

# MUNI ARTS



## *Rudá carevna*

USA 1934

r. Josef von Sternberg

1. Jaké jsou hlavní charakteristiky Sofie Frederiky a poté Kateřiny? Jak nám film zprostředkovává vývoj postavy?
2. Jak se tyto charakteristiky prolínají s širší osobností Marlene Dietrich (tak, jak ji známe z dokumentů, memoárů, vyprávění, životopisných filmů...)







*"Romance and lovely skin just seem to go together"*

**MARLENE DIETRICH**

Try ACTIVE-LATHER FACIALS for 30 days!



PAT LUX SOAP'S ACTIVE LATHER LIGHTLY IN. RINSE WITH WARM WATER THEN WITH COOL!

"It's Romance—love—that any woman really wants," this famous beauty says. And shows you how she cares for her own million-dollar skin. Try this gentle Lux Toilet Soap Facial—let it help you win the soft appealing complexion beauty that wins Romance—and holds it!



NOT DRY WITH A SOFT TOWEL. NOW YOUR SKIN FEELS SMOOTHER, HAS SUCH A FRESH LOOK. LOVELY SKIN WIMS!

COLOMBIA PICTURES STAR

**9 out of 10 Screen Stars use it**

SEPTEMBER, 1942

81



**"A LUX Girl?"**

*You bet I am!*  
**Loretta Young**

Carder of Walter Wanger's "LADIES COURAGEOUS"



**"These Beauty facials really make skin lovelier!"** says this famous star

"I never neglect my ACTIVE-LATHER FACIALS with Lux Soap. Cover your face generally with the rich lather, work it in gently but thoroughly. Rinse with warm water, splash with cold, and pat dry. These beauty facials really make skin lovelier—they're a wonderful beauty aid."



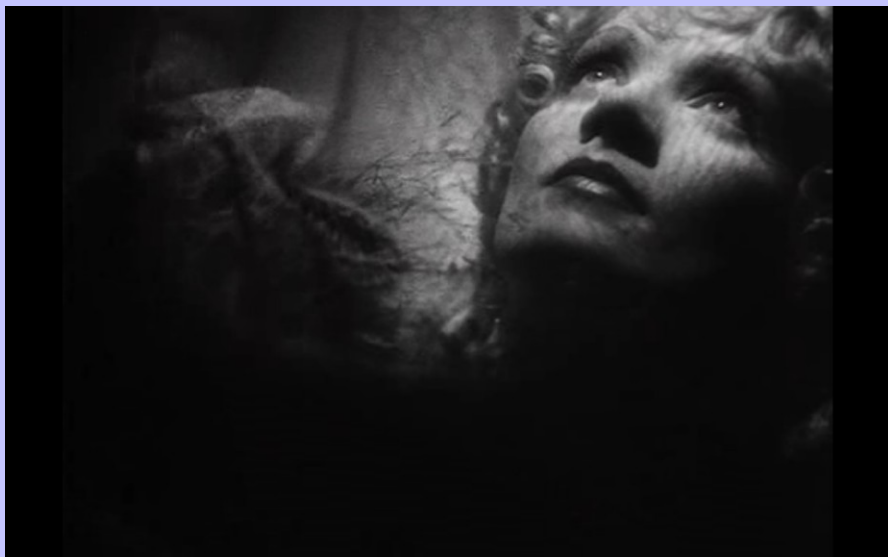
Clever women everywhere find in Loretta Young's Lux Toilet Soap facial a simple easy care that works in no more than 3 out of 4 cases—actually approved! See if this skin complexion care that lovely screen stars recommend doesn't make your skin smoother, softer—more desirable.

**DON'T WASTE SOAP**

It's patriotic to help save soap. Use only what you need. Don't let your cake of Lux Toilet Soap stand in water. After using, press it in a dry soap dish. Moisture has about ten times as much power against new cake.

**YOU** want the loveliness that wins romance! Try the simple beauty care Hollywood stars use. See if it doesn't make your skin lovelier!

**Lux Toilet Soap L-A-S-T-S...It's hard-milled! 9 out of 10 Screen Stars use it**









## L3: Texty

- deCordova, Richard (1991): The emergence of the star system in America. In: Gledhill, Chrisitne (ed.): *Stardom. Industry of desire*. London, New York: Routledge, s. 17–29.
  - deCordova, Richard (1990): *Picture Personalities. The Emergence of the Star System in America*. Champaign, University of Illinois Press.
- McDonald, Paul (2000): *The Star system. Hollywood's production of popular identities*. London: Wallflower, s. 5–66.

# Vznik filmového hvězdného systému

- 1907 – 1912 – kumulace ekonomicko-výrobních faktorů, které vedou k vytvoření hvězdného systému
  - Přejít k narativním a vícedílným filmům (17% hraných filmů v celkovém objemu produkce v roce 1907 vs 66% v roce 1908)
  - Spor patentových (trustových – MPPC) firem s nezávislymi producenty, dovozci a kiny (Independent Motion Picture Company – IMP)
  - Florence Lawrence jako první filmová star?
- Divadelní tradice – počátek hvězdného systému kolem roku 1880
  - Stock company => combination company
  - Americké divadelní herectví dlouho není respektovanou profesí





# Hvězdný systém jako typ diskurzu a jeho transformace

## 1. Diskurz o herectví

- Technologický aparát jako první star
- Rozpoznání vystupování ve filmu jako specifického druhu práce (od pózování k hraní)
- Od roku 1908 / 1909 pozvolná elevace filmového herectví (Film d'Art); vázáno na přechod od akce a velkých celků ke komplikovanějším zápletkám a menším záběrům.

## 2. Diskurz o osobnosti filmového plátna

- Od rozpoznání a postupné valorizace praxe přesun k individuálním osobnostem => marketingová diferenciacce produktu
- JMÉNO – kolem roku 1910 se z anonymních performerů stávají jednotlivé a rozpoznatelné individuality
- Intertextuální povaha; omezeno pouze na samotné filmy!

# MUNI ARTS

## 3. Diskurz o hvězdě

- Prudký rozvoj v letech 1913 - 1914
- K předchozím diskurzům přináší navíc informace ze soukromí herce / herečky
- Obě sféry (soukromá a pracovní) by si neměly odporovat, ale být v souladu >> **Reel hero = Real hero**
- Od 20. let nárůst hvězdných skandálů (4. typ diskurzu?)



# Hvězdný systém klasického Hollywoodu

- 20. – 60. léta 20. století – většina hvězd smluvně vázaná na konkrétní studio
- Hvězdy jako výrobní síla, jako kapitál a jako majetek studií
- Kinematografická instituce představuje vysoce organizovaný, detailní systém dělby práce = systém produkce.
- V tomto systému hvězdy fungují jako elitní “performance specialists”.
- Zároveň jsou formou kapitálu – studia do nich investují, aby:
  1. diferencovaly svoje produkty
  2. aby se pojistily proti ztrátám a maximalizovaly své zisky



- Hvězda je jak výrobní silou klasického hollywoodského modu produkce, tak také majetkem a produktem, který studia mohou využívat za účelem kumulace zisku.
- Hvězdný obraz tudíž přímo vychází ze samotné individuální podstaty hvězdy, ale zároveň se od ní dá oddělit => hvězdné kontrakty tak musí právně pokrýt dvě odlišné věci:
  1. Hvězdu jako soukromou osobu
  2. Hvězdný obraz
- Vztah soukromé osobnosti k utvářenému obrazu tak představuje potenciální třetí plochu vůči studiu a zdroj právních konfliktů.
- Zejména jméno, hlas a podoba konkrétní star mohou být použity k účelům, nad nimiž hvězda nemá plnou kontrolu.

# MUNI ARTS

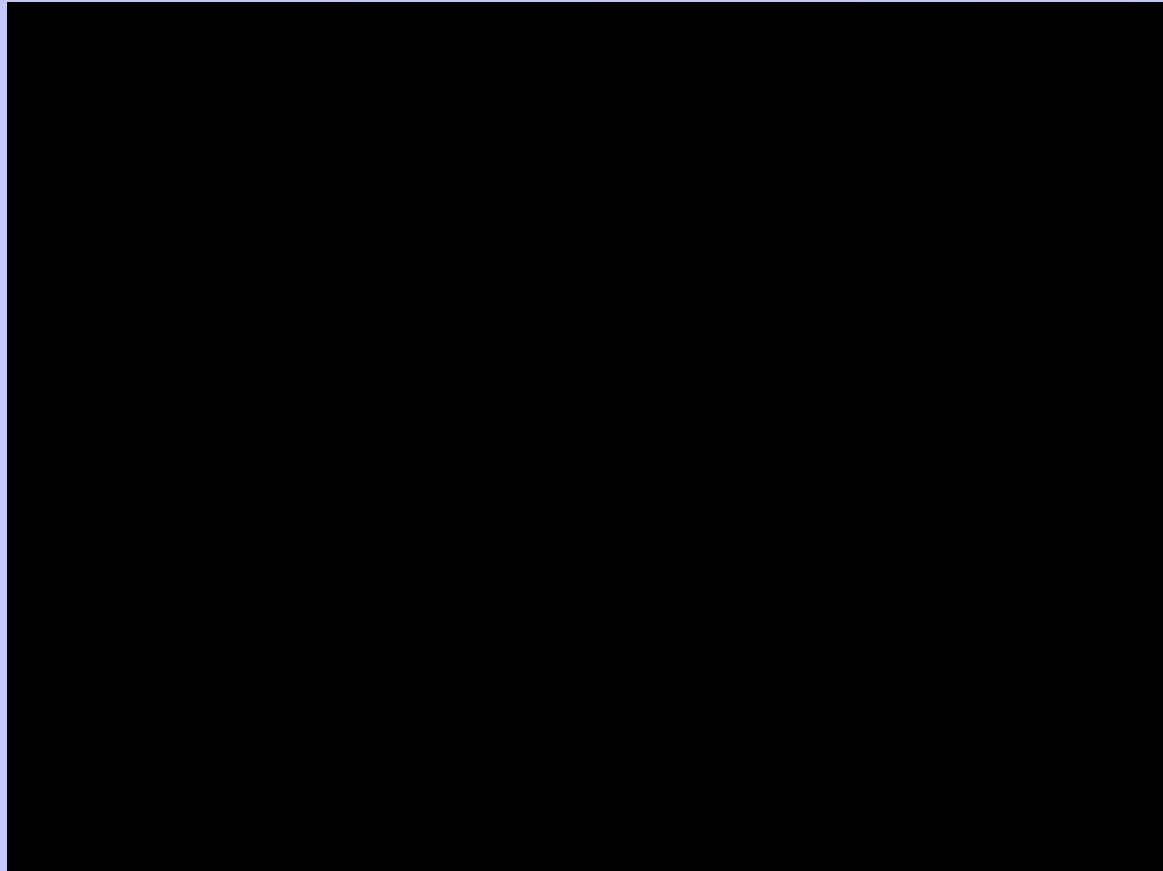
## Hvězdy jako plastické osobnosti

= hvězda jako veřejná soukromá osobnost musí být v souladu s typem rolí, do nichž je nejčastěji obsazovaná

- Marlene Dietrich = žena vamp
- Katharine Hepburn = dynamická moderní žena
- James Cagney = drsný gangster
- Clark Gable = romantický kavalír



# *Singin' in the rain* (1952, r. Stanley Donen, Gene Kelly)





# Velká pětka (Majors) a Malá trojka (Minors)

□ Princip vertikální integrace => výroba, distribuce a kina (94% příjmů) X Malá trojka nemá kina

## □ Majors:

- Paramount – Marlene Dietrich, Mae West, Maurice Chevalier
- MGM – Clark Gable, Mickey Rooney, Judy Garland, Greta Garbo
- 20<sup>th</sup> Century Fox – Sonja Henie, Shirley Temple, Betty Grable
- Warner Bros. – James Cagney, Bette Davis, Humphrey Bogart
- RKO – Fred Astire a Ginger Rogers

## □ Minors:

- Universal – Bela Lugosi, Boris Karloff, Deanna Durbin
- Columbia – x
- United Artists – Eddie Cantor

# MGM – víc hvězd než jich září na nebi



# Jak fungoval hollywoodský hvězdný systém

- Talentovní scuti (talent scouts) pravidelně navštěvovali divadelní představení a noční kluby po celé zemi.
- Rekrutování vaudevillových účinkujících, divadelních herců, performerů z rozhlasu, burlesky či dokonce sportovních talentů (krasobruslařka Sonja Henie, plavec Johnny Weissmüller).
- V případě úspěšné filmové zkoušky (screen test) podepsán dlouhodobý kontrakt se studiem.
- Podpis smlouvy aspirujícímu herci / herečce přinesl pravidelnou týdenní mzdu a intenzivní školení v oblasti správné dikce a výslovnosti; a samozřejmě hodiny herectví.



# Jak fungoval hollywoodský hvězdný systém

- Učitelé herce připravovali na práci se scénářem jako základní předlohou pro vybudování postavy, přičemž do tohoto tvůrčího procesu museli dále zahrnout režisérovy připomínky a interakci s dalšími herci.
- Individuální příprava na roli byla bezpodmínečně nutná – pracovní tempo přímo vyžadovalo, aby herci chodili na plac připravení a věděli, jak se jednotlivé scény skládají do příběhové celku a jak slouží vývoji postavy.
- Kromě herectví a dikce se hercům dostalo hodin tance, etikety, šermu, jezdeckví, plavání, boxu a výuky jazyků

# Hollywoodská proměna

- Konzultace s poradcem v oblasti módního stylu, make-upu a úpravy vlasů >> změna barvy a střihu.
- Někdy použita elektrolýza k úpravě vlasové linie.
- Změna tvaru obočí.
- Umělé řasy a zubní korunky; případně vytržení zubů za účelem zdůraznění lícních kostí.
- Plastické operace nosu a odstraňování jizev či akné



# Marlene Dietrich



# Změna jména

Doris Mary Anne Kappelhoff >> Doris Day    Roy Fitzgerald >> Rock Hudson





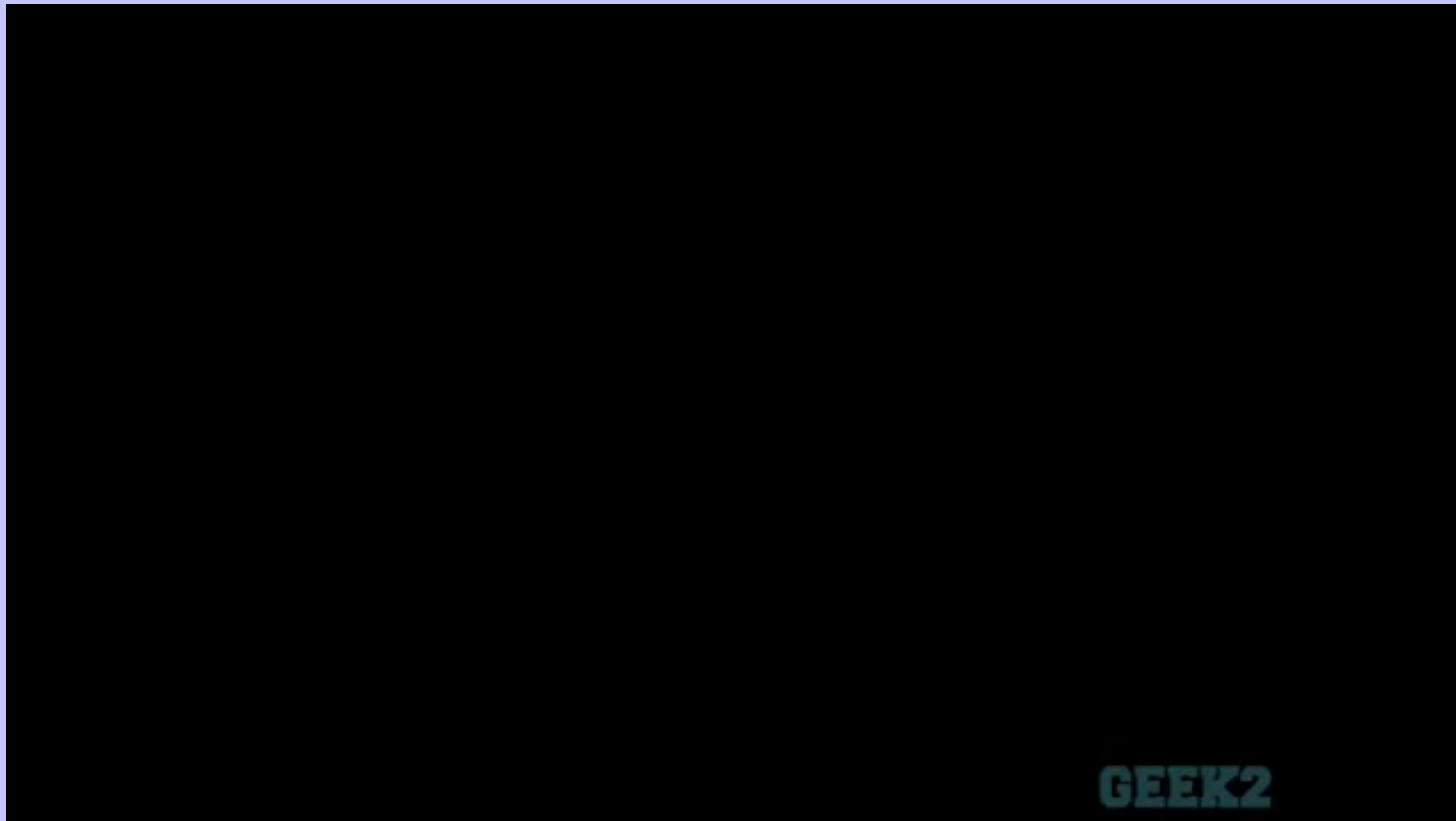
# Budování hvězdného obrazu

- Jakmile panovala shoda na jméně, vymyslel se nováčkovi adekvátní životopis. Následovala účast na večírcích, premiérách a v nočních klubech, kde bylo cílem vzbudit žádoucí pozornost.
  
- Následoval třístupňový proces budování hvězdného obrazu:
  1. Adept se objevil v menších rolích (walk-ons) s minimem dialogu. Pokud přitáhl pozornost (zmínky v recenzích, pošta od diváků), dostává větší roli.
  2. “Starlet” - Spolu s cíleným šířením životopisu a fotografií (cheesecake / beefcake), které zdůrazňují tělo na úkor obličeje. Představení hvězdičky editorům populárních časopisů (Photoplay, Modern Screen, Screen Album movie Stories) a redaktorkám společenských rubrik (Hedda Hopper, Louella Parsons).

# Budování hvězdného obrazu

- Během druhé fáze si “starlet” rovněž zahraje jednu z hlavních spolu s dalším nováčkem (Deanna Durbin a Judy Garland – *Every Sunday* 1936) nebo ztvární vedlejší roli ve filmu s již známou hvězdou (Marilyn Monroe ve filmu *All about Eve*, 1950).
- Zatímco fáze 2 se snaží najít / vytvořit vhodný typ >> aby filmové role ideálně zapadly do plastického hvězdného obrazu, pak fáze 3 se snaží nalezenou formuli co nejlépe využít.
- “Typecasting” – obsazení dle typu – role, kterou může hvězda pravidelně opakovat. Ačkoliv hvězdy s touto praxí často nesouhlasily (Cagney, Davis), dovolila studiím vyvíjet a obsazovat filmy rychle a efektivně, podle osvědčené šablony.

# Marilyn Monroe ve filmu *Vše o Evě* (1950, Joseph L. Mankiewicz)



# ***Star vehicle* = finální standardizace produktu**

- Termín vzešel ze samotné výrobní praxe.
- Označuje způsob přípravy natáčení a propagace filmů s cílem co nejlépe využít konkrétní hvězdu v rámci fungujícího typu + v každém snímku drobné inovace či žánrové kombinace.
  
- Role typu *star vehicle* modelované podle:
  1. Vzezření hvězdy (Marilyn Monroe jako hloupá blondýna)
  2. Stiuace, prostředí nebo děje (Greta Garbo v melancholických romancích, vystavěných kolem nenaplněného vztahu)
  3. Možnosti hvězdy předvést to, co umí nejlépe (Gene Kelly tančí)
  
- Pokud je *star vehicle* funkční, přetrvávající a konzistentní, může nabrat skoro až kvalit žánru (Marlene Dietrich a Joseph von Sternberg – kontinuální vizualita, ikonografie a struktura).



# Hvězdný systém jako reklamní nástroj

Share a secret with Hollywood...

*"Choose your makeup by the color of your Eyes"*

SAYS  
*Dolores Del Rio*

A SECRET? Yes, a beauty secret... direct from Hollywood... from glamorous Dolores Del Rio. "Choose your makeup by the color of your eyes!"

WHY DOES IT MELT? Just this: Nature has given you a personality color—a color that never changes... It's the color of your eyes! That's the secret of Marvellous Eye-Matched Makeup. First of all, it's makeup that matches... harmonizing sets of face powder, rouge, lipstick, eye shadow and mascara... all in correct color sympathy.

AND IT MATCHES YOU... because this new makeup is scientifically keyed to your own personality color—the color of your eyes! Wear this new makeup and...

YOUR FACE IS A PICTURE... not a jumble of mixed makeup... but correctly made up as it would be in Hollywood, in the shade an artist, a color expert would choose to glorify you.

AND IT'S RIGHT WITH YOUR SMARTEST GLANCES... for after all, like every well-dressed woman, you instinctively know and wear "your" colors, the shades that harmonize with the color of your eyes.

ASK THE GIRL WHO WEARS IT! In actual tests 9 out of 10 women agree they are immediately better looking in Marvellous Eye-Matched Makeup. Your favorite beauty editor, your own drag or department store will recommend Marvellous Parisian type face powder, rouge, lipstick eye shadow and mascara if your eyes are brown like Dolores Del Rio's; Dresden type if your eyes are blue; Patricia type for gray eyes; Continental type for hazel. Each single item costs only 55¢ (Canada 65¢) in large full size package.

FIND OUT... TONIGHT! Discover what Eye-Matched makeup can do for you this very night. The proof will tell what for you when he sees the more glamorous you.

COPYRIGHT 1937, BY RICHARD HUDNUT

*Harmonizing ROUGE - LIPSTICK - FACE POWDER - MASCARA - EYE SHADOW - 55¢ EACH*

**MARVELOUS Eye-Matched MAKEUP**  
by RICHARD HUDNUT

- ★ **ROUGE.** At last, rouge that's smoothly blendable, sets, wears... as long as you like. Spreads evenly, stays on for hours.
- ★ **FACE POWDER.** Silk, soft, supple, fine, kind to sensitive skin. Stays 4 to 6 hours, by day. Perfect against dust.
- ★ **MASCARA.** Gently cleanses to soothe, makes your eyes look bigger, darker, and deeper. Gently smudges, doesn't "smear."
- ★ **LIPSTICK.** Double-creamed for long, long smoothness, protects your lips, stays shining, in simple, tasteful colors.
- ★ **EYE SHADOW.** Cleanses and softens, leaves delicate but well-contrasted to your eyes' beauty. Easy to apply.

*Jean Crawford says* "I've made those mildness tests you've read about—my choice is **Camels!**"

"I wanted a cigarette with rich flavor that agreed with my throat. Camels have a wonderful flavor and the mildness I demand!"

**Test Camels in your "T-Zone"**  
IF YOU SMOKED, I'VE GOT TASTE!  
Try them for 30 days and you'll know why Camels is America's most popular cigarette!

**MILLIONS MUST AGREE—BECAUSE CAMEL LEADS ALL OTHER BRANDS!**

Smokers all over the country have made the sniff test, the puff test — and the thorough 30-day Camel test to find out the score on cigarette mildness.

Now, after all the mildness tests, the smoke has cleared and Camel has its biggest lead in popularity in 25 years! The latest published figures show that Camel leads all other brands by billions of cigarettes!

Jean Crawford made her own 30-day Camel test — and compared for mildness and flavor. So have many other smokers. Start your own sensible 30-day Camel test today. Enjoy Camel's rich, full flavor — a flavor no other cigarette has. And see just how mild a cigarette can be — pack after pack, week after week!

**Not one single case of throat irritation due to smoking CAMELS!**  
THAT'S WHAT NOTED THROAT SPECIALISTS REPORTED IN A COAST-TO-COAST TEST OF HUNDREDS OF PEOPLE WHO SMOKED ONLY CAMELS FOR 30 DAYS!

# Propagace & kontrakty

- Každé studio disponuje týmy k šíření a propagaci hvězdných obrazů (články a komunikace s fanouškovskými kluby, smlouvy o obchodním zastoupení vybraných značek, návrhy plakátů a dalších PR materiálů pro šíření jak v USA, tak v zahraničí).
- Dlouhodobé smlouvy – 7 let, značně nevýhodné a restriktivní pro hvězdy.
  - Neexistuje univerzální kontrakt, každá hvězda si vyjednává míru kontroly nad vlastním hvězdným obrazem sama.
  - Studio může kontrakt kdykoliv ukončit, hvězda sama nikoliv.
  - Kontrola nad finančními otázkami, povahou rolí a veřejných výstupů, marketingových kampaní a prací pro další studia.
  - V případě porušení některé z klauzulí následují penále (nižší plat a méně výrazné role).
  - Pojistky pro případ narušení hvězdného obrazu >> konkrétní směrnice pro hvězdu, jak vystupovat a jak se chovat jako veřejná soukromá osoba.

# Resumé

- Hvězdný systém se utváří jako postupně se rozšiřující dostupná suma informací o hvězdách.
- Klasické období vytváří tzv. plastické hvězdné obrazy, pro něž je charakteristické zejména sloučení hvězdy jako soukromé osobnosti s převládajícím typem rolí, které pravidelně hraje.
- 
- Na tyto dvě stránky pamatují kontrakty, které dělí konkrétní star na soukromou osobu a veřejně prezentovaný hvězdný obraz. Obojí podléhá kontrole studia a konkrétní star má pouze limitované možnosti ovlivňování a vytváření sebe sama.