox et l'Universal en ont acquis 14 chacune, Warner Bros et R.K.O. neuf, la grande M.-G.-M. sept seulement et la Paramount un seul!

Il est donc préférable d'écrire un bon livre ou une bonne pièce qui, par la suite, pourra retenir l'attention des Grands du cinéma. 69 romans et 33 pièces ont été ainsi achetés, mais dont la plupart furent des «best-sellers» américains; enfin, 21 nouvelles et 3 pièces radiophoniques furent acquises. Et c'est toute la moisson littéraire d'une année à Hollywood.

Mais n'oublions pas que les grands studios ont un stock de centaines — certains disent de milliers — de sujets acquis auparavant, dont ils ne savent plus que faire. Car il y eut une époque, où les sociétés américaines acquièrent chaque livre à succès et chaque pièce qui n'avait pas été sifflée — déjà pour ne pas les laisser à la concurrence. Aujourd'hui, on achète ce qui est «magnifique» ou d'une valeur particulière pour une certaine vedette. Les auteurs européens sont peu représentés, seul le Français Jacques Deval, auteur du «Tovaritch», les Hongrois Laszlo Fodor et Vadnai, ainsi que les Viennois B. Wilder et Reisch (l'auteur de «Maskerade») sont encore admis. Et la guerre ne facilite point la vie des auteurs, car moins que jamais les cinéastes investissent leurs capitaux dans un scénario.

*

Les films d'action forment le contingent le plus important des films nouveaux. Mais il faut donner aujourd'hui au public des aliments forts pour lui faire oublier ses soucis et le retenir pour quelques heures au cinéma. Depuis toujours, les films d'action furent une spécialité d'Hollywood, mais dans la plupart des cas, l'action n'était que lutte entre criminels et policiers. Ces semaines dernières cependant, deux films ont été présentés, qui furent saisissants d'un bout à l'autre et qui, tout de même, n'ont rien à faire avec des gangsters et des fusillades. Le premier, «Foreign Correspondent», semble préparer un nouveau genre de film, inspiré des circonstances actuelles. Réalisé par l'excellent metteur en scène anglais Alfred Hitchcock, il conte l'histoire d'un

reporter américain qui prend une part active aux événements politiques européens, sauve la vie d'un ministre emprisonné, et se tue lors de son retour avec l'Atlantic Clipper. Ce n'est pas un film à tendance politique, son action est inventée, mais véridique à chaque instant. Aussi réussi est le film «City for Conquest» (Warner Bros), biographie passionnante de New York. Les films qui seront réalisés ces mois prochains doivent avoir tant d'action et une telle intensité que, comme s'exprime une revue cinématographique, les spectateurs dans les cinémas bombardés ne pensent plus aux bombes, mais uniquement au film....

*

L'American Institute of Public Opinion a organisé un «plébiscite» en vue de connaître l'opinion du public américain sur l'importante question du «double-programme». Voici le résultat du vote: 57 % sont contre cette pratique, 43 % pour. Mais la victoire des adversaires est bien plus grande que le font croire ces chiffres. Car ce ne sont que les jeunes visiteurs, ceux qui vont aux représentations d'enfants et de l'après-midi, qui se sont prononcés pour le double-programme. Et encore, les populations les plus pauvres, qui ne vont pas au cinéma pour le programme, mais uniquement parce que cet endroit leur plaît mieux que leur «home». En revanche, tous les adultes et notamment tous ceux qui occupent les bonnes places sont adversaires du double-programme, et renoncent au «plaisir» de rester quatre heures au cinéma. Si l'on réexamine la statistique des votes, d'après les recettes, on constate que 70 % du public sont contre et 30 % pour le double-programme.

Mais ce plébiscite a révélé aussi un autre fait: il y a en Amérique, pays rêvé du cinéma, 32 millions de personnes qui ne voient jamais un film, alors plus d'un quart de la population! Le producteur Samuel Goldwyn, en conséquence, considère donc comme première tâche du cinéma américain — surtout à l'heure actuelle où sont perdus les marchés étrangers — de gagner cette grande minorité au cinéma, pour compenser les pertes à l'étranger. Mais ce qui est vrai pour l'Amérique, l'est aussi, dans une certaine mesure, pour les pays européens. Partout, il y a une partie considérable de la population qui ne va jamais au cinéma. Mais comment changer cette attitude? Moins de films, et de meilleurs films, tel est l'avis de M. Goldwyn, avis que ne partagent cependant pas tous les directeurs américains. Car dans les districts pauvres, les gens viennent deux ou trois fois par semaine au cinéma, tout comme on va au café en Europe centrale. Fort souvent, c'est toute la famille qui arrive, avec la grande-mère et le bébé, et s'installe dans des sièges confortables; on apporte son repas froid, on parle, on fume, on dort un peu, et on reste volontiers quatre heures. J. W. (Hollywood).