

**FAVh048**

**Kostým, maska a výprava v kinematografii**

Mgr. Šárka Gmitterková, Ph.D.

20. 3. 2023

JS 2023

# MUNI ARTS

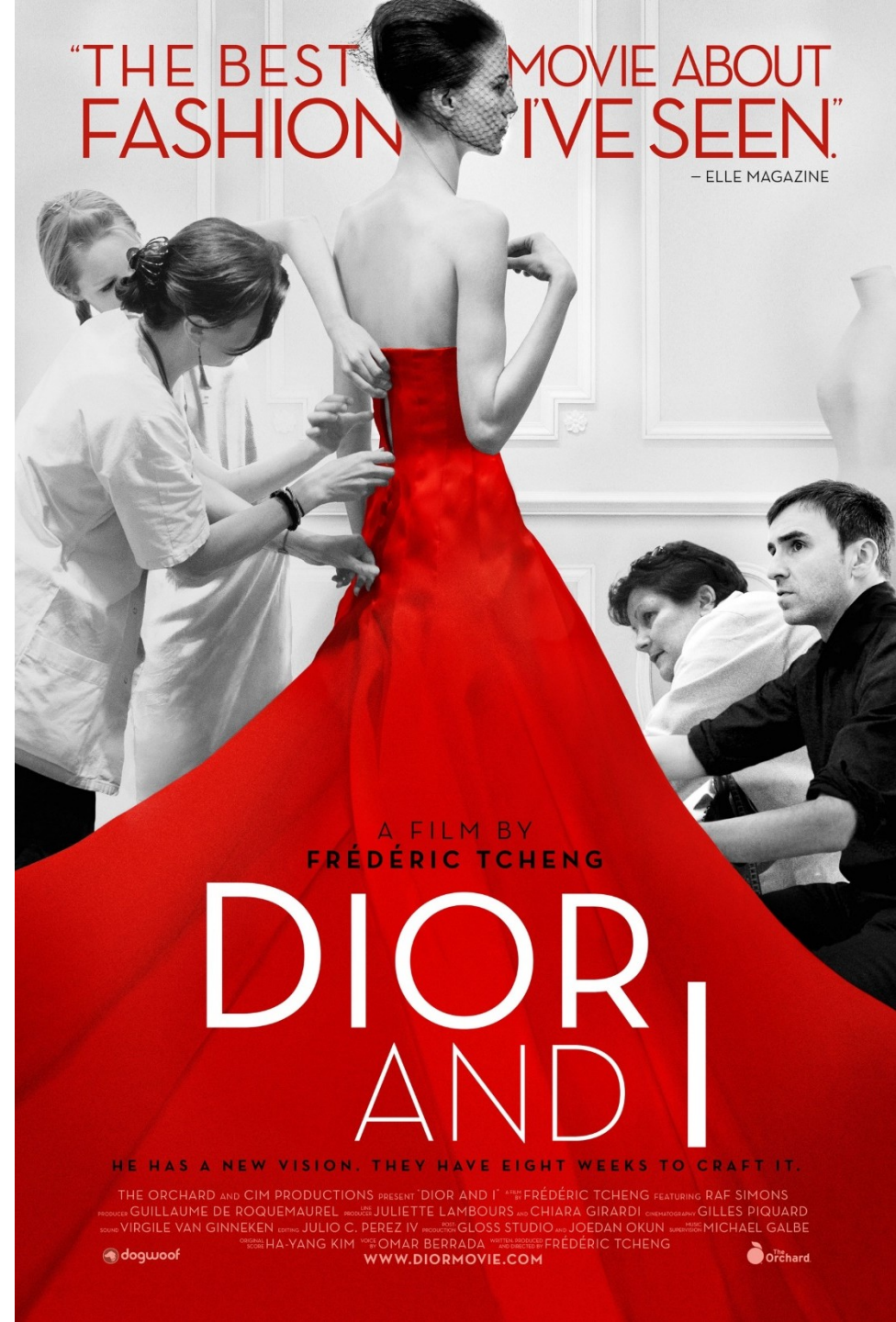
## *Dior a já* (2014)

r. Frédéric Tcheng

Dokument ze zákulisí příprav haute couture kolekce pro módní dům Dior, kterou poprvé navrhoval Raf Simons.

Ačkoliv měl film příznivé recenze, přece jen se objevily hlasy, které snímek charakterizovaly „jako elegantní příklad korporátního marketingu, maskovaný jako dokument.“

2 zápatí prezentace



“THE BEST  
FASHION  
MOVIE ABOUT  
I’VE SEEN.”

– ELLE MAGAZINE

A FILM BY  
FRÉDÉRIC TCHENG

# DIOR AND I

HE HAS A NEW VISION. THEY HAVE EIGHT WEEKS TO CRAFT IT.

THE ORCHARD AND CIM PRODUCTIONS PRESENT “DIOR AND I” A FILM BY FRÉDÉRIC TCHENG FEATURING RAF SIMONS  
PRODUCED BY GUILLAUME DE ROQUEMAÛREL AND JULIETTE LAMBOURS AND CHIARA GIRARDI CHERNOPOLOVA  
GILLES PIQUARD  
EDITED BY VIRGILE VAN GINNEKEN COSTUME DESIGNER JULIO C. PEREZ IV PRODUCTION DESIGNER GLOSS STUDIO AND JOEDAN OKUN  
EXECUTIVE PRODUCERS MICHAEL GALBE

dogwoof

WRITTEN AND DIRECTED BY FRÉDÉRIC TCHENG  
ORIGINAL SCORE BY HA-YANG KIM AND OMAR BERRADA

WWW.DIORMOVIE.COM

Orchard

# Otázky

1. Jaký typ (jaké typy) diváckých potěšení film svému publiku nabízí?
2. Zamyslete se nad strukturou filmu. Které prvky nás vedou k tomu, abychom *Dior a já* vnímali jako dokumentární film a které k tomu, abychom jej viděli hlavně jako „elegantní příklad korporátního marketingu“?
3. Je ona druhá charakteristika apriori špatně? Jaké další filmy tohoto typu znáte a které fungují na podobné bázi?

# MUNI ARTS

## L5\_Čtení

REES-ROBERTS, Nick. *Fashion Film. Art and Advertising in the Digital Age*. London and New York: Bloomsbury Visual arts, 2018, s. 17–74.



# COSPLAY

=> costume + (role)play

- Způsob hravého sebevyjádření v rámci specifické komunity
- Žánrová omezenost (sci-fi, fantasy, comics, horor)
- Volba a výroba kostýmu >> rozpoznatelná postava s jasně definovanými vnějšími znaky
- Performativní stránka – sehrání postavy, jejíž kostým cosplayer nosí
- Existence rasových a genderových stereotypů
- Cosplay postav a životního stylu románů Jane Austenové



# Cosplay

- "Cosplay je součást fanouškovské zpětné vazby, která příjemcům dovoluje vstoupit do textu a proměnit jej. V tomto aktu se ze čtenářů a recipientů stávají autoři."
- "rituál identifikace" – spojení cosplayera s fikční postavou prostřednictvím procedurální hry.
- Navazování těsnějšího a intimnějšího kontaktu s předobrazem + překonávání limitů vlastní identity
- Kořeny v karnevalových převlecích a dětských i počítačových hrách o vícero hráčích (x cosplay praxe vstupuje do ustavených příběhů se známým koncem + důraz na funkčnost a autenticitu kostýmů)

# Cosplay a autenticita

- Neexistuje žádná správná verze kostýmu, kterou mají cosplayeri napodobit (proměnlivost v čase, různá míra kulturního a symbolického kapitálu)
- Kostýmy pocházející přímo z původního díla nezaručují cosplayerovi autenticitu, fungují spíš v režimu sběratelských objektů (+ jejich koupě často dalece přesahuje finanční možnosti cosplayerů a naráží také na různorodost fyzických proporcí)
- Někteří cosplayeri se chtějí ke svým předobrazům přiblížit také fyzicky (cvičení a zdravý životní styl, plastické operace), častěji se užívá vycpávek všitých mezi vrstvy látky

## Fotografie jako re-enactment pózy nebo plná tematizace včetně pozadí





## Fotografie jako zdůraznění diskrepance mezi předobrazem a cosplayerem



# Výroba kostýmu

- Výroba a kompletace kostýmu reflektována i v rámci fikčních světů  
>> vizualizace procesu konstrukce superhrdinské identity
- Šití? Výroba? Konstrukce??
- Šití jako ženská aktivita, muži proto výrobu kostýmu často rámují jako “Výrobu” “Kutilství” nebo “Sochařinu”

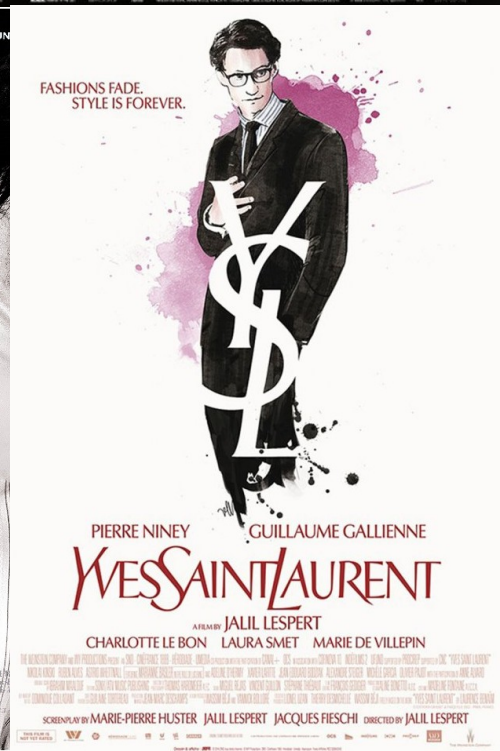
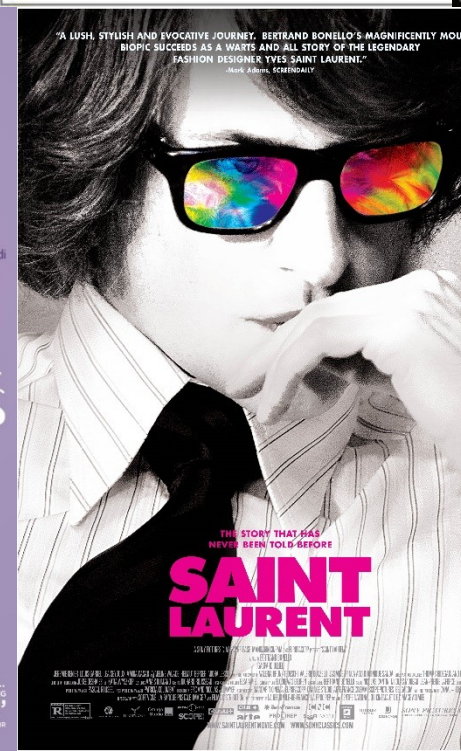
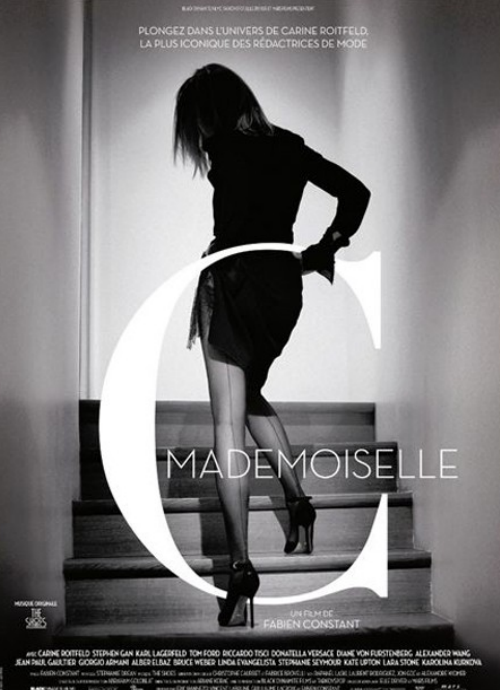
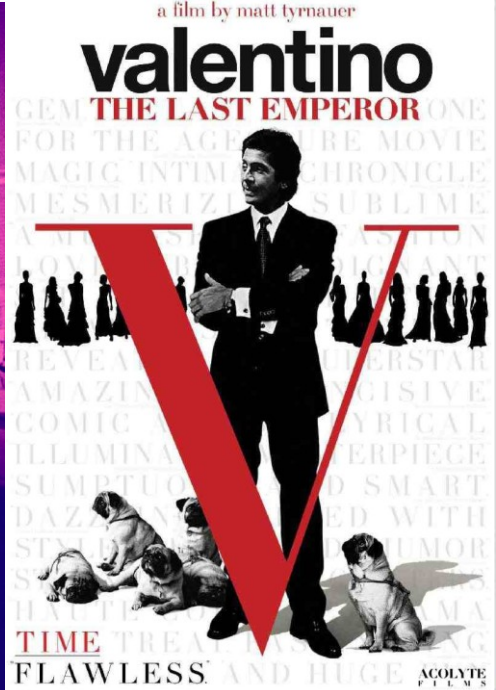


# Módní film (fashion film)

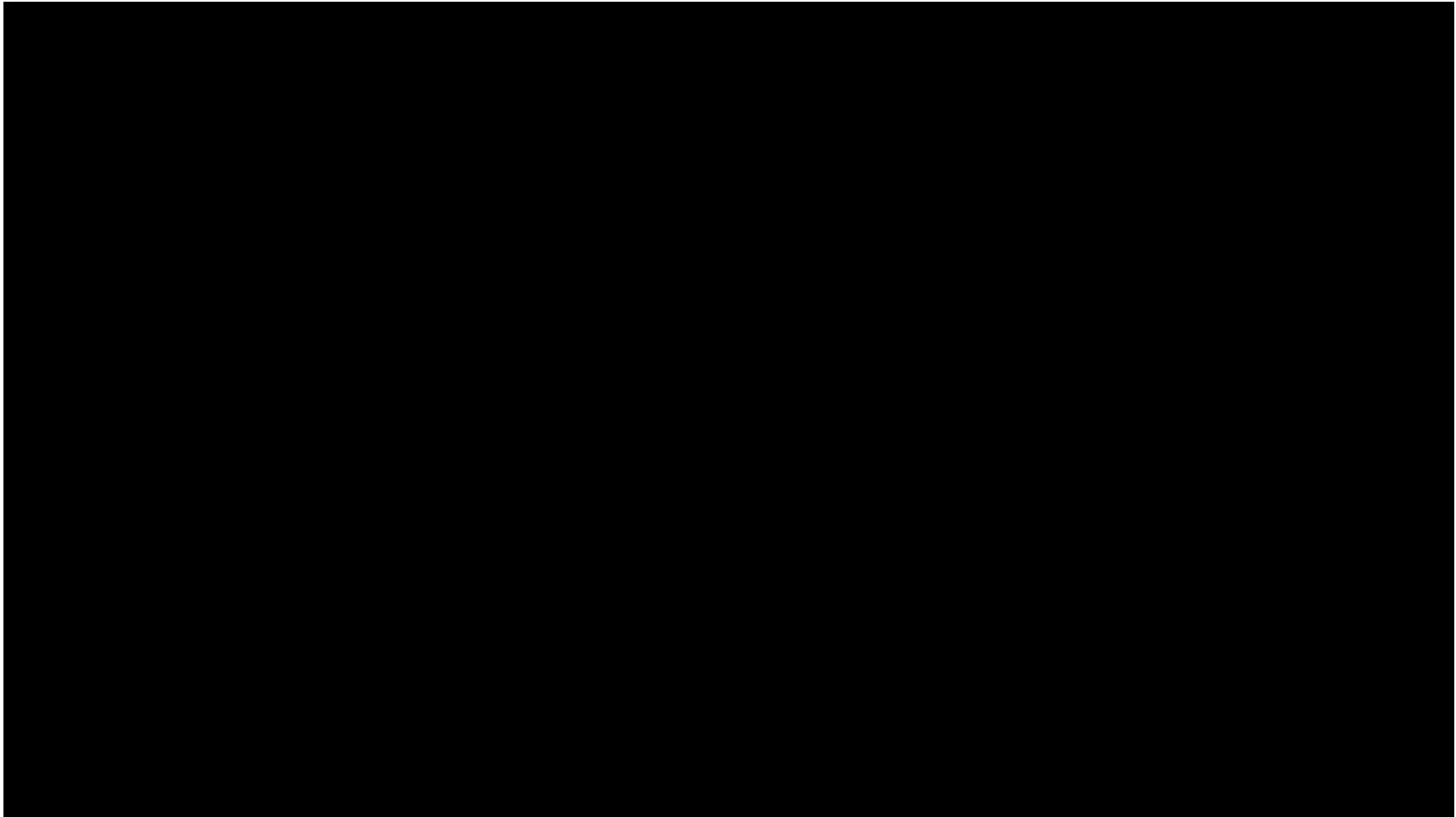
- “Módní průmysl tento digitální video obsah a brandovou zábavu tvoří za účelem propagace jednotlivých značek a módních domů. Módní filmy vnímá jako přirozenou součást kultury jako typ rychle šířitelného obsahu.”
- Různorodá skupina filmů co do modu produkce i způsobů diváckého oslovení. Jednotné formální konvence neexistují.
- Kvantitativní nárůst od roku 2000 (specializované festivaly).
- Výrazně personalizované – skrz námět, tvůrce nebo iniciaci projektu
- Nejasné hranice mezi filmem jako uměleckým vyjádřením a reklamou (komodifikované autorství)
- Zásadní spíš pro oblast módy než kinematografii...?

# ***Serpentine Dance* (Francie 1896, r. bři Lumiérové), Loie Fuller**





***The Artis is Absent,***  
**r. Alison Chernick, USA 2015**



# 1 - “Fashion docos”

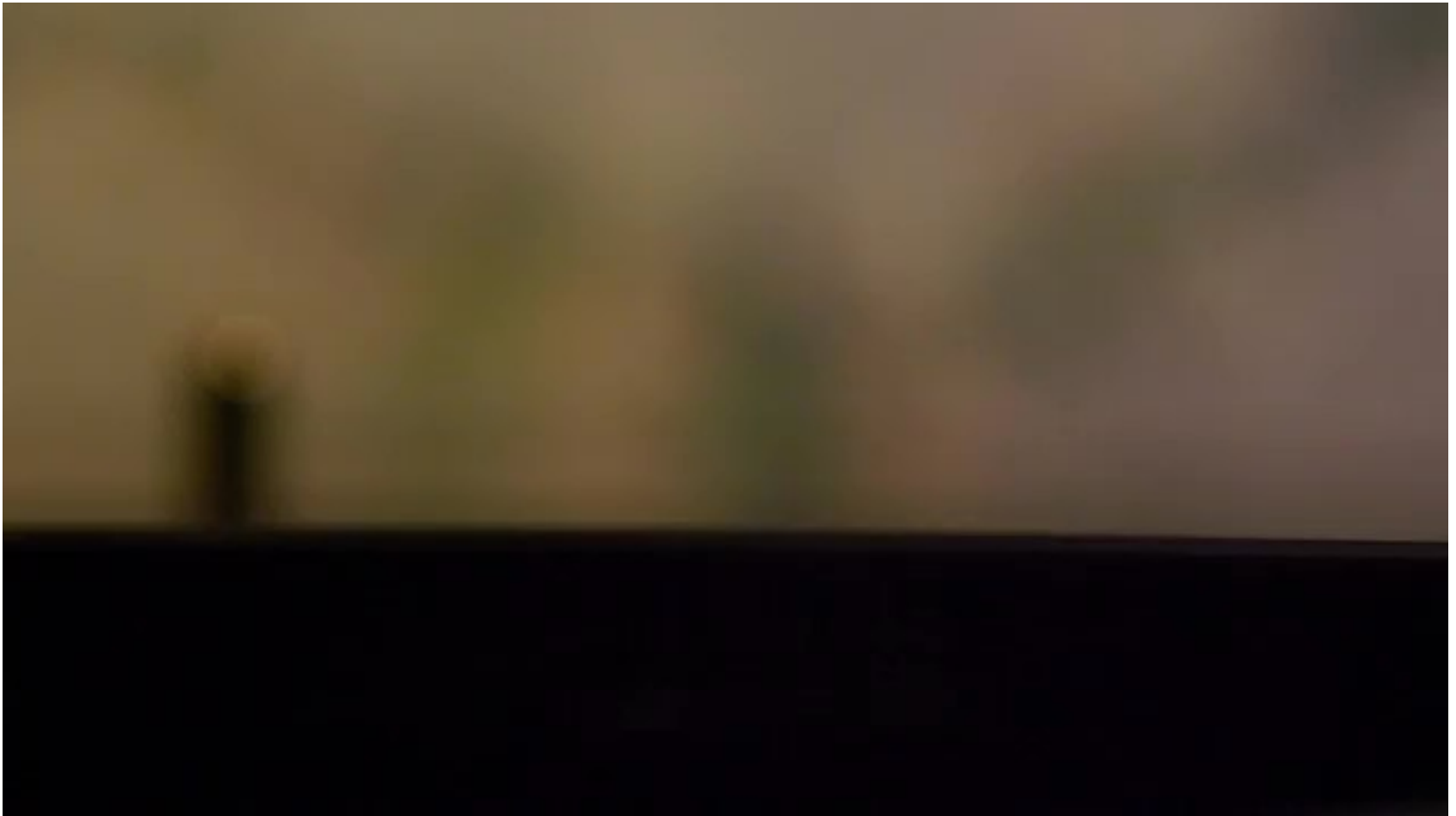
- Celovečerní filmy
- Kinodistribuce
- Portréty a životopisné filmy
- Adorující pohled a pojetí
- Různé formy a způsoby oslovení: *The Artist is Absent* (krátký profil Martina Margiely, anonymní biopic) nebo *The True Cost* (kritický pohled na zákulisí produkce tzv. rychlé módy)

# 2 - Režisérské filmy

- Krátkometrážní
- Filmový hybrid – teaser s titulky
- Často synergické spojení režiséra, hvězdy a konkrétní značky – Chanel + Joe Wright + Keira Knightley / Dior + Sofia Coppola + Natalie Portman
- *Cover Girl* – propagace aktuálního čísla časopisu Vogue a Leny Dunham.

# *Cover girl*

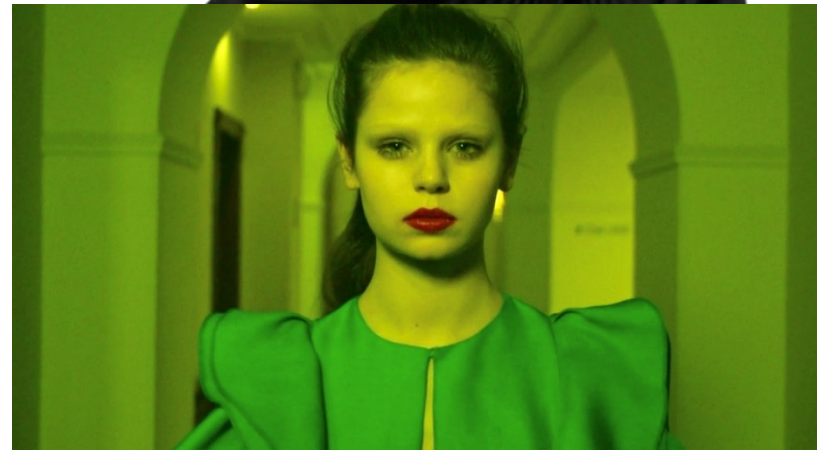
**USA 2014, r. Henry Joost a Ariel Schulman**





### 3 – Designové filmy

- Minoritní filmy
- Snaha najít nové cesty předvedení oděvů mimo rámec módní přehlídky
- Touha předvést jedinečný detail, konstrukci či chování zobrazených objektů
- Online magazíny jako SHOWstudio nebo Dazed Digital



***Gareth Pugh Autumn/Winter 2009***  
**(Velká Británie 2009, r. Ruth Hogben)**

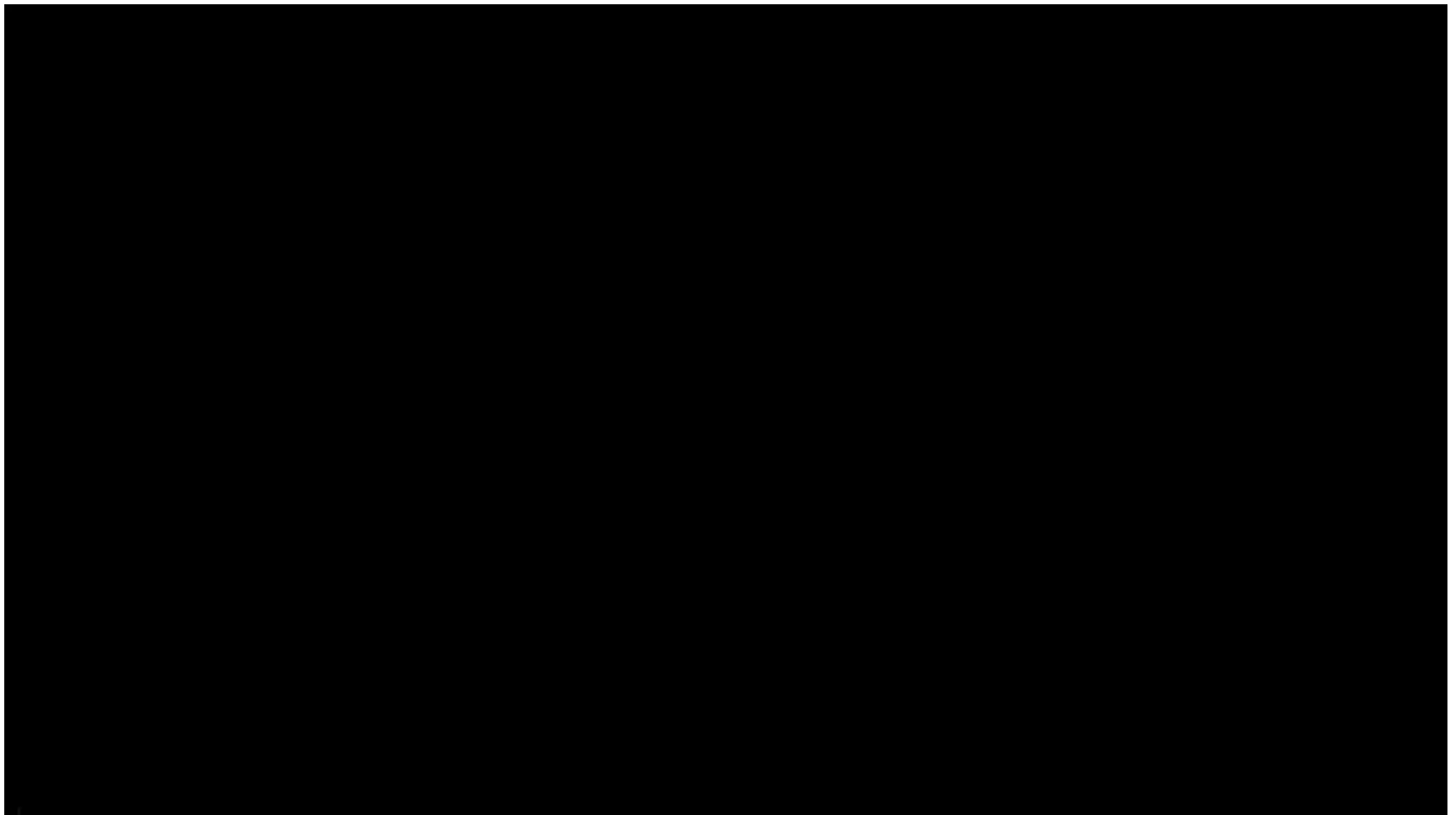
# MUNI ARTS

## 4 – umělecké módní filmy

- Zčásti se překrývá s režisérskými filmy
- Experimentální umělecké vize
- Módní domy získávají status mecenášských institucí (Miuccia Prada jako nová Peggy Guggenheim)
- Harmony Korine pro Proenza Schouler , Kenneth Anger pro Missoni
- Miu Miu – série krátkých filmů *Women's tales*



*Muta*  
r. Lucrecia Martel, Itálie, Argentina 2011



# MUNI ARTS

## Zrodila se hvězda USA 1937

**Kostýmy:** Omar Kiam

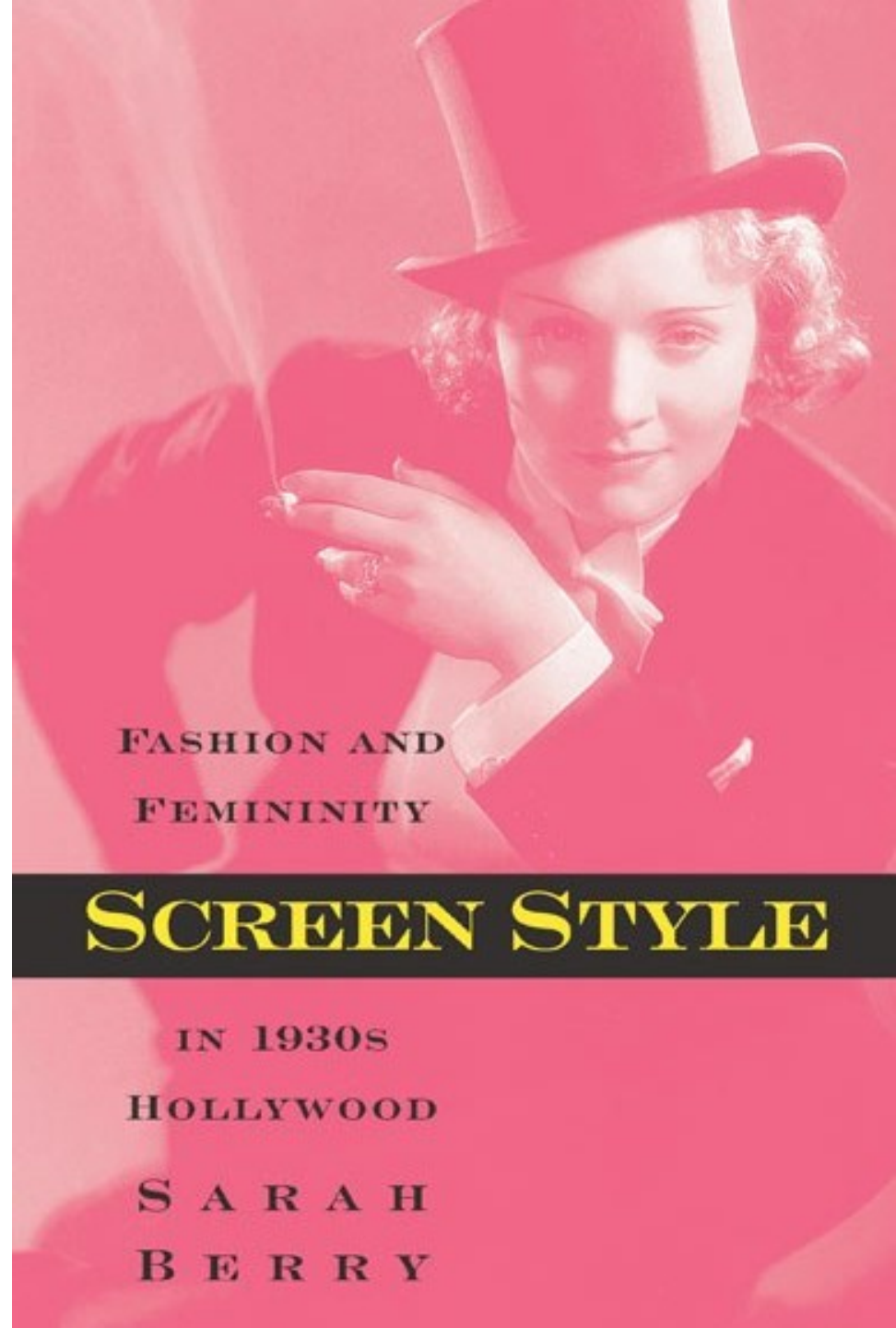
**Masky a vlasový styling:** Elizabeth Arden, Paul Stanhope a Edie Voight

**Výprava:** Lyle R. Wheeler a Sydney Moore



# MUNI ARTS

BERRY, Sarah. *Screen Styles. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press, s. 94–141.  
(kapitola „Hollywood Exoticism“)



# Makeup a masky

- Kontinuita příběhu / konstrukce postavy / glamour
  
- Typy líčení
  - 1) Straight = nenápadný – přirozený
  - 2) Korekční (dosažení preferovaného tvaru obličeje, nejrůznější úpravy (optické zkracování nosu, spadlá víčka atd).
  - 3) Character = spojený s postavou – důraz položený na výraznou transformaci postavy, horory, tělesné deformace, speciální efekty.
  
- Herci se zpočátku líčí sami, svým vlastním vybavením, postupně vzniká potřeba maskéra na place >> pravidelné korekce

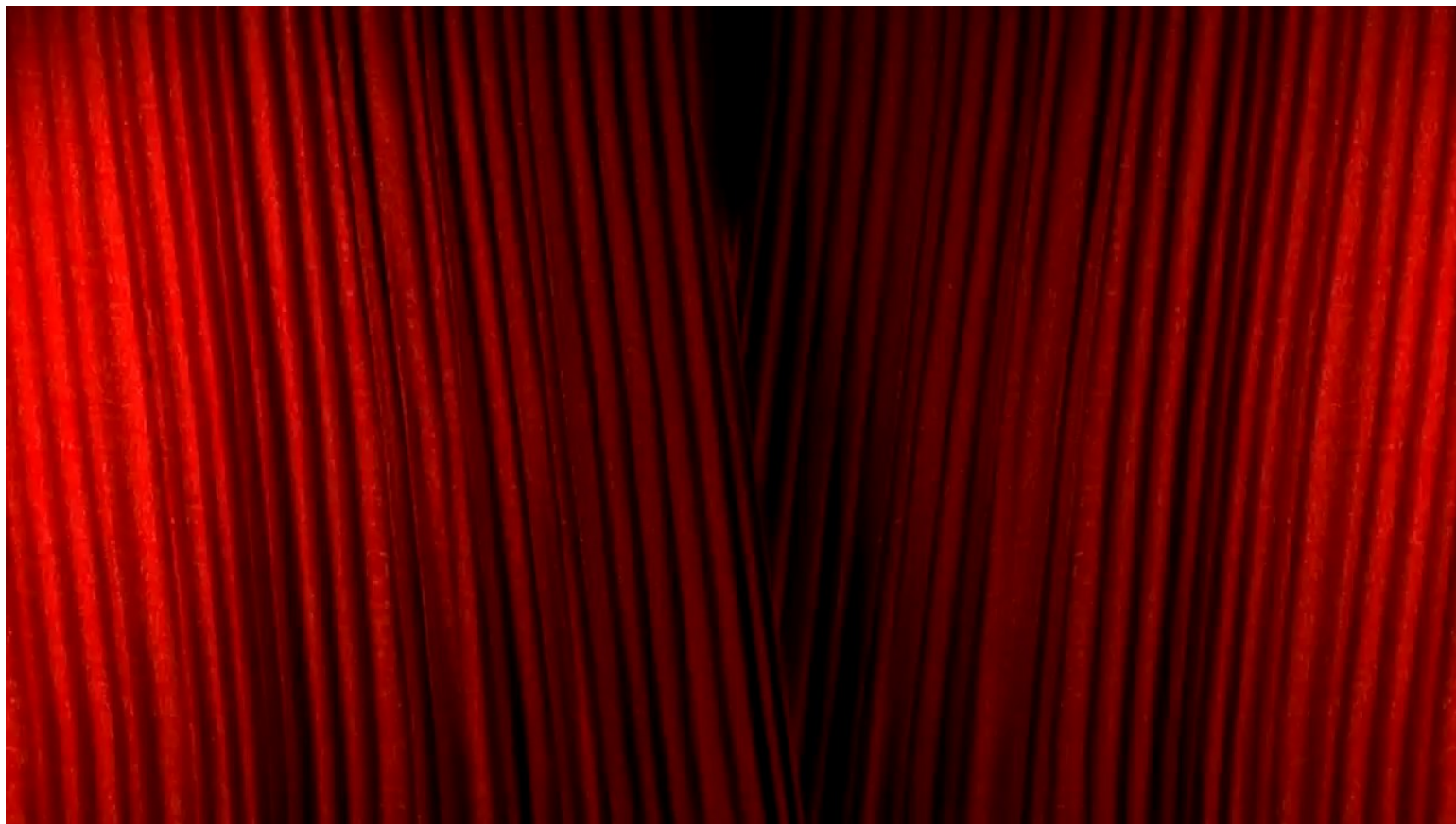
# Max Factor 1909–1938

- ❑ Rodák z Lodže (Rusko), původní jméno Maksymilian Faktorowicz; také vlásenkář, kadeřník a výrobce paruk
- ❑ velmi rozšířený a populární díky řadě technologických inovací
  - ❑ Supreme Greasepaint: makeup v tubě, v celkem 12 odstínech, později panchromatický makeup a Society Makeup
  - ❑ Marketingové strategie – školení herců i veřejnosti ve správném nanášení makeupu
  - ❑ Vlastní sídlo v srdci Hollywoodu s názvem Studio (ne “House“ nebo „Salon“)
  - ❑ Rodinná firma (synové Davis, Louis, Sidney a Frank)
  - ❑ Ceněný za spolupráci s hvězdami, ale i za rychlost a efektivitu, s níž pracoval





# Demonstrace líčení, tzv. Claudette Colbert look Max Factor a Pluma Noison (stand in herečka)



# Westmorovi

- Oproti Maxu Factorovi nelíčí sboristky a kompars, ale hlavní role (nejen dámy, ale i pány: Rodolpho Valentino a Paul Muni)
- První generace
  - George Westmore
- Druhá generace
  - Montague (Monty), Percival (Perc, Warner Bros.), Ernest (Ern, RKO), Walter (Wally, Paramount), George Hamilton (Bud, Universal), Frank a Patricia
- Třetí generace
  - Montague Jr, Michael
- Zkraje 30. let si založili vlastní, bohužel neúspěšnou značku kosmetiky House of Westmore
- Velmi viditelné veřejné figury a propagátoři správného líčení (obočí) a zdravého životního stylu



# Nástup Technicoloru

- Nová výzva pro maskéry: jaké charakteristiky musí mít krásný obličej v barvě?
  - Přírozenost X Křiklavost (Barva jako znak „Odlišnosti“ – etnické, genderové, kulturní)
- O exkluzivitu bojují tři firmy: **Max Factor** s **PanCake**, Westomorovi a Elizabeth Arden se Screen and Stage MakeUp
- Produkt Elizabeth Arden je problematický, protože vyžadoval několik vrstev a složitou aplikaci



# „Powder Puff Wars“

- PanCake nabízí preferovanější řešení, protože má snazší aplikaci a pochází od Maxe Factora, kterého studia vnímají jako hollywoodskou instituci
  - masová výroba, kontroly kvality, výzkumná laboratoř >> jakmile se objevila inovace ve zasněžovacím systému nebo kameře, studia se obracela na tuto firmu, která stála NAD jednotlivými studii).
- Kromě technologických a marketingových výhod má PanCake také výhodu větší dostupnosti >> Elizabeth Arden si buduje auru exkluzivity
- Nástup Technicoloru přináší ideál exotické krásy, který souzní s výraznými barvami preferovanými tímto systémem (do roku 1936, tzv.demonstrativní mód)
  - X marketingový tah, Max Factor nenabízí tolik odstínů.
  - Color Harmony makeup zahrnoval čtyři typy dle barvy vlasů, s nejtemnějším odstínem “olivové” barvy

# MUNI ARTS

## Úsvit planety opic USA 2014

**Kostýmy:** Melissa Bruning

**Masky:** Lisa Love (maskérka), Anji Bemben (kadeřník) a tým pracovníků speciálních efektů

**Výprava:** James Cinlun a Naaman Marshall



Oblíbený námět o střetech mezi lidstvem a vyvinutými primáty má má dlouhou tradici v inovaci maskérského oboru.

Verze z roku 2014 ukazuje možnosti těsného propojení tří oblastí: herectví, masek a speciálních efektů.

Jaký efekt má takový přístup na konstrukci hlavní postavy Césara (ve smyslu herectví a/vs masky)? Jak takové rozhodnutí ovlivňuje další možnosti konstrukce fikčního světa?

#### Makeup Department

Anji Bemben	... hair department head
Debra Dietrich	... key hair stylist: San Francisco
Sherri B. Hamilton	... assistant hair stylist: second unit (as Sherri Hamilton)
Stacey Herbert	... key makeup artist: second unit
Emma Jacobs	... makeup artist: second unit
Dee Leveque	... assistant hair stylist: second unit
Lisa Love	... makeup department head
Yolanda Mercadel	... key hair stylist: second unit
Fleur Morell	... first assistant makeup artist
Michael Nickiforek	... animal effects fabrication
Frida Norrman	... special make up effects shop technician
Gina Sherritt	... hair stylist: Vancouver
Donna Spahn	... first assistant hair stylist (as Donna Spahn Jones)
Vicki Syskakis	... special makeup effects artist
Emily Tatum	... makeup artist: second unit
Bill Terezakis	... special makeup effects designer
Jenny-King Turko	... key makeup artist: San Francisco
Fay von Schroeder	... first assistant makeup artist: Vancouver
Vince Yoshida	... special makeup effects artist
Jill Bailey	... makeup artist (uncredited)
Nikki I Brown	... makeup artist (uncredited)
Deborah La Mia Denaver	... key makeup artist: additional photography (uncredited)
Marcos Gonzales	... additional hair stylist (uncredited)
Jennifer Hodges	... additional hair stylist (uncredited)
Daniel Jouet	... makeup artist (uncredited)
Miia Kovero	... key hair stylist: additional photography (uncredited)
Erica Kyker	... makeup artist (uncredited)
Annabelle MacNeal	... makeup artist (uncredited)
Caitlin Murphy Miles	... makeup artist (uncredited)
Donita Miller	... hair stylist (uncredited)
Lucy O'Reilly	... makeup artist (uncredited)
LeDiedra Richard-Baldwin	... makeup artist (uncredited)
Jami Ross	... makeup artist (uncredited)
Tegan Taylor	... key makeup artist: additional photography (uncredited)

# *Planeta opic (2001) vs Úsvit planety opic (2014)*

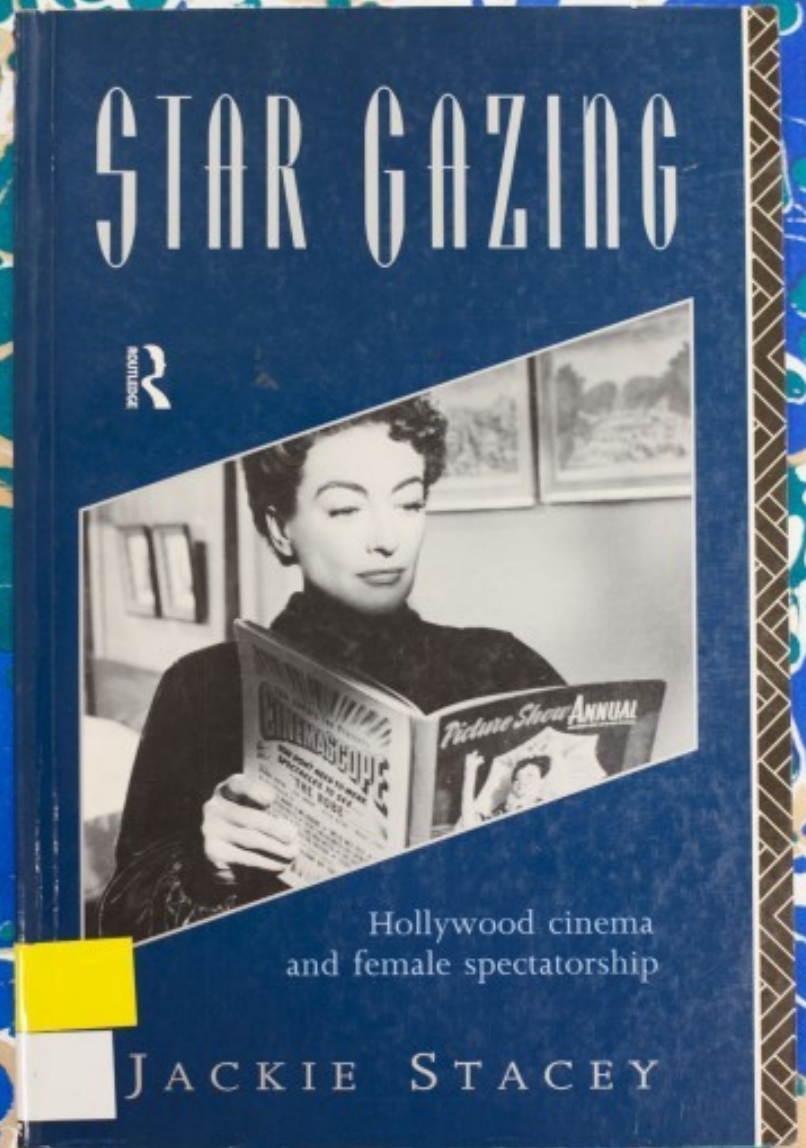
- Verze Tima Burtona z roku 2001 představuje maximum možného ve smyslu provázání masky s tvářemi a těly hereckých představitelů (protézy, paruky, obličejové konstrukce), bez digitální postprodukce
- Nutí herce k posílení některých výrazových prostředků na úkor jiných (zakrytý obličej X hlas a výrazné pohyby)
- <https://www.youtube.com/watch?v=FrG35ULtOI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=zOFZ7hH8o3Q&t=492s>



# MUNI ARTS

STACEY, Jackie. Feminine Fascinations. Forms of identification in star-audience relations. In: Christine Gledhill (ed.): *Stardom. Industry of Desire*. London: Routledge, 2001, s. 145–168.

Pozor! Vložený text je staršího data a z jiné publikace než je ta na obrázku (kapitola otištěná na základě probíhajícího výzkumu, z něhož poté vzešla monografie.





# Klasický Hollywoodský Systém

- Majors studia organizovaná na principu **vertikální integrace** – maximální kontrola celého filmového životního cyklu – od námětu přes casting a natáčení až po distribuci a uvádění (vlastní síť kin)
- **Vertikální integrace funguje také na bázi šatů a kosmetiky** – jednotlivé “screen styles” propagované v návaznosti na konkrétní film i hvězdu
- “Filmový makeup je s filmovou hvězdou ztotožněný natolik silně, že celý moderní kosmetický průmysl je založený na jménech Max Factor a Elizabeth Arden, maskéři hollywoodských hvězd.” (Edgar Morin, 1957).
- Ester Blogget/Vicky Lester je vynikající vzor, protože tady sledujeme proměnu obyčejné dívky v neobyčejnou hvězdu. (Hvězdný paradox, proto se systému dařilo i v době ekonomické krize)

•

# Glamour (Stepen Gundle, 2008)

- Umí pozvednout věci, osoby a místa, primárně ženská charakteristika (pojí se s ženami, které nemají přístup k moci nebo jejím strukturám, ale na ekonomické bázi jsou vlivné, viditelné a důležité)
- Okamžitě rozeznatelný >> výrazný vizuální efekt, exces
- Příslib dostupnosti a zároveň aura exkluzivity jako únik od každodennosti a průměru
- Okázalý X střídmosti a skromnosti
- krása jako forma fyzického kapitálu a prostředek sociální mobility
- Pohyblivost a distance
- Performativní aspekt



MUNI  
ARTS

# Jackie Stacey: *Star gazing* (1994)

- Vymezování se jak vůči dominantnímu pojetí konzumpce, chápané v binárních kategoriích (aktivní top-down, pasivní recepce bottom-up), tak vůči převládajícím feministickým paradigmatům
- Do počátku 80. let diváctví jako proces diferencované pouze na bázi genderu
- Aktivní (mužské) vs pasivní (ženské) diváctví
- Bytí-pro-pohled (to-be-looked-at-ness)



# Historická a geografická situovanost recepce

- Recepce hvězdných obrazů (stylů) je geograficky a historicky podmíněná
- Recipientky vstupují do hvězdných stylů formou tzv. “poaching” (napichování); jednotlivé styly nejsou pouze pasivně kopírované, ale vždy je z nich selektováno a jednotlivé prvky jsou adaptovány a transformovány na míru konkrétním potřebám
- Respondentky vzpomínají na dobu dospívání – Hollywoodské hvězdy jako alternativní vzory pro učení se “ženské kulturní kompetenci” (jak se vhodně obléct pro různé příležitosti, jak správně vystupovat na veřejnosti, jak se česat a líčit)



# Rozpad studiového systému

- Úpadek jak profese kostýmního výtvarníka, tak maskéra (*Čelisti* z roku 1975 mají v titulcích uvedených 15 trikařů, ale žádného ze tří maskérů ani ze tří kostymérů)
- Herci se v řadě autorských projektů líčí sami a upravují nakoupené oděvy (souvisí s oblibou metodického herectví)
- Kostýmní výtvarníky a maskéry zajímá hlavně **postava na úkor hvězdných obrazů**
- Zneviditelnění profese: v rozporu s předchozím obdobím a s Hollywoodskou tendencí stavět se jako neviditelný, zakrýt působení všech profesí ve prospěch vytváření bežešvého světa. **V očích široké veřejnosti byli známí pouze maskéři a kostýmní výtvarníci, vždy v součinnosti s hvězdami** (ekonomické hledisko)

# Nové výzvy pro „character“ makeup

- Po roce 2000 výraznější zásah CGI do maskérské profese
- Motion Capture >> Performance Capture
- Kde leží hranice animace / zvláštních efektů / tradičního maskérského řemesla?
- **Digitální makeup**: termín, proti němuž se ohrazují jak animátoři („tradiční maska umrtvuje herecký výkon, mocap jej aktivizuje“), tak maskéři („spojit dohromady několik mocapových teček nemá nic společného s profesí maskéra“)

—

Firma zaměstnávající maskéry, kteří se specializují na tvorbu makeupu (ve smyslu emulze roztírané po tvářích a tělech herců), které dovedou maximalizovat efekt MoCapu.

Vývoj v souladu s tradicí, kdy v reakci na nové technologické postupy a inovace se musí maskéři přizpůsobovat kamerám a technice snímání.

- Home Services **MOCAP FX LAB** Contact Us

mocapfx@gmail.com

**MOCAP FX  
CUSTOM  
MAKEUP  
LAB**

Custom Facial Marker Paints  
Pro Services and Production  
Supplies For inquiries or orders:  
[MocapFx@gmail.com](mailto:MocapFx@gmail.com)  
1(310)829-9200 US

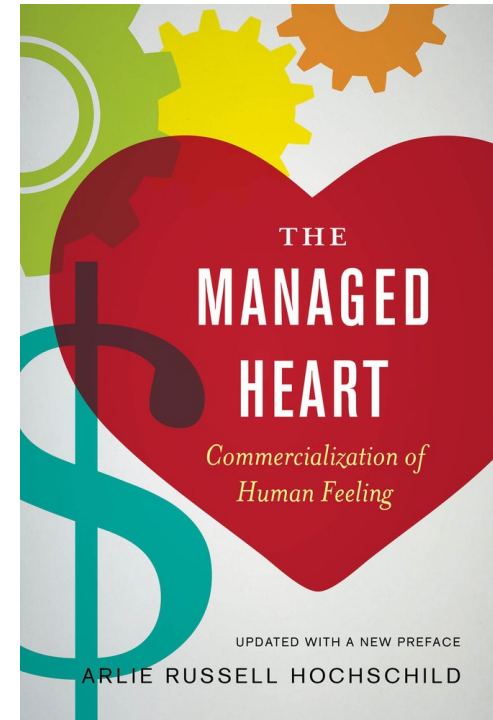
# Produkční kultura kostýmních výtvarníků

- Miranda J. Banks: Gender-Below-the-Line. Defining Feminist Production Studies
- Spadají do **below-the-line profesí** (technické či řemeslné, postupně se jednotlivci zlepšují díky rostoucí praxi, zkušenostem a výzvám; kameramané, střihači, scénografové, maskéři, kostýmní výtvarníci, pomocníci či asistenti. Mzda je standardizovaná podle sazebníku vyjednaném odbory, není individualizovaná).
- **X above the line profese** jsou ty spojené s kreativní činností, pojí se s nimi charakteristiky jako invenční, umělecké, fantazijní (případně manažerská); tvůrci symbolických významů v díle >> producenti režiséři, scenáristé a herci. Jejich mzda se individuálně vyjednává dílo od díla



# Kostýmní výtvarníci

- Profese genderovaná jako ženská (péče, cit pro detail, podřízení se vyšší vizi, neviditelnost, „jehla a nit“)
- Navzdory paradoxním momentům nediegetické viditelnosti hlavním úkolem kostýmu zůstává nevyčnít a podřídít se příběhu >> to samé platí i pro kostýmní výtvarníky
- Koncept **emocionální práce** (emotional labor) Arlie Hochschild
  - „Emocionální práce spočívá na vykonávání pečujících dovedností (empatie) a na schopnosti řídit a usměrňovat emoce, jak vlastní, tak i pocity ostatních. Jde o nezbytnou schopnost k výkonu povolání ve službách a pečovatelských zařízeních (zdravotnictví, sociální služby), tedy v odvětvích, kterým ženy dominují.“



# Kostýmní X Módní design

- Jiný pohled na napětí mezi těmito dvěma sférami
- Kompletace a úprava již existujících kostýmů X vytvoření jedinečné a unikátní tvůrčí vize
- Podřízení se potřebám fikčního světa X nadřazenost vlastní tvorby
- 
- „... [k]ostým souvisí s fikční postavou a móda se samotným oblečením. Kostým je vytvořený tak, aby byl nošený a snímaný ve dvojrozměrném světě, a působil tak, jakoby jej fikční postava skutečně mohla nosit. I když je vyrobený z látky, není to jen oblečení. Musí zprostředkovat informace o příběhu, a dát tvar a formu postavám. Oproti tomu móda je zboží, vyrobené za účelem, aby samo o sobě dovedlo zaujmout; móda existuje v trojrozměrném světě. ... Kostým je oblečení definující postavu, naopak móda bere postavu, aby lépe definovala oblečení.“

# MUNI ARTS

## L8 – Čtení

BELL, Melanie. *Movie Workers. The Women Who Made British Cinema.* Urbana, Chicago and Springfield: University of Illinois Press, 2021, s. 1–16, 145–167.

<https://learningonscreen.ac.uk/women-swork/>



# Kostýmní department – britský případ, 60. roky

- Dekáda přinášející **výrazné strukturní, organizační, technologické a společenské změny**
- Pokles návštěvnosti v kinech, silná konkurence televize, mezinárodní úspěchy (*James Bond*) a koprodukce >> audiovizuální průmysl jako **nestabilní pracovní prostředí**
- Profese kostýmní návrhářky/kostymérky začíná být v 50.letech viditelnější ve specializovaném tisku, často rámovaná jako „housewife of the studios“
- **Emocionální rozměr profese (komunikace s herci), na úkor fyzického**
- Různé podoby a potřeby profese: schopnost organizovat velké koprodukční natáčení (plánování v předstihu VS schopnost řešit problémy spontánně, šetření nákladů) >> **koncept kreativity jako vynalézavosti** (in L4\_NIELSEN, Elizabeth)

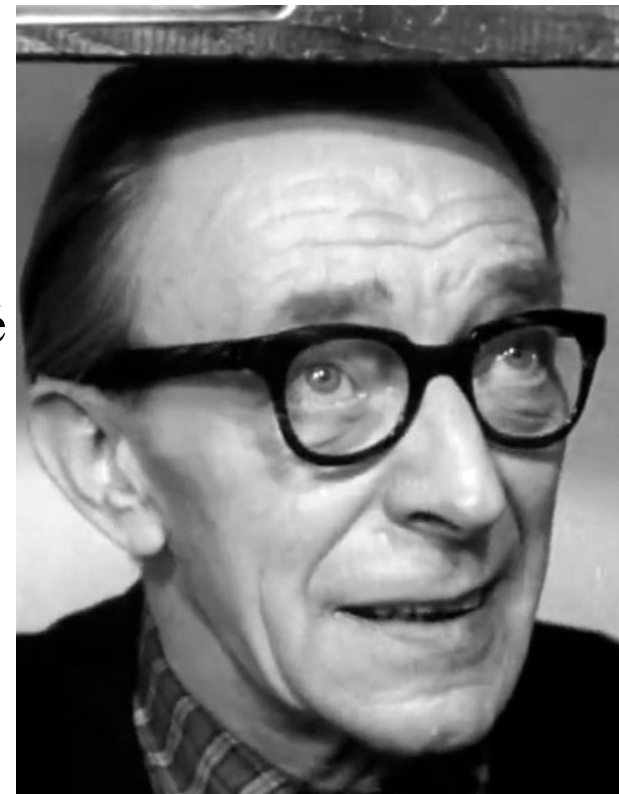
# Maskérský department – prosazování žen

- Tradičně maskulinní obor (muži jako holiči a vlásenkáři) X v současnosti ženy tvoří až 85% této profese
- Muži jako vedoucí departmentů, ženy jako asistentky a kadeřnice; tradičně silnější ve sféře komerční spotřební kosmetiky
- V britském prostředí malá, ale viditelná profese
- Do sebe uzavřený svět, který není připravený pojmout příliv nových pracovnic z televizního prostředí (pouze asistentské pozice)
- Několika osobnostem se díky rodinným vazbám a osobnímu nasazení povedlo prosadit a pracovat na významných filmových projektech (Connie Reeve, Linda de Vetta)



# Maskéři v české kinematografii

- Ani jedna z profesí není příliš reflektovaná v domácím specializovaném tisku
- Profese maskéra tradičně vnímaná jako mužská
- „Mezi jemnými pachy zde sídlí drsný muž, neochvějný bojovník za práva utlačovaných, za které však odjakživa počítá pouze sebe a svou kastu. Muž, který svým uměním a líčidly nahradí světlo a stín. Muž, v jehož ruce je moc podtrhnout nebo zničit ženskou krásu. Muž, který z mladíka dovede udělat starce, byť i jen vnějškově a na čas.“
- Gustav Hrdlička (1908–1969)
- Rodinná tradice, působil i v zahraničí (Rakousko, Itálie); po válce jedna z důležitých postav oboru



# Maskéři v poválečné zestátněné kinematografii

- Snaha vybudovat department na základě zahraniční praxe (SSSR, USA)
- V hierarchii výrobních složek patří mezi sedm nejvyšších štábových profesí
- Vydávají interní doporučení pro herce stran péče o pleť, kosmetických zásad a zdravého životního stylu
- Ve druhé polovině 50. a v průběhu 60.let se toto specializované know how dostává na veřejnost



# Dermacol

- 1966 – založení značky dekorativní kosmetiky Dermacol (Ústav lékařské kosmetiky + FSB)
- Uvnitř barrandovských struktur působí až do roku 1991
- Exportní produkty, značka spotřební kosmetiky
- Tvářící firmy Olga Knoblochová





MUNI  
ARTS

## *Síla psa*

Velká Británie / Kanada /  
Austrálie / Nový Zéland, 2021

Kostýmy: Kirsty Cameron

Masky a vlasový styling: Deirdre  
Cowley

Výprava: Grant Major

49 zápatí prezentace

BENEDICT CUMBERBATCH KIRSTEN DUNST  
JESSE PLEMONS KODI SMIT-MCPHEE

# THE POWER OF THE DOG

A FILM BY ACADEMY AWARD® WINNER  
JANE CAMPION

NETFLIX PRESENTS IN ASSOCIATION WITH THE NEW ZEALAND FILM COMMISSION CROSS CITY FILMS & BOC FILM A SEE-SAW FILMS & BAD GIRL CREEK PRODUCTION A MAX FILMS PRODUCTION IN ASSOCIATION WITH BRIGHTSTAR A FILM BY JANE CAMPION  
"THE POWER OF THE DOG" BENEDICT CUMBERBATCH KIRSTEN DUNST JESSE PLEMONS KODI SMIT-MCPHEE THOMASIN MCKENZIE GENEVIE LEMON WITH KEITH CARRAHINE AND FRANCES CONROY  
CASTING NIKKI BARRETT TINA CLEARLY ANDREW GOLD COSTUME DESIGNER JONNY GREENWOOD EXECUTIVE PRODUCERS KIRSTY CAMERON PRODUCED BY GRANT MAJOR WRITTEN BY PETER SCHEERBAS DIRECTED BY ABY WEINER EDITOR LIBBY SHARPE PRODUCTION DESIGNER CALICE SMITH  
EXECUTIVE PRODUCERS SIMON GILLES RICHIE BARRETT JOHN WOODWARD PRODUCED BY EMILIE SHERMAN IAN CANNING ROGER FRAPPET JANE CAMPION TANYA SEGHATCHIAN WRITTEN BY THOMAS SAURAGE DIRECTED BY JANE CAMPION

IN SELECT THEATERS NOVEMBER AND ON

NETFLIX | DECEMBER 1

MAX NETFLIX R

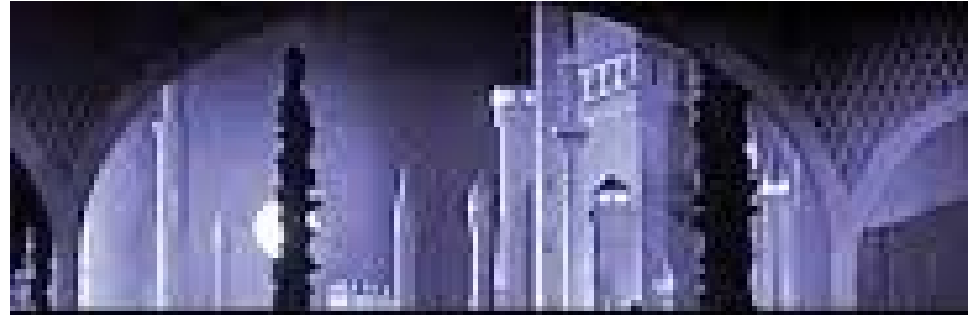
# Síla psa: Otázky

- Návrat Jane Campionové k režii s sebou přinesl také obnovenou spolupráci s Grantem Majorem, s nímž naposledy spolupracovala na filmu *Anděl u mého stolu* (1990). Výprava filmové adaptace románu Thomase Savage se původně měla natáčet v Montaně (USA), z důvodu nevyhovujících lokací se produkce nakonec přesunula na Nový Zéland.
- 1. Nejprve se pokuste rekonstruovat vládnoucí dynamiku mezi čtveřicí hlavních protagonistů. Jaké jsou jejich motivace, co skrývají, co je trápí?
- 2. Který prostor ve filmu nejlépe vystihuje jejich vzájemné vztahy, a jakým způsobem?
- 3. Podporuje styl filmu “výmluvnost” prostoru? Pomocí jakých prostředků a v jakých scénách tak činí?

# MUNI ARTS

## Čtení L10

PRINCE, Stephen (2015): Hollywood's Digital Backlot, 2000–Present. In: Lucy Fischer (ed.). Art direction an Production Design. New Brunswick: Rutgers, s. 139–156.



## ART DIRECTION & PRODUCTION DESIGN

Edited by Lucy Fischer



# Výprava

- Z dosud probíraných profesí je nejméně viditelná napříč dějinami kinematografie
- Nejasné pojmenování:
  - v Hollywoodském kontextu zprvu jako “technický režisér” nebo „návrhář interiérů“ k “art director”, čili umělecký režisér až k „production designer“, tj. šéf výpravy”
  - v Německu profese známá jako „architekt, v SSSR jako „umělecký malíř“, ve Francii jako „vedoucí architekt“
- Cílem je vytvořit místo (nebo alespoň představu o něm), ve kterém se odehrává příběh a které obývají fikční postavy. Toto místo může mít být vytvořené ve studiu nebo se příběh může odehrávat na existující autentické lokaci; ve většině případů jde o kombinaci obojího

# Profese jako syntéza dovedností

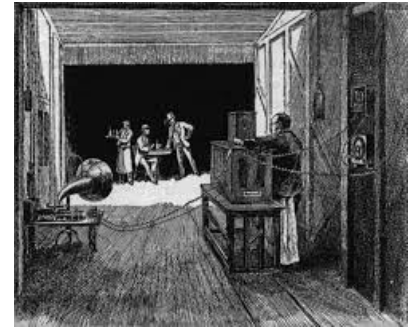
□ „[...] vedoucí výpravy je školený architekt, kreslič, zásobárna historických informací, specialista na audio a vizuální vlastnosti různých materiálů a nátěrů; inženýr a účetní v jednom.“

*Los Angeles Times* („Art Directors Show Films How to Save Money“)

- Původně architekti, malíři, sochaři, scénografové, bytoví návrháři
- Do procesu přípravy vstupují už v první přípravné fázi (script a shooting script)
- Vytvoření rozpočtu (=vědmí ceny surovin, materiálů, pohonných hmot a práce)
- Historické, sociální, topografické řešerše
- Koncepce
- Hledání lokací
- Vytvoření scén a interiérů, včetně jejich kompletního zařízení
- Storyboardy, skicy, modely

# Prvopočátky výpravy

- První americké studio tzv. Černá Marie (Black Mary)
- Standardní černé/bílé pozadí, postupně se dekorace barví na hnědou, později šedou a v průběhu 20.let experimenty s barevným nátěrem
- V průběhu nultých let 20. století se staví studia s prosklenými stěnami
- S přechodem na filmy o vícero kotoučích roste potřeba trojrozměrných dekorací
- Filmy D.W.Griffithe a vedoucího výpravy Waltera L. Halla (*Zrození národa* 1915, *Intolerance* 1916)



# Němé období – výpravná romantická dobrodružství a nástup zvuku

- William Cameron Menzies jako autor výpravy pro film *Zloděj z Bagdádu* (1924)
- ustavil základní postupy této profese: rozkreslení příběhu do jednotlivých scén, storyboardy, rozmístění techniky a herců.
- Secesní = orientální dekor
- Po nástupu zvuku drtivě převládají studiové filmy
- Exteriéry, stejně jako recyklace dekorací, jsou výsady B produkce, jako způsob šetření nákladů X v produkci majors studií tvoří výprava nejvýznamnější položku hned po honoráři pro scenáristu, režiséra a hlavní hvězdy



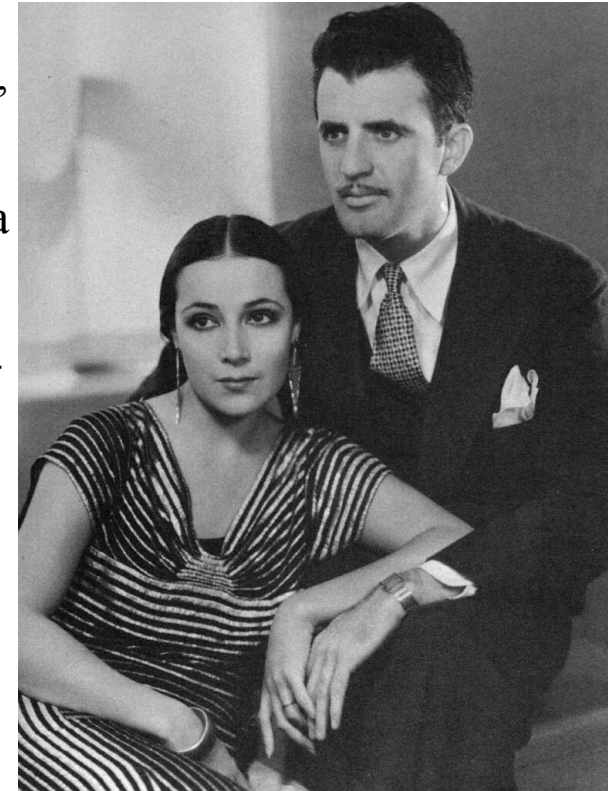
# Klasické období: 30.roky a první polovina 40. let

- Hodně standardizované, žánrové produkce, vázané na konkrétní hvězdné typy nebo produkční cykly X diverzita v různých profilech jednotlivých majors studií a jejich vedoucích výpravy.
- Studio ve svém materiálním, řemeslném rozměru, ne jako podnikatelská činnost (dřevo, konstrukce, obklady, štuky...)
- Citlivější surovina a ostřejší obraz umožňuje detailní práci se zadním plánem
- Exotické lokace a výpravné spektakly na ústupu, naopak preference současných žánrů typu komedií, gansterek, muzikálů – velmi moderní stylizace, které těžily z městských prostorů a jejich různých variant
- cílem je „support and enhance“ – podpořit příběh a esteticky povznést jednotlivá prostředí a dekorace



# Organizace práce uvnitř studií

- Vedoucí výpravy („Supervising art director“) dohlížel na celou fázi přípravy a realizace výpravy, tzn. schvaloval náskry, plány, technické rysy, modely a rozpočty a hlavně zadával konkrétní filmy jednotlivým scénografům („Unit art director“) >> výprava jako architektonické plánování a urbanismus
- **Cedric Gibbons** – vedoucí výpravy studia MGM v letech 1924 až 1956
- **Van Nest Polglase** – vedoucí výpravy studia RKO od roku 1933–1957.
- **Hans Dreier** – vedoucí výpravy studia Paramount 1923–1950
- **Anton Grot** – vedoucí výpravy studia Warner 1927–1948
- **Richard Day a Lyle Wheeler** – vedoucí výpravy studia Twentieth Century Fox (první v letech 1931–1946, druhý 1947–1962).



# Za války a po ní

- Za války vzestup **filmu noir** >> levný žánr X žádné prosvětlené, optimistické art deco; naopak špinavé ulice velkoměsta, zaměnitelné detektivní kanceláře a hotelové pokoje
- po válce příklon k exteriérům (zahraniční vlivy, rozvoj turismu, nástup televize, nové formáty)
- Po roce 1948 (Paramountský výnos) postupné vyvazování autorů výpravy ze studiových struktur (na volné noze, balíčkový systém)
- Vincente Minelli + Preston Ames + Irene Sharaff
- Práce na prestižních projektech pouze pro ty osobnosti, které v předchozím období vystoupali uvnitř studiových struktur a měli tudíž dostatek zkušeností pro realizaci těchto projektů (Ken Adam, Boris Leven).



# Obr

(1956, r. George Stevens, výprava Boris Leven)

- výprava umocňuje sociální a ekonomické tenze příběhu
- kombinace konkrétní topografie a kreativity
- Boris Leven rodák z Moskvy, studoval architekturu ve 30. letech. Roku 1948 se osamostatnil, častá spolupráce s Robertem Wisem (*West Side Story* a *Za zvuků hudby*).
- Na filmu *Obr* rozdělení kompetencí: režisér Stevens se soustředil na práci s herci (jejich řeč, vzezření a pohyb na scéně), Leven vytvořil fyzické a prostorové pozadí příběhu („sense of place“)
- Klíčovou lokací je ranč „Reata“: sídlo rodiny Benedictů, kde panuje dlouho potlačované napětí a spory
  - viktoriánský novogotický dům s horizontálními liniemi

