

Кино Экран 13.7.29

З А Р У Б Е Ж О М

О чем думается на берлинской газопромышленной выставке.—О звуковой фильме, культурной революции и „Синей киноблуде“.

Менее всего, случайно забредя на берлинскую газопромышленную выставку, думал о том, что она даст материал, заслуживающий внимания кино-прессы.

Открытая в Берлине выставка рекламирует надежды газовой промышленности и применение газа в технике и домашнем быту. Организована она германским газовым синдикатом и объединением предприятий газовой промышленности. По своим экспонатам выставка ничем не отличается от множества выставок, время от времени устраиваемых различными отраслями промышленности. Не об экспонатах выставки пойдет речь.

Речь идет об очень своеобразной фильме, заслуживающей с нашей стороны всемерного внимания.

Фильма эта, преследующая специально рекламные цели или, вернее, цели популяризации надежд газовой промышленности, демонстрируется на территории выставки в особом кинотеатре, воздвигнутом концерном звуковой фильму „Тобис.“

Интересующая нас рекламно-пропагандная фильма является игровой, звуковой картиной. По своим техническим особенностям она ничем не отличается от прочих звуковых фильмов, но по формальным признакам совершенно не похожа на обычные короткометражные фильмы рекламного свойства.

Фильма подана зрителю в таких формах, что рекламная ее установка совершенно незаметна. Смотрится она с

таким же интересом, как любая игровая фильма. Разыграна фильма ходкими именами актерской киноблуды, примерно теми же, что снимаются в каждом немецком кинофарсе. Фильма разыграна настолько весело, что рекламный ее смысл столь же неощутителен, как в фильме Бестера Китона „Наше гостеприимство“ реклама... современных способов железнодорожного сообщения.

Нет сомнения, что фильма эта найдет себе повсеместное распространение в качестве дополнения к основной программе и с успехом заменит глупейшие короткометражные комедии, пережиток младенческой поры кинематографии, подаваемые и до сих пор „сверх программы“.

Мы бы не стали писать об этой фильме, если бы не некоторые выводы, вызываемые ее просмотром.

Важно не то, что обстановка капиталистической конкуренции, обостренная погоня за потребителем вызвала к жизни эту фильму, подчинила хороших квалифицированных актеров рекламным целям и заставила служить себе имеющийся у широких кругов интерес к звуковой фильме.

Важно другое — фильма показывает, как в условиях звукового кино и в формах короткометражной комедии может быть создан новый жанр. И жанр этот — не многометражная игровая фильма и не культурфильма, а звуковая фильма „малых форм“ авиалогичная по своей установке производственному

скетчу, водевилю, малым формам „Синей блуды.“

То, что делается в обстановке капиталистической конкуренции в погоне за потребителем и сбытом, может быть осуществлено с большими результатами в условиях нашего планового хозяйства.

Не ради рекламы какого-нибудь товара, а во имя культурной революции, нового быта и индустриализации могут быть созданы и у нас подобные фильмы, фильмы, доселе не удававшиеся великому немцу. Такая фильма может явиться дополнением к кинохронике, может с успехом заменить и вытеснить короткометражную беспредметно-смешную комедию, сможет оказаться актуальной.

Немцы рекламируют газ в целях усиления сбыта газовой аппаратуры. Мы можем показать тему „газа“ в сочетании с темой общественного питания и раскрепощения от кухонного плена женщины.

Немцы показали, как новое изобретение и огромный к нему интерес широких масс можно использовать в определенных рекламных целях.

У нас оно может и должно зазвучать в помощь тем, которые работают на фронте культурной революции и хозяйственного строительства.

Одной из форм звуковой фильмы должна быть фильма малых форм, не фоксовский „мувион“, не немецкая игровая реклама, а производственная пропагандная „Синяя киноблуда.“

ГЕРВИНУС