

*Články k tématu***FILM A NAHRÁVACÍ PRŮMYSL:
PŘÍPAD ULTRAPHONU¹⁾**

Petr Szczepanik

Na přelomu 20. a 30. let prošla nejmladší masová média své doby – gramofon, rozhlas a film – zásadní technickou, ekonomickou a kulturní transformací, jež je přivedla k těsnější spolupráci v rovině „hardwaru“ i „softwaru“. Gramofonový průmysl kolem roku 1926 přestal používat metodu akusticko-mechanického záznamu, při němž je zapisovací jehla rozechvívána membránou, na kterou přímo dopadají zvukové vlny. Nejprve se začal zvuk přijímat s pomocí mikrofonů, elektronkových zesilovačů a elektrodynamických zapisovacích hlav. Pak se postupně šířily i elektrické přehrávací přístroje, které rýhy na deskách snímaly elektrickými přenoskami, měnicími mechanické kmity v elektrické, a takto vzniklý signál zesilovaly rozhlasovým zesilovačem napojeným na reproduktory. Tato technologická změna znamenala přelomový mezník v kvalitě záznamu i reprodukce: rozšířila frekvenční a dynamické rozpětí, snížila šum a barevné zkreslení, při nahrávání se začalo pracovat s umístěním mikrofonů a mixází jednotlivých kanálů, což vše v důsledku umožnilo snímat větší orchestry, upravovat sílu zvuku a pracovat s akustikou prostoru. Jak na toto téma v roce 1940 napsal dirigent Václav Smetáček: „Zdá se nám dnes, pustíme-li si takovou [mechanicky nahranou] desku, že slyšíme starý rozladěný klavír bez resonanční desky“.²⁾ Nástup elektrického záznamu společně s přílivem kapitálu a růstem gramokoncernů proměnil celé odvětví v podobné mříže, v jaké zavedení zvuku proměnilo kinematografii.

Rozhlas, který nyní s gramofonem sdílel klíčové součástky, na přelomu 20. a 30. let opouštěl vývojovou fázi technické novinky a nástroje pro šíření vysoké kultury mezi malou skupinou nadšenců a postupně se stával masovým médiem pro všechny sociální vrstvy. Paralelně s gramofonem se „elektronizoval“ i film, když přístroje pro zvukové ateliéry a kina pro své potřeby adaptovaly základní prvky gramofonové a rozhlasové techniky. Obdobné metody překladu mechanických vln do elektrických signálů

-
- 1) Za cenné podněty při přípravě této studie děkuji Gabrielu Gösselovi, Ivanu Klimešovi a Wolfgangu Mühl-Benninghausovi; za zpřístupnění archivních pramenů děkuji pracovnícům a. s. Supraphon Music Heleně Bartíkové a Janě Tomáškové.
 - 2) Václav S m e t á č e k, *Hudba na gramofonových deskách*. In: Václav M i k o t a (ed.), *Hudba a národ*. Praha : Svaz českých knihkupeců a nakladatelů 1940, s. 147.

a jejich zesilování tedy našly uplatnění ve všech třech zvukových médiích. Podle Steva J. Wurtzlera tak elektrický zvuk zpochybnil tradiční koncepci média a jeho specifčnosti, protože rozhlas, gramofon i film začaly fungovat jako vzájemně propojené aplikace téhož „elektroakustického aparátu“. Elektricky zapisovaný, přenášený, zesilovaný a reprodukováný zvuk se tak stal společným technickým základem pro „synerгии“ klíčových masových médií té doby.

V ekonomické rovině tato synergie nebyla jednoduše výsledkem nových vynálezů a inovací, ale spíše mnohaletých aktivit elektrokonzernů, spojených do patentových kartelových sdružení, která usilovala o komerční exploataci patentových práv na co nejširším poli komerčních aplikací elektroakustiky. Pro tyto potřeby vznikaly nové multimediální korporace jako RCA v USA nebo Küchenmeisterova skupina v Evropě. Různé aplikace elektroakustiky neměly společné pouze tytéž patenty, vědecké principy a technické součástky, ale také nové ekonomické a kulturní vazby v rovině softwaru, které dostaly konkrétní podobu „synergetické akustické komodity“, v níž „jeden příběh, postava, píseň nebo jiný obsah mohly ke spotřebiteli putovat paralelně různými mediálními kanály a v různých formátech“.³⁾ Článek generálního ředitele Ufy, uveřejněný v nejdůležitějším českém časopise provozovatelů kin *Filmový kurýr*, shrnul novou situaci takto:

Dříve byl filmový průmysl úplně odkázán na sebe, kromě surového materiálu, jímž vázal se na jiná průmyslová odvětví. Za posledních tři léta stal se však více méně závislým na světových elektrokonzernech (Western Electric, Telephone and Telegraph, RCA, Siemens, AEG, Tobis), které nyní jako majitelé různých patentů kontrolují nejen výrobu, nýbrž i kinematografii [kina]. [...] Radio, gramofonový průmysl, hudební a divadelní nakladatelství získávají zvukovým filmem nové možnosti odbytu a zájmu. Šlágr ze zvukového filmu, který slyší v kinu miliony lidí, docílí v některých případech milionového rozmnožení na gramofonových deskách a v notách, jak nikdo dříve si ani nepředstavoval. [...] tato odvislost nejrůznějších průmyslových odvětví, která byla svou povahou nacionální, stává se podstatou filmu mezinárodní.⁴⁾

Hlavním předmětem této studie je nejúspěšnější „synergetická komodita“ migrující mezi gramofonem, rozhlasem a filmem – populární píseň neboli „šlágr“ – a v obecnější rovině lokální projevy globální koncentrace mediálního průmyslu 30. let.

Kolem roku 1929 začal český odborný tisk rozebírat tendence ke koncentraci a expanzi ve slaboproudém průmyslu na příkladu pronikání mezinárodních konzernů jako American Telephone & Telegraph, General Electric, Siemens či AEG na domácí trh. Na rozdíl od dobře známého principu kartelů, založených na dohodách nezávislých společností o horizontální monopolizaci trhu prostřednictvím různých omezení nabídky, regulací cen aj. restriktivních opatření, zasahovala koncentrace hlouběji do

3) Steve J. Wurtzler, *Electric Sounds: Technological Change And the Rise of Corporate Mass Media*. Columbia University Press 2007, s. 3.

4) L. Klitsch [Ludwig Klitsch], Zvukový průmysl je novým hospodářským faktorem. *Filmový kurýr* 5, 1931, č. 41 (9. 10.), s. 1.

struktury výroby a měnila její povahu. V Československu chyběli silní producenti slaboproudé techniky a držitelé důležitých patentů, a proto docházelo ke složitým aliancím místních společností se vzájemně si konkurujícími mezinárodními koncerny. Místní trh se stával bojištěm globálních konglomerátů a domácí ekonomové se začínali obávat přílišné závislosti na cizím kapitálu a monopolizace domácího trhu prostřednictvím patentů zahraničních společností.⁵⁾

V roce 1929 se také drasticky prohloubila pasivní bilance zahraničního obchodu ve filmovém i gramofonovém průmyslu. Do ČSR se začaly ve velkém dovážet zvukové kinoaparaty, jež byly chráněny zahraničními patenty a za jejichž nájem či prodej kina platila statisícové částky.⁶⁾ Cena monopolních práv na distribuci zahraničních zvukových filmů se v sezóně 1929–1930 pohybovala na trojnásobné výši oproti filmům němým (z průměrných 86 stoupla na 270 tis. Kč za jeden celovečerní titul).⁷⁾ Rovněž dovoz gramofonů a desek, jehož hodnoty se roku 1929 dostaly na maximum, dalece převyšoval domácí výrobu, a to do té míry, že statistiky Svazu průmyslu a obchodu gramofony v ČSR je používaly jako měřítko celkového obratu odvětví.⁸⁾ Neméně pasivní bilanci vykazovala patentní ochrana. Počet patentů přihlášených v ČSR trvale stoupal po celá 20. léta a roku 1930 dosáhl meziválečného vrcholu, přičemž na konci 20. let připadalo téměř 80 % patentních přihlášek na cizinu a z hlediska oborů byla na prvním místě elektrotechnika.⁹⁾ Není proto divu, že velkou část důležitých patentních sporů z oblasti filmového a elektrotechnického průmyslu, jež během 30. let proběhly v ČSR, lze vysvětlit jako projevy konkurenčního boje mezi elektrokoncerny, jež se snažily ovládnout domácí trh: americkými (AT&T, mateřská společnost Western Electric), německými (Siemens a AEG, mateřské společnosti Klangfilmu a Telefunken) a holandským Philipsem.¹⁰⁾

Podobně jako v oblasti radiotechniky a aparatur pro zvukový film, i gramofonové odvětví celosvětově ovládala hrstka mezinárodních koncernů, protože výroba byla – zvláště po zavedení elektrického záznamu a reprodukce – technologicky náročná, a tudíž

5) Srov. např. Josef K a š p a r, Boj mezinárodních skupin o československý obchod. I. T. & T. Co. – Telegrafia – Siemens. *Hospodářský rozhled* 2, 1929, č. 25 (27. 6.), s. 3–4; Mezinárodní koncentrace průmyslu. Na řadě je Československo. *Hospodářský rozhled* 2, 1929, č. 26 (4. 7.), s. 1; General Electric – Siemens. První krok k mezinárodnímu elektrotrustu. *Hospodářský rozhled* 3, 1929, č. 5 (8. 2.), s. 2.

6) Pavel S m u t n ý, Platební bilance roku 1929. *Československý statistický věstník* 11, 1930, č. 9–10 (prosinec), s. 615–617.

7) P. S m u t n ý, Platební bilance roku 1930. *Statistický obzor* 12, 1931, č. 5–6 (červen), s. 311.

8) K této skutečnosti srov. Statistická data dovozu gramofonů a jich součástí v letech 1920–1930. *Gramotechnika* 3, 1931, č. 7 (1. 7.), s. 3–4.

9) P. S m u t n ý, Platební bilance roku 1929, s. 617–618; *Historická statistická ročenka ČSSR*. Praha : SNTL 1985, s. 848.

10) V časopise *Hospodářský rozhled* vyšla roku 1932 série článků o monopolizačních snahách firem Telefunken a Philips v oblasti domácí výroby radiopřijímačů, časopis provozovatelů kin *Filmový kurýr* zase pravidelně informoval o patentních sporech souvisejících s expanzí zahraničních elektrokonzernů v oblasti aparatur pro zvuková kina a filmové ateliéry. O problematice přihlašování patentů a patentních sporů na příkladu výroby zvukových filmových aparatur pojednává historická studie Ivana Jakubce *Patentová problematika v meziválečném Československu. Rozpravy Národního technického muzea v Praze*, sv. 145. Praha : NTM 1997, s. 110–116.

závislá na silném kapitálovém zázemí a přístupu k patentům. Obdobná situace panovala i na domácím trhu s filmy a gramodeskami, kde drtivá většina uváděných titulů pocházela ze zahraničí. Na rozdíl od oblasti hardwaru se zde nicméně v průběhu 30. let čím dál více prosazovali i domácí výrobci, z nichž na předních místech figurovaly společnosti AB s Elektou ve filmovém a Ultraphon s Estou v nahrávacím průmyslu, zatímco rozhlasové vysílání bylo od počátku v rukou státem ovládaného Radiojournalu. V přítomné studii proto nezůstanu u konstatování o dominanci nadnárodních korporací, ale pokusím se odpovědět na otázku, jak lokální projevy zmíněné globální technicko-hospodářské změny proměňovaly domácí mediální prostředí zevnitř a jak interagovaly s místními ekonomickými a kulturními zájmy.

Nahrávací průmysl v ČSR na přelomu 20. a 30. let

Rozvoj gramofonového odvětví, jenž začal po první světové válce, se prudce zrychloval ke konci 20. let, kdy přední koncerny zaznamenávaly milionové zisky a růst cen akcií o stovky procent ročně, a celosvětově kulminoval roku 1929. Celková produkce desek se pro tento rok odhadovala na 60 mil. ks v Německu, 120 mil. ve Velké Británii a 150 mil. v USA.¹¹⁾ Dietrich Schulz-Köhn, německý znalec jazzu, ekonom a zaměstnanec firem Deutsche Grammophon a Telefunken, ve své disertaci tuto konjunkturu vysvětlil jako důsledek proměny trhu, technického pokroku a nástupu nové generace spotřebitelů s odlišným vkusem. Po válce vzrostla poptávka po lehké (především taneční) hudbě, protože lidé chtěli zapomenout na strádání a inflaci, posléze se zvýšila koupěschopnost a volný čas nižších společenských vrstev, zatímco elektroakustická technologie radikálně rozšířila možnosti zábavního průmyslu. Senzacechtivé publikum již nemělo dostatek sociální motivace, času ani prostoru (ve svých malých bytech) k výuce hry na hudební nástroje a místo toho upřednostňovalo rychlé a snadné atrakce v podobě stále nových „šlágrů“.

Po roce 1929 se také obrátil poměr mezi výrobou gramofonů a desek. Jestliže do té doby tvořily hlavní složku odvětví gramofony a ještě na konci 20. let byl např. v Německu poměr jejich výroby vzhledem k deskám 1:1, od roku 1930 se na obratu ve stále větší míře podílely desky, jejichž produkce v polovině 30. let dosáhla ve vztahu ke gramofonům trojnásobného objemu. Snižoval se především zájem o stolní a skříňové přístroje, zatímco stabilnější popularitě se i nadále těšily akustické kufříkové gramofony a především elektrické kombinované aparáty (tzv. gramoradia), které byly určeny k propojení s rozhlasovými reproduktory a zesilovači. Trh s přístroji, jež měly víceletou životnost, se již nasytil, konzumenti chtěli hlavně doplňovat desky, které se rychle opotřebovávaly. Prudký pokles poptávky tak gramofony změnil v pouhý přívažek obchodu s deskami, které byly původně jejich vedlejším produktem.

V průběhu krize odbytu, která gramofonový průmysl zasáhla po roce 1929 a prohlubovala se celou první půlí 30. let, se v Německu celkový obrat odvětví propadl až na 15 % hodnoty z doby konjunktury, v USA zase klesla produkce ze 150 mil. kusů desek

11) Dietrich Schulz-Köhn, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*. Berlin : Reeder 1940, s. 108, 126–127.

v r. 1929 na 10 mil. v r. 1934. Výrobní společnosti krachovaly, procházely sanacemi nebo vynucenými fúzemi a orientovaly se na levnější výrobky, jež se pak prodávaly často spíše v obchodních domech než ve specializovaných prodejnách. Schulz-Köhn krizi odvětví vysvětluje jednak celkovou ekonomickou depresí, jednak přílišným zvyšováním výroby, rizikovými investicemi a bujením koncernů do roku 1929, a nakonec pak zostřeným konkurenčním bojem, kterým koncerny reagovaly na pokles kupní síly konzumentů a jenž vedl k prudkému pádu cen. Odbyt se začal pomalu zvyšovat až od roku 1936, přičemž konzumenti se tehdy opět začali zajímat i o dražší desky a náročnější hudbu.¹²⁾

Podobně i v ČSR se poválečný růst obchodu zrychlil v druhé půli 20. let a vyvrcholil roku 1929. Časopis *Gramotechnika* tehdy prohlásil, že „ani průkopníci našeho oboru se nemohou upamatovat, že by kdy zažili takové obraty,¹³⁾ a konjunkturu ilustroval na příkladu počtu prodejců:

Na území Československé republiky, včetně Slovenska a Podkarpatské Rusi, existovalo před válkou as 150 obchodníků s gramofony. Dnes sama Praha čítá 165 legálních obchodníků. Sám náš svaz má téměř 1000 členů legálních obchodníků gramofony a celkem jest přibližně as 4000 obchodníků gramofony v RČS.¹⁴⁾

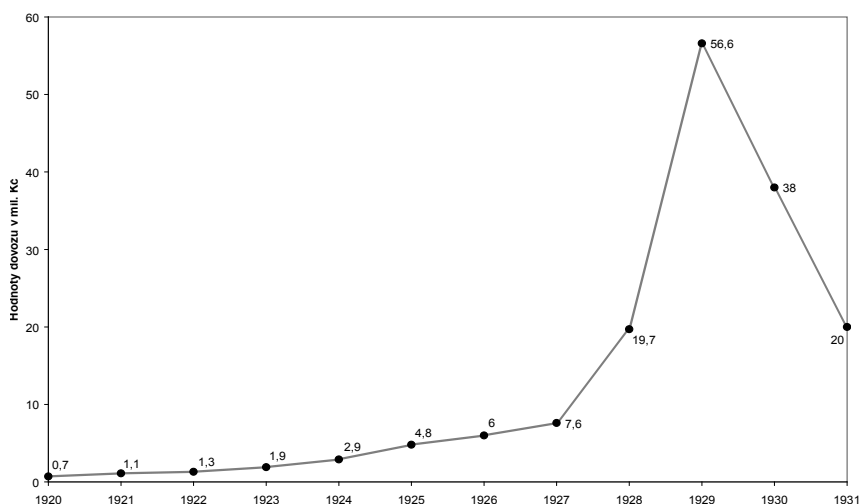
Po období boomu ovšem následoval relativně strmý pokles, který dozníval do poloviny 30. let, dokud počátkem druhé poloviny desetiletí nedošlo k opětovnému oživení a na počátku války dokonce k obnovenému prudkému růstu. Rozkvět na přelomu 30. a 40. let se již ovšem netýkal filiálek zahraničních koncernů, ale spíše domácích výroben Ultraphon a Esta (viz níže).

Dějiny gramofonového průmyslu jsou ve světě i u nás zmapovány nepoměrně hůře než film a rozhlas, ba dokonce zde chybějí i základní číselné údaje. Jeden z hlavních problémů spočívá v tom, že dobové statistiky nerozlišovaly gramofony a desky, často je navíc spojovaly s hudebními nástroji. Oborový časopis *Gramotechnika* (1929–1933) ve svých výročních přehledech používal jako měřítko vývoje na domácím trhu pro období do roku 1930 údaje o dovozu, protože naprostá většina desek a aparátů pocházela ze zahraničí, v 60–70 % z Německa (viz graf č. 1). Tato situace se ovšem změnila v roce 1931, kdy vláda poprvé zvýšila dovozní cla, zahraniční firmy již částečně přesouvaly výrobu do ČSR a výrazněji se začínali prosazovat domácí výrobci. Přesunem lisování do již existujících českých továren se totiž koncernům dařilo obcházet zvýšené celní poplatky, aniž by v ČSR museli zřizovat drahá nahrávací studia. Pro období od roku 1931 proto věrohodné statistické údaje o počtu desek na trhu chybějí.

12) K vývoji na světových trzích a zvláště v Německu srov. D. S c h u l z - K ö h n, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*, s. 95–145.

13) Emil S c h m e l k e s, Výzva ke všem obchodníkům. *Gramotechnika* 1, 1929, č. 1 (1. 11.), s. 7–8.

14) Z činnosti Svazu. *Gramotechnika* 1, 1929, č. 1 (1. 11.), s. 9. K obchodním výsledkům za rok 1929 srov. Gramofon ve světě čísel. *Gramotechnika* 2, 1930, č. 12 (1. 12.), s. 8–9.



Graf č. 1

Vývoj domácího gramofonového obchodu (přibližně vyjádřený objemem dovozu gramofonů, desek ad. součástek do ČSR)¹⁵⁾

Přibližné dobové odhady celkové domácí spotřeby desek udávají čísla 3 mil. kusů pro rok 1929, 2,5 mil. pro r. 1930, 2 mil. 1931, 1 mil. 1932 a 600–700 tis. 1933. Jestliže roku 1929 byly téměř všechny desky dováženy, o rok později měly z dovozu pocházet 2/3 a v r. 1932 se poměr obrací: 2/3 prodaných nahrávek byly údajně lisovány (ať již z domácích nebo z dovezených matric) v pražských továrnách Esty a Ultraphonu a zahraničními koncerny v severočeském Střekově.¹⁶⁾ Výrobci museli dodržovat rychlé tempo obměny repertoáru, protože poptávka se orientovala na žhavé novinky a zboží velmi rychle zastarávalo. Analýza *Hospodářského přehledu* z konce roku 1933 odhadla, že ročně se v ČSR nahraje 1.000–1.200 gramofonových snímků (v pozdějších letech to bylo pravděpodobně ještě více).¹⁷⁾ Podle jiné analýzy z roku 1932 se např. jedné nahrávky Ultraphonu na domácím trhu prodalo průměrně 700–1.200 kopií v ceně 20–25 Kč za kus, přičemž náklady na nahrání činily asi 2–3 tis. Kč, k nimž ovšem bylo třeba připočíst mj. lisování, autorské poplatky 7 %, nezbytnou reklamu a obchodnický rabat 33 %. U výjimečných hitů, podpořených masivní reklamou, se prodej mohl vyšplhat až na desetitisíce, jako v pověstném případě písně „Cikánka“ od

15) Údaje pro roky 1920–1930 viz in: Statistická data dovozu gramofonů a jich součástek v letech 1920–1930, s. 3–4. Číslo za rok 1931 viz in: Cenová diktatura světových gramofonových koncernů. Snahy o osamostatnění tuzemské výroby desek. *Hospodářský rozhled* 5, 1932, č. 13 (31. 3.), s. 5; číslo za rok 1932 in: Rozčarování z dosažené autarkie. *Hospodářský rozhled* 6, 1933, č. 44 (1. 11.), s. 6.

16) Tato čísla jsou uvedena in: Gramofonová dovozní statistika. *Filmový kurýr* 5, 1931, č. 46 (13. 11.), s. 5; Nacionalisace gramofonového průmyslu. *Hospodářský rozhled* 5, 1932, č. 15 (14. 4.), s. 2; Gramofoniana. *Revue Ultraphonu* 1, 1932, č. 1 (prosinec), s. 11; Rozčarování z dosažené autarkie, s. 6.

17) Rozčarování z dosažené autarkie, s. 6.

Karla Vacka, které se na různých nahrávkách prodalo rekordních 100 tis. kusů (z toho 65 tis. na etiketách Ultraphonu).¹⁸⁾

Na domácím gramofonovém trhu si ve 20. letech sice konkurovaly desítky zahraničních značek, ale pokud se zaměříme jen na ty ekonomicky nejvýznamnější, zjistíme, že zde dominovaly filiálky dvou mezinárodních koncernů, které své desky (včetně českých titulů) nahrávaly a z velké části i lisovaly v zahraničí. Angloamerická společnost The Gramophone Co. (Czechosl.) Ltd. uváděla na čs. trh především značku His Master's Voice (HMV), zatímco německý koncern C. Lindström AG dovážel desky s etiketami Homocord, Odeon a Parlophon.

The Gramophone Co. vlastnila největší českou lisovnu ve Střekově u Ústí nad Labem, která v konjunktuře kolem r. 1928 vyráběla asi milion desek ročně, na počátku 30. let pak kolem půl milionu, z toho polovinu pro domácí trh a zbytek na export.¹⁹⁾ Na etiketě HMV již od roku 1929 vycházel početný repertoár filmové hudby, v němž převládaly skladby z amerických a německých hudebních filmů, ale menší část tvořily i české tituly (např. TONKA ŠIBENICE, MADLA Z CIHELNY, POSLEDNÍ BOHÉM, SRDCE ZA PÍSNÍČKU) nebo písně ze zahraničních filmů zpívané česky (ze ZPÍVÁJÍCÍHO BLOUDA Karlem Hašlerem nebo z filmu POD STŘECHAMI PAŘÍŽE Janem Mestekem).²⁰⁾ Českou nabídku HMV původně tvořili také někteří autoři a interpreti filmové hudby, kteří kolem roku 1932 přecházeli ke konkurenčnímu Ultraphonu a stali se jeho kmenovými tvůrci, např. Vlasta Burian a Jára Pospíšil.²¹⁾

Firmy patřící do berlínského koncernu švédského podnikatele Carla Lindströma na přelomu 20. a 30. let uváděly na český trh mj. desky značek Homocord, Odeon a Parlophon. Nejvýznamnější z nich byl tehdy Homocord,²²⁾ vyráběný společností Homophon-Company s. s. r. o., kterou Lindström vlastnil od roku 1925 a jejíž české výrobky se od r. 1923 lisovaly v továrně v Praze-Bubenči. Počátkem roku 1929 se generálním zástupcem Homocordu pro ČSR stal Emil Schmelkes, obchodník s rozhlasovými přístroji, gramofony a deskami, kterému se podařilo zvýšit odbyt prostřednictvím populárního českého repertoáru, včetně mnoha filmových skladeb z českých i zahraničních filmů. Například František Smolík pro něj nazpíval šlágry z filmů POD STŘECHAMI PAŘÍŽE a KAREL HAVLÍČEK BOROVSKÝ, Tino Muff z FIDLOVAČKY, MUŽ V OFFSIDU, AFÉRY PLUKOVNÍKA REDLA či TŘETÍ ROTY, Jára Kohout a Ferenc Futurista z MILÁČKA PLUKU. Roku 1930 byla zastaralá lisovna v Bubenči zrušena a po třech letech končí samotný Homocord.²³⁾

18) Nacionalisace gramofonového průmyslu, s. 2. K číslům o prodeji „Cikánky“ srov. Lubomír D o r ů ž - k a, Karel Vacek. Praha : Editio Supraphon 1979, s. 130.

19) Cenová diktatura světových gramofonových koncernů, s. 5.

20) Podrobnou populární historii gramofonových etiket a nahrávacích společností v ČSR do r. 1945 zpracoval Gabriel G ö s s e l v knihách *Fonogram. Praktický průvodce historií záznamu zvuku*. Praha : Radioservis 2001; *Fonogram 2. Výlety k počátkům historie záznamu zvuku*. Praha : Radioservis 2006. K české produkci HMV srov. též Jindřich M e s z n e r, *Dějepis zvukového záznamu. Studijní materiály. The Gramophone Company Ltd. 1. díl, 1895–1925*. Praha 1984 (strojopis v Knihovně kabinetu hudební historie, EÚ AVČR).

21) Celkový přehled českého repertoáru HMV srov. G. G ö s s e l, *Fonogram 2*, 411–425.

22) Dříve Homokord, resp. Homophone. K historii této značky viz G. G ö s s e l, *Fonogram 2*, s. 426–433.

23) Tamtéž, s. 433.

Filmová hudba vycházela ale i na dalších značkách Lindströмова koncernu, například Jindra Láznička nazpíval pro Parlophon šlágry z nejpopulárnějších amerických talkies, uváděných roku 1929 v českých kinech (LOŮ KOMEDIANTŮ, BÍLÉ STÍNY, ZPÍVAJÍCÍ BLOUD), Anny Ondráková pro stejnou značku nahrála česky i německy písničky z filmu ON A JEHO SESTRA, Odeon vydal skladby z filmů ZE SOBOTY NA NEDĚLI, MUŽI V OFFSIDU nebo melodie z německých hudebních komedií v podání orchestru Jaroslava Ježka.²⁴⁾ Třetí místo ve skupině mezinárodních koncernů působících na čs. trhu zaujímala Columbia Graphophone Co. Ltd., jejíž mateřská holdingová společnost získala r. 1926 majoritu v Lindströmově koncernu. Columbia, která vyráběla také gramofony a rozhlasové přijímače a měla pobočky po celém světě, koncem roku 1931 fúzovala s The Gramophone Co. Ltd., čímž vznikl největší koncern nahrávacího průmyslu té doby: EMI (Electrical & Musical Industries Ltd.) se sídlem v Londýně a 50 továrnami v 19 zemích, existující dodnes. Sloučené firmy si uchovaly své značky a programovou autonomii, ale jejich vzájemná konkurence byla od té doby „regulována shora“.²⁵⁾ V letech 1925–34 řídil zastoupení Columbie v ČSR velkoobchodník Josef Vrba, za jehož vedení filiálka vydávala mj. i nahrávky z českých zvukových filmů (KAREL HAVLÍČEK BOROVSÝ, ON A JEHO SESTRA, PSOHLAVCI, TO NEZNÁTE HADIMRŠKU), ale podle Gabriela Gössela v této oblasti nedosáhla většího úspěchu.²⁶⁾

První dvě české nahrávací společnosti vznikaly ve stejné době, kdy začínala výroba českých zvukových filmů, čili v letech 1929–1932. V polovině roku 1930 rozšířila akciová společnost Foresta, dosud obchodující se stavebním dřívím, svou činnost o výrobu gramodesek. Lisovnu a galvanoplastiku si zařídila v Praze Holešovicích, koncem roku inzerovala již i vlastní nahrávací studio. 5. září 1930 byl pro tento účel do obchodního rejstříku zapsán podnik „Esta, výroba a prodej gramofonových desek, společnost s r. o.“, s kmenovým kapitálem 200 tis. Kč, který zčásti vložila Obchodní banka, jež si i v budoucnu udržela hlavní vliv na vývoj společnosti a její různí zaměstnanci působili jako jednatelé Esty. V roce 1938 vstoupila do Esty akciová společnost Melantrich, která tak své hudební nakladatelství doplnila o nahrávací firmu. Jako programový šéf sestavoval repertoár zpočátku Rudolf Hájek z Foresty, roku 1935 jej po zrušení Homocordu nahradil dosavadní český zástupce této značky Emil Schmelkes, jenž roku 1939 musel z Esty odejít kvůli svému židovskému původu, a program pak až do znárodnění řídil skladatel Jan Seidel.

Esta od začátku lisovala z matric cizích značek, ale již v říjnu 1930 zahájila nahrávání vlastního českého repertoáru dvěma písněmi z filmu C. A K. POLNÍ MARŠÁLEK, podle reklamy uvedenými na trh v den premiéry, a to v české i německé verzi.²⁷⁾ V následujícím roce vydávala melodie z dalších raných českých zvukových filmů (KDYŽ STRUNY LKAJÍ, ON A JEHO SESTRA, ZE SOBOTY NA NEDĚLI, TO NEZNÁTE HADIMRŠKU), v letech 1932–1935 se objem filmové hudby v jejím repertoáru snížil, ale po roce 1936, kdy se z domácího

24) Podrobněji ke gamofonovým nahrávkám různých společností z raných zvukových filmů viz G. G ö s s e l, *Fonogram 2*, s. 128–140. Srov též G. G ö s s e l, *Fonogram*, s. 131.

25) D. S c h u l z - K ö h n, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*, s. 46–48, 64–65.

26) G. G ö s s e l, *Fonogram 2*, s. 367–373.

27) Viz J. M e s z n e r, *Přehled zvukového průmyslu. Studijní materiály*. Praha 1985 (strojopis v Knihovně kabinetu hudební historie, EÚ AVČR); srov. též G. G ö s s e l, *Fonogram 2*, s. 388–391.

trhu stáhla velká část značek zahraničních gramokoncernů, patřila Esta vedle Ultraphonu opět k nejaktivnějším výrobcům filmových nahrávek, přičemž v době války byla filmová nabídka obou značek velmi podobná.²⁸⁾

Zárodkem druhé české nahrávací firmy se již roku 1929 stala spol. s r. o. Ravitas, vydávající pod značkou Ultraphon nejen nahrávky mateřské společnosti Deutsche Ultraphon AG, ale téměř od počátku své existence z velké části také původní české nahrávky. Počátkem roku 1933 se Ravitas osamostatnil a přejmenoval na Ultraphon (podrobný výklad o této společnosti viz níže). V první polovině 30. let měly oba české podniky v mnohém podobné postavení: ekonomicky byly přibližně stejně silné (či slabé), stál za nimi český kapitál, oba zpočátku čelily koordinovanému tlaku zahraničních koncernů a jejich kartelové cenové politiky, zaměřovaly se na domácí repertoár a intenzivně spolupracovaly s respektovanými českými institucemi a organizacemi (Esta s Československou akademií věd a Československou obcí sokolskou, Ultraphon s Radiojournalem). Ačkoli ještě roku 1934, v době silné krize odbytu, Leopold Hájek neúspěšně jednal o sloučení Esty s Ultraphonem, již o dva roky později, kdy se naplno projevíly účinky ochranných devizových a celních opatření ústupem zahraničních výrobců, se z obou společností stali hlavní rivalové a Ultraphon dokonce zvažoval podání žaloby na Estu poté, co ta na čs. trh uvedla desky vylišované ze starších matric Deutsche Ultraphon.²⁹⁾ Ultraphon si na rozdíl od Esty, která volila strategii co nejlevnější výroby a nejnižších cen, vydobyl pověst vysoké kvality zvukového záznamu i repertoáru, ale minimálně za války měla výborné ekonomické výsledky i Esta, jejíž hlavní společník Melantrich roku 1941 navýšil kmenový kapitál z původních 200 tis. na 1 milion Kč (v téže době, kdy byl základní kapitál Ultraphonu zvýšen na 1,2 mil. Kč).³⁰⁾ Gramofonové společnosti působící na domácím trhu byly sdružené do Svazu průmyslu a obchodu gramofony,³¹⁾ jemuž předsedal Diego Fuchs, generální zástupce Lindströмова koncernu v ČSR a ředitel firmy Novitas, která distribuovala desky Parlophon. Podle Jana Valentiniho, obchodního ředitele Ultraphonu, se Fuchs snažil prostřednictvím časopisu *Gramotechnika*, který Svaz vydával jako svůj oficiální orgán (v české a německé jazykové mutaci), prosazovat zájmy Lindströmových značek. Svaz stanovil společnou cenovou politiku a kontroloval její plnění u výrobců, distributorů i maloobchodníků, přičemž změny cen se z části řídily rozhodnutími zahraničních koncernových centrál.³²⁾ Ravitas-Ultraphon – přestože již r. 1930 do Svazu vstoupil –

28) Toto stručné hodnocení filmového repertoáru Esty vychází z pracovní diskografie hudby z českých filmů, kterou mi laskavě zapůjčil Gabriel Gössel.

29) J. M e s z n e r, *Přehled zvukového průmyslu*, s. 209; Protokol ze schůze správní rady z 24. února 1936. Listinný archiv Supraphon Music, a. s. (dále jen „ASM“), k. 1, složka Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

30) Fragment archivu Esty z doby druhé světové války se zachoval in: ASM, k. 1.

31) „Svaz průmyslu a obchodu s gramofony, hudebními stroji a jich příslušenstvím pro RČS“ byl založen r. 1923, r. 1930 přejmenován na „Svaz průmyslu a obchodu gramofony, hudebními stroji i nástroji v RČS“, od r. 1933 „Říšský svaz průmyslu a obchodu gramofony, radiopřístroji a hudebními nástroji v ČSR“; zanikl 1939. Viz Marek L a š ť o v k a a kol., *Pražské spolky*. Praha : Scriptorium 1998, s. 153.

32) Srov. V pravý čas! *Gramotechnika* 3, 1931, č. 9 (1. 9.), s. 8. Srov. též Cenová diktatura světových gramofonových koncernů, s. 5.

se ale této politice nepodřizoval a ceny snižoval podle vlastních potřeb, a tak se mezi ním a ostatními členy počátkem 30. let rozpoutala cenová válka, která v letech 1930 až 1933 společně s poklesem poptávky postupně srazila ceny za 25 cm desky z 27 na 15 Kč za kus. Ještě důležitějším faktorem v konkurenčním boji ale pravděpodobně bylo zvyšování dovozních cel a devizová opatření, která nahrávala domácím výrobcům a nutila zahraniční koncerny přesouvat výrobu do ČSR.³³⁾ Od 30. září 1931 se celní poplatky uvalené na dovážené gramodesky zvedly ze 7,70 na 11,90 Kč za 1 kg (tj. za 1 desku 25 cm o 0,84 Kč více), mnohem výrazněji byla dovozní cla zvýšena 15. července 1933, a to z 11,90 na 42,50 Kč za 1 kg (tj. o 6 Kč za jednu desku 25 cm: celkem nyní tvořil poplatek za jeden kus 8,65 Kč). Třebaže roku 1933 již většina desek na čs. trhu pocházela z domácích lisoven, stalo se v této situaci řízené zlevňování ekonomicky mnohem bolestnějším, a koncernové zahraniční značky se do roku 1936 postupně z československého trhu z velké části stáhly.³⁴⁾

Na závěr úvodního přehledu je nutné alespoň krátce charakterizovat další dvě oblasti, jež úzce souvisely s rozvojem a proměnami na poli elektroakustických médií, ale které z pragmatických důvodů zůstanou mimo ohnisko přítomné studie: obchod s hudebninami a hudební nakladatelství na jedné straně a autorskoprávní ochranu na straně druhé. Obchod s hudebninami byl právně i organizačně spjat s knižním obchodem, a nikoli s výrobou a prodejem hudebních nástrojů, jako tomu bylo v případě gramofonů a desek. S filmem měli nakladatelé a prodejci hudebnin již bohaté zkušenosti, protože k žádanému zboží ve 20. letech patřily popularizující úpravy pro kina (tzv. kinotoky).³⁵⁾ Po zavedení elektrického záznamu a zvýšení odbytu gramodesek nastal nový boom i v oboru hudebnin (který se začal prudce rozvíjet od konce války), zvláště v žánru tzv. šlágrů. Konjunktura přetrvávala o něco déle než v případě gramofonových desek, a to i vlivem zvukového filmu – do roku 1932. Ve statistice hudební produkce Jana Gottharda jsou „novodobé šláгры“ – ve 30. letech již dalece největší skupina hudebnin – z větší části (nikoli však výhradně) zařazeny do kategorie „sólový hlas bez doprovodu“, kde sumy jednotek stoupají z 66 za rok 1930 na 161 (1931) a 415 (1932), pak klesají na 371 (1933), 297 (1934) a 271 (1935), až od roku 1936 začnou opět kolísavě stoupat.³⁶⁾ Celkový počet „šlágrových tisků“ za období 1918–1948, vydávaných nejčastěji v podobě písničkových dvojlistů osmerkového formátu po 1,80 Kč, někdy až ve stotisícových nákladech, odhaduje Josef Kotek na 7,5 tisíce. Písničkové edice byly

33) V oborovém časopise vyšel již roku 1930 článek tvrdící, že „jeden ze dvou výrobců, kteří v Československu vyrábějí desky“ podal na Obchodní komoru v Praze žádost o zvýšení cla na dovoz desek v zájmu ochrany domácího průmyslu. Vzhledem ke konfliktním vztahům mezi Ravitasem a gramofonovým svazem sdružujícím hlavně filiálky zahraničních koncernů a vzhledem k tomu, že v dalším čísle časopisu se od výzvy distancovala Esta, je zřejmé, že oním žadatelem byl Ultraphon. Viz Zvýšení cla na gramofonové desky. *Gramotechnika* 2, 1930, č. 7 (1. 7.), s. 6.

34) Karel B r u š á k, Gramofonové desky a clo. *Gramotechnika* 5, 1933, č. 7–8 (prosinec), s. 6–7. Srov. též Jan V a l e n t í n i, Vzpomínky na Ultraphon (10. díl). *Hudba a zvuk* 3, 1969, č. 10, s. 391–392.

35) V. M i k o t a, Obchod hudebninami u nás a jeho organizace. In: V. M i k o t a (ed.), *Hudba a národ*, s. 134–135.

36) Srov. Jan G o t t h a r d, Statistika hudební produkce české a slovenské. In: V. M i k o t a (ed.), *Hudba a národ*, s. 135.

navíc jen částí vydávané populární hudby, na trhu často testovaly poptávku a v případě úspěchu je následovaly další hudební úpravy.³⁷⁾

Klíčovou roli ve vývoji obchodu s hudebninami sehrála autorskoprávní ochrana. Díky tomu, že nakladatel v polovině 20. let získal podíl na výnosech provozovacích a hlavně tzv. mechanických práv, dostala jeho činnosti zcela nové základy. V souvislosti s následným rozšířením gramofonové výroby, zvukového filmu a rozhlasu došlo nejen ke kvantitativní, ale také ke strukturální proměně hudebního trhu. Jednak začal převažovat zájem pasivní (poslech) nad aktivním (provozování), jednak nastal „přesun výnosu z tisku a prodeje hudebnin na výnos všech ostatních druhů práv autorských (gramofonové desky, zvukový film, rozhlas)“,³⁸⁾ což mělo za následek, že z tištěných not se postupně stal spíše neprodejný propagační materiál, sloužící k podpoře častějšího provozování. Hlavní ochranné autorské sdružení OSA (Ochranné sdružení skladatelů, spisovatelů a nakladatelů hudebních děl, založené 1919) na základě nového zákona o právu původském (ze dne 24. listopadu 1926, č. 218 Sb.), který rozšířil ochranu na rozhlas, gramofon a jejich veřejné předvádění, postupně vyjednálo smluvní podmínky (paušální poplatky) s představiteli obou těchto médií a později i s filmovými výrobci a provozovateli kin. Hudebním nakladatelům byl takto zaručen 25% podíl na autorském výtěžku ze všech zvukových médií, jež se brzy stala jejich klíčovým zdrojem tržeb. Příjmy se zvýšily také pro skladatele (50% výnosů) a textaře (25%), u úspěšných šlágrů až na stotisícové tantiémové položky, jež radikálně převyšovaly jejich dosavadní nakladatelské honoráře. Ve výrobě gramodesek obnášely paušální poplatky průměrně 3,5% maloobchodní ceny na každou stranu desky (7% na celou desku), což např. za vrcholný rok 1929 podle dobových odhadů činilo 2,5 mil. Kč z domácí spotřeby (1,5 mil. pro domácí, 1 mil. pro zahraniční autory a nakladatele). Provozovací poplatky ovšem musel zvlášť platit ještě každý, kdo chtěl nahranou hudbu veřejně předvádět, včetně Radiojournalu, jenž dostával proměnlivé sazby paušálních poplatků podle počtu koncesionářů a doby vysílání. Po nástupu zvukového filmu se vedly spory, zda poplatky mají odvádět pouze výrobny za použití skladeb, nebo také kina za jejich reprodukci ze zvukových stop filmů, přičemž výklad autorského zákona se více méně sjednotil ve prospěch původců hudby a svazy provozovatelů kin začaly s OSA uzavírat kolektivní smlouvy o paušálních ročních platbách. Tuto praxi nakonec postavila na pevnější právní základy novela autorského zákona z r. 1936 a zavedení vzorových smluv mezi filmovými výrobci a původci s povinnou účastí OSA.³⁹⁾

37) Josef K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*. Praha : Academia 1998, s. 14–18.

38) V. M i k o t a, *Obchod hudebninami u nás a jeho organizace*, s. 136.

39) V. M i k o t a, *Hudební nakladatelství v ČSR mezi dvěma válkami, 1918–1938. Hudební věda* 3, 1966, č. 2, s. 343–352; č. 3, s. 503–518. Osamostatněné čís. výroby gramofonových desek. *Filmový kurýř* 6, 1932, č. 15 (8. 4.), s. 5; *Z kruhu hudebních. Gramotechnika* 2, 1930, č. 7 (1. 7.), s. 15; *Autorské poplatky. Filmový kurýř* 6, 1932, č. 1 (1. 1.), s. 2.

Küchenmeisterův Ultraphon: technoutopie zábavního průmyslu

Název „Ultraphon“ je spjat se samotnými počátky tzv. Küchenmeisterova koncernu, nejvýznamnější evropské korporace podnikající na přelomu 20. a 30. let ve všech zvukových médiích. V únoru 1925 německý vynálezce a podnikatel Heinrich J. Küchenmeister založil s pomocí holandského bankovního kapitálu první společnost budoucího koncernu (Heinrich J. Küchenmeister & Co. KG) s úmyslem obchodně využít stovky patentů z oboru elektroakustiky, které předtím registroval v desítkách zemí po celém světě. Společnost svou činnost zahájila v Berlíně výrobou nového typu gramofonů se dvěma zvukovkami, jež byly v září téhož roku uvedeny na trh pod značkou Ultraphon a brzy si vysloužily pochvaly odborníků za vysokou zvukovou kvalitu reprodukce i funkční design. 17. listopadu 1925 Küchenmeisterova komanditní společnost s dalšími osmi partnery založila akciovou společnost Deutsche Ultraphon AG (Duag), jejímž cílem měla být výroba a prodej gramofonů. Prodej gramofonů se přes jejich počáteční vysokou cenu (450–500 RM) zvyšoval tak rychle, že již v dalším roce mohla vzniknout první filiálka. Původní Ultraphon brzy prošel úpravami, které zjednodušily konstrukci a ovládání a koncem roku 1928 byl na trh uveden levnější přístroj s jednou zvukovkou pod názvem Ultraphonic. Mezitím se práce Küchenmeisterových laboratoří strategicky zaměřila na vývoj nových elektronek, jež by obešly cizí patenty a byly by využitelné v radiotechnice, gramofonu, zvukovém filmu i technologiích pro zesílení zvuku ve veřejných prostorech (tzv. *public address system*). Na podzim roku 1929, v době dosud největší světové konjunktury v obchodě s gramodeskami, Duag začal produkovat také vlastní gramofonové nahrávky. Desky, které lisoval s pomocí výrobních zařízení sesterské Orchestrola-Vocalion AG, se setkaly s velkým zájmem odborníků i veřejnosti a rychle se staly hlavním těžištěm jeho práce.⁴⁰⁾

Küchenmeisterův koncern, jenž zatím prostřednictvím dceřiné společnosti Tobis Tonbild-Syndikat AG expandoval do oblastí zvukové techniky pro filmové ateliéry a kina a začal také vyrábět filmy, se tak proměnil v mezinárodní multimediální konglomerát nového druhu, spojující v sobě všechny klíčové aplikace elektroakustiky s produkcí softwaru pro domácí i veřejnou konzumpci.⁴¹⁾ V letech 1929 a 1930 se zdálo, že Küchenmeisterův koncern odstartoval novou éru evropského mediálního průmyslu. Tomu odpovídala i techno-utopistická rétorika vedoucích představitelů koncernu. V obsáhlé interní zprávě za rok 1930 se například o koncernu píše:

Byl založen první a dosud jediný podnik, který jednotně spojuje a rozvíjí všechny oblasti elektroakustiky, tvořící dohromady základní kameny zábavního průmyslu (*Unterhaltungsindustrie*). Pod pojem elektroakustiky spadají především hospodářské obory 1. mluvícího a zvukového filmu, 2. gramofonů a gramofonových desek a 3. radiofonie. Ve všech třech oblastech činnosti byly vytvořeny

40) Bericht an den Aufsichtsrat der Deutschen Ultraphon AG anlässlich der Aufsichtsratsitzung, 29. 11. 1929, Berlin. Nederlands Filmmuseum, Amsterdam, archief A. E. Struve (dále jen „Struve“), k. 12.

41) Ke vzniku a rané fázi vývoje Küchenmeisterova koncernu srov. Wolfgang M ü h l - B e n n i n g - h a u s, *Das Ringen um den Tonfilm. Strategien der Elektro – und der Filmindustrie in den 20er und 30er Jahren*. Düsseldorf : Droste 1999, s. 81–86.

hodnoty, které uspokojují více než naléhavou potřebu velké většiny kulturního obyvatelstva – v každém člověku tkvící vrozenou touhu po zábavě.⁴²⁾

„Sounáležitost“ zvukového filmu, gramofonu a rozhlasu Küchenmeister úspěšně propagoval v rámci své expozice na slavné výstavě rozhlasu a gramofonu „7. Große Deutsche Funkausstellung und Phonoschau Berlin“ (22. – 31. srpna 1930), kterou zahajoval Albert Einstein. Na rozdíl od jiných gramofonových společností, jež výstavu bojkotovaly, se Küchenmeister představil ve velkolepém stylu řadou výrobků dceřiných společností Ultraphon, Tobis, Clausophon, Orchestrola a Adler, např. novým typem tzv. kombinovaného aparátu (*Kombinationsgerät*), který spojoval gramofon s rádiem. Senzací vyvolala zvláště jeho „zvuková revue“ *Fu-To-Pho* (Funk-Tonfilm-Phonographie), předváděná ve speciálním kině „T.T.T.“ (Tobis-Tonfilm-Theater), která novátorským způsobem ztvárnila vizi vývoje v oblastech gramodesek, zesilovačů, reproduktorů a zvukového filmu. Podle oborového časopisu německého gramofonového průmyslu se název *Fu-To-Pho* u novinářů i publika rychle vžil: „*Fu-To-Pho* – tři odvětví – jeden cíl: to je dnes pojem, heslo pro všechny zúčastněné obory, krátce a stručně obsahující vše, co dnes a v blízké budoucnosti povede k důležitému vývoji.“⁴³⁾

Těmto ideovým a strategickým posunům odpovídala také reorganizace Küchenmeisterova koncernu, která vytvořila přehlednou horizontálně-vertikální strukturu řízení a koordinace všech elektroakustických odvětví od finančního vedení přes vývoj a výrobu až po filiálky v různých zemích Evropy. V dubnu 1929 se tak změnil také status Duagu, který přešel pod kontrolu holdingové společnosti Internationale Ultraphoon Maatschappij, Amsterdam (zkráceně Intraphoon, založená v říjnu 1928), jež dostala do kompetence celé gramofonové odvětví; pro tuto společnost měl Duag spravovat veškerou výrobu a obchod s gramofony a deskami.⁴⁴⁾

Jak ukazuje interní zpráva o Küchenmeisterově koncernu z 31. prosince 1930,⁴⁵⁾ lze strukturu koncernu zjednodušeně znázornit ve tříúrovňovém schématu:

1. Zastřešující „mateřská“ holdingová společnost (*Mutterholdinggesellschaft*) N. V. Küchenmeister's Internationale Maatschappij voor Accoustiek, založená v březnu r. 1929, jejíž akcie držela komanditní společnost Heinrich J. Küchenmeister & Co.
2. Tento mateřský holding se dělí na tři podřízené holdingové společnosti (*Unterholdinggesellschaft*), v nichž drží majoritní podíly:

42) Bericht in Sachen der Heinrich J. Kuechenmeister & Co., Kommandit-Gesellschaft, 31. 12. 1930. Struve, k. 7.

43) Revue *Fu-To-Pho* měla formu jakéhosi multimediálního představení, složeného z hudebních skladeb přehrávaných z desek Ultraphon s pomocí velkých reproduktorů a zesilovačů, živé „akustické konference“ moderátora mluvícího přes mikrofon, vizuálních dekorací a filmové projekce. Der Küchenmeister-Konzern auf der Phonoschau 1930. *Phonographische Zeitschrift* 31, 1930, č. 19 (1. 10.), s. 1412–1413.

44) Bericht an den Aufsichtsrat der Deutschen Ultraphon AG anlässlich der Aufsichtsratsitzung, 29. 11. 1929, Berlin. Struve, k. 12.

45) Bericht in Sachen der Heinrich J. Kuechenmeister & Co., Kommandit-Gesellschaft, 31. 12. 1930. Struve, k. 7.

- a) N.V. Küchenmeister's Internationale Maatschappij voor Sprekende Films, Amsterdam; kapitál 10 mil. RM; 99% podíl;
 - b) N.V. Küchenmeister's Internationale Ultraphoon Maatschappij, Amsterdam (Intraphoon); kapitál 6 mil. RM; 56% podíl;
 - c) N.V. Küchenmeister's Internationale Radio Maatschappij, Amsterdam; kapitál 5 mil. RM; 100% podíl.
3. Každý z těchto tří holdingů řídil proměnlivou skupinu dceřiných společností v různých zemích Evropy. V případě Intraphoonu to dle obchodní zprávy z konce r. 1930 byly tyto (názvy a pořadí dle originálu):
- a) Deutsche Ultraphon Aktiengesellschaft, Berlin; kapitál 1,5 mil. RM; 100% podíl.
 - b) Prager Ultraphon Gesellschaft, Prag (in Gründung); kapitál 200 tis. Kč (plně investován); 100% podíl.⁴⁶⁾
 - c) Société Ultraphone Française S. A., Paris; kapitál 3 mil. Frs; 55% podíl.
 - d) Turicaphon AG, Zürich; kapitál 200 tis. Sfrs; 12,5% podíl.
 - e) Nederlandsche Ultraphoon Maatschappij, Amsterdam; kapitál 100 tis. hfl.; 30% podíl.
 - f) Clausophon G.m.b.H., Berlin; kapitál 300 tis. RM; 50% podíl.

K pražské filiálce, která pro koncern spravovala tamní továrnu na výrobu desek, se ve zprávě dále píše pouze toto:

Tato společnost má příslušná práva na využívání patentů a licencí koncernu. [...] Její továrna má kapacitu ca. 5 tis. desek za den [stejně jako např. pařížská – pozn. PS]. Budovy a pozemky jsou pronajaty, přístrojové vybavení je vlastnictvím Küchenmeisterova koncernu.⁴⁷⁾

Továrnou se zde míní galvanoplastika a lisovna Na Rokosce v Praze 8 (viz níže). Ve zprávě z 25. listopadu 1930 pražská filiálka figuruje bez přípisu „in Gründung“, a to pod názvem „Ultraphon-Schallplatten GmbH, Prag“. Zpráva k její dosavadní činnosti uvádí toto pozitivní hodnocení:

Tato společnost se zabývá výrobou gramofonových desek opírající se o český repertoár [podtrženo v orig.], který lze označit jako prvotřídní. Je nám potěšením zdůraznit, že továrna podle názoru klíčových kruhů představuje vzorový příklad řádně vedeného podniku. První deska, která opustila lisovnu, se vskutku vyrovná nejlepším produktům naší berlínské továrny. Celá produkce je dodávána spol. s r. o. Ravitas, Praha, naší distribuční společností, která nám v atmosféře přátelské spolupráce zajišťuje dalekosáhlou kontrolu.⁴⁸⁾

46) Dále ve zprávě označována alternativními názvy: „Ultraphongesellschaft Prag (Tschecho-Slowakei) in Gründung“, „Ultraphon-Fabrik, Prag (Tschecho-Slowakei) in Gründung“.

47) Bericht in Sachen der Heinrich J. Kuechenmeister & Co., Kommandit-Gesellschaft, 31. 12. 1930. Struve, k. 7.

48) Bericht des ausserordentlichen Bevollmächtigten des N.V. Küchenmeister's Internationalen Ultraphoon Maatschappij an den Aufsichtsrat. Aufsichtsrat-Sitzung am 25. November 1930 in Amsterdam. J. C. Klaus. Struve, k. 19.

Zpráva evidentně podceňuje roli Ravitasu, který byl nejen distribuční společností, ale rovněž hlavním tvůrcem českého repertoáru na etiketách Ultraphon. Další osud firmy „Ultraphon-Schallplatten GmbH, Prag“ je možné vyčíst z nájemní smlouvy Ravitasu s Intraphoonem z 31. července 1931 a z navazujícího ujednání z 15. srpna 1931 (podrobněji viz níže). Firma sice byla založena, jejím jednatelem se stal jistý dr. Karpe, ale formálně nikdy nevznikla, protože nebyla zapsána do obchodního rejstříku. Zahájila svou činnost jako filiálka Duagu a provozovatel pražské továrny Ultraphonu koncem roku 1930, v létě 1931 prakticky přestala být aktivní vlivem zmíněné nájemní smlouvy a s koncem roku 1931 zanikla i právně, protože nebyl splněn termín pro podání žádosti o zápis do rejstříku (konec září 1930). Na výrobu Ravitasu a jeho jednání s Duagem neměla tato filiálka zřetelný vliv, nicméně její existence může ilustrovat nerealizované plány Küchenmeisterova koncernu na upevnění pozice v ČSR.⁴⁹⁾

Příznačné pro strategii expanze Intraphoonu je také místo českého repertoáru v jeho celkovém programovém plánu na další obchodní období. Budoucí repertoár je rozdělen na dvě části: hlavní složku tvoří jazykové oblasti německá, francouzská, španělská (vč. Jižní Ameriky) a italská; do kategorie tzv. doplňkového repertoáru (*Ergänzungs-repertoire*) spadá program (v pořadí dle originálu) holandský, český, maďarský, vlámský, portugalský, polský, švýcarský. K realizaci takto rozsáhlého plánu již nedošlo, protože Duag se během roku 1931 dostal do platební neschopnosti a následně do likvidace (viz níže).

V pasáži, která popisuje strategii řízení, se zdůrazňuje důležitost vertikální kontroly zastřešujících společností nad jednotlivými obchodními zástupci a jejich rychlá komunikace:

[...] mezi výrobcem a distributorem/prodejcem musí být k dispozici téměř hodinové spojení, které umožní nápravu fluktuací a podchycení nových možností. Obecně platí, že kde tento kontakt chybí, je pravděpodobnost neúspěchu mnohonásobně vyšší.⁵⁰⁾

Na základě tohoto vyjádření je potřeba korigovat pohled českých představitelů Ravitasu, kteří měli tendenci marginalizovat vliv zahraniční centrály na jejich výrobní a obchodní strategii.

Po spuštění programu výroby desek se zavedené gramofonové koncerny jako Lindström či Polyphon, které ovládaly trh s deskami po celá desetiletí, k nováčkovi chovaly jako k nepohodlnému vetřelci a snažily se ovlivňovat odběratele v jeho neprospěch (totéž se dělo i v ČSR). Ačkoli se již po třech letech výroby dostal Duag do likvidace, desky Ultraphon si i za tak krátkou dobu stihly vydobýt pověst špičkových výrobků, což byla zásluha pečlivě vybíraného repertoáru a moderního nahrávacího systému, jenž byl patentovaný pro Německo i zahraničí. Desky Duagu ovšem vycházely nejen na prvotřídní značce „Ultraphon Musik-Platte“ (v ceně 3–6 RM), nýbrž v menší míře také na levnějších etiketách, produkováných sesterskými firmami Adler-Phonograph Comp. AG a Orchestrola-Vocalion AG: Adler (2 RM) a Orchestrola (2,25 RM).

49) Viz ASM, k. I., sl. Ultraphon – Ravitas.

50) Tamtéž.

Z hlediska obchodní strategie tyto tři značky tvořily nedělitelný celek; etiketa Ultraphon byla nejdůležitějším, reprezentativním produktem, zatímco další dvě Duag používal jako obranu proti snižující se koupěschopnosti publika v době hospodářské krize a počítal s tím, že postupně konzumenty přivedou zpět ke kvalitnějším deskám Ultraphon.⁵¹⁾ Prodej méně kvalitních desek za dumpingové ceny narazil na odpor obchodních svazů v Německu i v ČSR, kde značku Orchestrola krátce distribuovala spol. Ravitas (za 18 Kč).⁵²⁾

Duag svůj repertoár ve značné míře budoval z filmové hudby a svou vůli spolupracovat s filmovým průmyslem demonstroval i vydáním zvláštní desky s proslovem vedoucího výroby prvních zvukových filmů Ufy a Tobisu dr. Guido Bagiera „o spolupráci mezi výrobami zvukových desek a filmovými producenty“.⁵³⁾ Značný ohlas si získal např. hudební průřez ŽEBRÁCKOU OPEROU, vydaný na sérii desek Ultraphon (A752 – A755) krátce po premiéře filmu. Nahrávky byly pořízeny během natáčení s účastí hvězd německé i francouzské verze a díky smluvnímu vztahu Duagu s hudební sekcí koproducenta filmu Warner Bros. se dostaly do USA, kde údajně silně zapůsobily mj. na George Gershwina a Leonarda Bernsteina.⁵⁴⁾ Jak dokládá diskografie Gabriela Gössela, obsažená v přítomném čísle *Illuminace*, na produkci Duagu také často participovali čeští hudebníci, jejichž interpretace melodií z německých filmů se pak prodávaly na českém trhu.

V červnu 1931 se Duag dostal do platební neschopnosti a požádal svého hlavního akcionáře Intraphoon o hotovostní půjčku.⁵⁵⁾ Na několika následujících schůzích věřitelů vznikl plán na sanaci a záchranu podniku, ale po zjištění pravé finanční situace bylo nakonec rozhodnuto o úplné likvidaci. Protokoly ze zasedání věřitelů jmenují tyto hlavní důvody úpadku: Duag vstoupil do obchodu s deskami mnohem později než ostatní koncerny, na konci konjunktury, a proto si nemohl vytvořit rezervy pro překonání finančních obtíží; krátkodobé půjčky využíval k dlouhodobým investicím; celková hospodářská krize v Německu způsobila oslabení kupní síly konzumentů; omezení kreditů ze zahraničí německou vládou znemožnilo čerpání dalších půjček od holandských bank.⁵⁶⁾ Pozdější analýza gramofonového průmyslu jako hlavní důvod uvedla ukvapenou expanzi do různorodých odvětví, akvizice nevýdělečných společností a příliš rychlé zakládání firem jen volně spojených s hlavním předmětem činnosti koncernu.⁵⁷⁾ Wolfgang Mühl-Benninghaus v této souvislosti zdůrazňuje, že krach Duagu

51) Bericht des Vorstandes der Duag für die Zeit vom 1. 7. 1929 bis 30. 6. 1930, 13. 3. 1931; Protokoll über die Sitzung der Gross-Gläubiger am 31. 7. 1931, 4. 8. 1931. Struve, k. 12.

52) Srov. G. G ö s s e l, *Fonogram* 2, s. 462–463; J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (1. díl). *Hudba a zvuk* 2, 1968, č. 10, s. 389. Více ke smlouvě o zastupování firmy Orchestrola-Vocalion AG Ravitasem viz níže.

53) Deska Ultraphonu o zvukovém filmu. *Filmový kurýr* 4, 1930, č. 33 (15. 8.), s. 5.

54) Die Dreigroschenoper auf Ultraphon. *Phonographische Zeitschrift* 32, 1931, č. 5 (28. 2.), s. 366; Charles O ' B r i e n, Film, Gramophone, and National Cinema: Die Dreigroschenoper and L'Opera de quat'sous. *Cinema & Cie*, 2005, č. 7 (podzim), s. 37.

55) Dopis zástupců Duagu Hauffeho a Tannena Intraphoonu, 15. 6. 1931. Struve, k. 13.

56) Protokoll über die Sitzung der Gross-Gläubiger am 31. 7. 1931 (4. 8. 1931), 3. 8. 1931 (5. 8. 1931). Struve, k. 12.

57) D. Schulz-Köhn, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*, s. 37–39.

otřásl samotnými základy Küchenmeisterova koncernu: odhalil slabiny jeho finanční koncepce – koncern systematicky nevytvářel kapitál, ale čerpal půjčky holandských bank, které si od rizikových investic do tehdy nových technologií slibovaly vysoké dividendy – a ohrožil jeho hlavní ideu, čili propojení všech médií zábavního průmyslu, které se nyní proměnilo v nebezpečí pro zúčastněné společnosti, hlavně Tobis, jenž jako stále výdělečná část koncernu musel splácet škody vzniklé likvidací Duagu. Pro vztah mezi Tobisem a Duagem bylo také důležité, že v době vrcholící krize Duagu byla jeho nejlépe prosperující složkou výroba desek pro deskové kinoaparaty, které se v té době používaly hlavně v menších kinech. Zvuk na speciální desky k filmům, jež sesterská firma Tobis natáčela původně na optický zvukový systém, přepisovala z filmových pásků k tomuto účelu založená spol. Ultraphon Tonfilm GmbH, v níž měl Duag 90% podíl. Samotný Küchenmeisterův koncern procházel v roce 1931 pod vlivem úpadku Duagu restrukturalizací a poté, co se jeho finanční obtíže dále prohlubovaly, bylo v létě 1932 na nátlak věřitelů rozhodnuto o jeho rozčlenění a postupné likvidaci, přičemž jeho klíčové patenty a licence na zvukový film převzal Tobis.⁵⁸⁾

Nástupnickou společností Duagu se v únoru 1932 stala německá firma Telefunken-platte GmbH, která se zaručila splácet část pohledávek Duagu, levně odkoupila matrice Ultraphonu a od června 1932 navázala vlastními nahrávkami, jež pod značkou Telefunken vycházely až do r. 1950. Tyto desky si brzy vydobýly minimálně stejně dobrou pověst (díky moderní nahrávací technologii a prestižnímu repertoáru), jako měl jejich předchůdce.⁵⁹⁾ Mateřská firma Telefunken, Gesellschaft für drahtlose Telegraphie mbH (založená koncerny Siemens a AEG r. 1903) se tak díky silné pozici ve výrobě rozhlasových vysílačů a přijímačů, elektronek, reproduktorů, mikrofonů, gramofonů a zvukových aparatur pro kina etablovala jako další konglomerát spojující všechny klíčové aplikace elektroakustiky s výrobou softwaru pro zábavní průmysl (k nim později přibýly ještě televize, radary, počítačové technologie atd.). Její budoucí činnost ale byla silně poznamenána nacistickou kulturní politikou, od r. 1935 zákazem publikování židovských umělců a v neposlední řadě i spoluprací s wehrmachtem za druhé světové války.

Ravitas-Ultraphon: české šlágry mezi gramofonem, rozhlasem a filmem

Úspěšný vývoj podnikání Duagu po spuštění masové výroby gramofonů si brzy vyžádal zřizování obchodních zastoupení a filiálek v dalších zemích. Roku 1927 získala v Praze výhradní zastoupení pro prodej Küchenmeisterových gramofonů firma Gustav Sušický, která do té doby na Václavském náměstí v Lindtově pasáži prodávala elektrické spotřebiče pro domácnosti, včetně radiopřijímačů. Jako společník a zástupce vstoupil do firmy Jan Valentini, jenž s G. Sušickým založil společnou firmu Avus. Gustav Sušický, resp. Avus si úspěšným prodejem gramofonů Ultraphon (na domácím trhu

58) Ke krizi a úpadku Duagu srov. W. M ü h l - B e n n i n g h a u s, *Das Ringen um den Tonfilm*, s. 280, 361–362, 369–372.

59) Srov. W. M ü h l - B e n n i n g h a u s, *Das Ringen um den Tonfilm*, s. 366–367; G. G ö s s e l, *Fonogram 2*, s. 496–501.

pod značkou Avuston) získal důvěru koncernu, a proto mu po zavedení berlínské výroby desek bylo ještě roku 1929 nabídnuto obchodní zastoupení i v této nové oblasti. Küchenmeisterův koncern ale požadoval, aby pro tento účel vznikla nová společnost s kapitálem minimálně 200 tisíc Kč. Společníci firmy Sušický si tedy vzali půjčku a 2. října 1929 založili firmu Ravitas, spol. s r. o. (od fr. *ravir* – nadchnout, naklonit si), jejíž činnost měla být omezena na obchodování s deskami a dalšími výrobky Duagu.⁶⁰⁾

V říjnu 1929 si Ravitas zařídil provozní místnosti a sklad desek v bývalém velkoobchodu se stavebním sklem na Klimentské ulici.⁶¹⁾ Zpočátku měl k dispozici jen mezinárodní tituly Ultraphonu, které z důvodu nedostatku financí musel získávat do komisního prodeje, ale již v listopadu 1929 organizuje programový ředitel František Valentini nahrávání domácího repertoáru v berlínském studiu Duagu, s českými interprety a německým orchestrem. Hned v prvním souboru 20 nahrávek byly vedle operet a populárních písní údajně i snímky s českými texty ze zvukových filmů.⁶²⁾

Duag sice i v následujících letech dával Ravitasu k dispozici veškerý svůj repertoár do komisního prodeje, což pražský partner hojně využíval, ale v konkurenčním boji se zavedenými zahraničními firmami na českém trhu Ravitas stále více vsázel na domácí repertoár. Kromě vážné hudby se zaměřil i na zábavní žánry a pro pravidelnou spolupráci získal řadu klíčových jmen české populární hudby: F. A. Tichého, R. A. [Rudolfa Antonína] Dvorského, Jiřího Voldána, Karla Vacka, Jiřího Voskovce a Jana Wericha ad. Nahrávání českých snímků probíhalo až do roku 1930 v Berlíně. Duag sice Ravitasu neúčtoval nájemné za studio, techniku a štáb, ale časté dojíždění a nutné přesuny interpretů produkci komplikovaly.⁶³⁾

V té době již postupně začínala dlouhodobá a těsná spolupráce Ravitasu-Ultraphonu s čs. rozhlasovou stanicí Radiojournal. Bratři Valentiniové se na jaře 1930 domluvili s technickým ředitelem Radiojournalu Eduardem Svobodou, že požádají Duag o instalaci nahrávací aparatury v jednom z rozhlasových studií v Národním domě na Vinohradech a pozvou do Prahy německý personál, aby zde nahrál sérii českých snímků. Radiojournal na oplátku požadoval, aby pro jeho archiv nechal Ravitas vyrobit řadu skladeb české vážné hudby na 30cm desky. Od té doby již Ravitas nahrával téměř všechny snímky v rozhlasovém studiu s pomocí německých techniků. Pražské nahrávání snížilo cestovní náklady a Ravitas si mohl dovolit angažovat větší hudební tělesa. V prvních letech ale musela být před každým nahráváním z Berlína do Prahy dovážena aparatura, jejíž obsluhu a mixáž zpočátku zajišťovali dva zvukoví technici Duagu. Německý štáb nicméně postupně zaučoval technika Radiojournalu Jana Vali-

60) Firma „Sušický Gustav, obchod elektrickými přístroji“ byla do živnostenského rejstříku zapsána 19. února 1923; firma AVUS byla do rejstříku zapsána 29. září 1929; „Ravitas, obchodní společnost akustickými výrobky s r. o.“ se sídlem v Praze II, Klimentská 32 byla založena společenskou smlouvou z 2. října 1929 a do obchodního rejstříku zapsána 25. dubna 1930. Jejmi prvními jednatelem se stali: Gustav Sušický, Gustav Ultmann, Jan Valentini a Leon Weismann. Viz J. M e s z n e r, *Přehled zvukového průmyslu*, s. 255–256. Srov. též J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (1. díl), s. 352–353.

61) Do obchodního rejstříku byla firma zapsána až v dubnu 1930 – viz J. K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 22.

62) J. V a l e n t i n i, c. d., s. 353.

63) Viz J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (2. díl). *Hudba a zvuk* 2, 1968, č. 11, s. 389.

še, který se později, po instalaci stabilní aparatury v Praze, stal údajně prvním českým nahrávacím technikem gramofonového průmyslu.⁶⁴⁾

V létě 1930 se berlínská centrála na žádost bratří Valentiniových rozhodla podpořit rozvoj české výroby desek zřízením pražské lisovny a galvanoplastiky pro výrobu lisovacích matric. Jan Valentini tento krok spojuje s nástupem nového generálního ředitele Duagu Clemense Klause, který se tehdy se svým štábem vydal na prohlídku provozovny Ravitasu a byl údajně spokojený.⁶⁵⁾ Lisovna vznikla v Praze Libni, v budově pronajaté od Ústavu pro vědecký výzkum uhlí Na Rokosce 94, montáž vybavení a technický dozor nad zahájením provozu zajišťoval tovární mistr, který dříve zařizoval i berlínskou lisovnu Ultraphonu. Lisovna desek ze šelakové hmoty spustila výrobu již 1. října 1930, o něco později byla ve stejné budově zřízena i galvanoplastika.⁶⁶⁾ Krátce předtím, 8. července 1930, podepsal Ravitas s Duagem a jeho sesterskou společností Orchestrola Vocalion AG novou smlouvu o obchodním zastupování v ČSR, která upravovala jejich vztahy po celý následující rok.⁶⁷⁾

Měsíc poté, co se v létě roku 1931 Duag dostal do platební neschopnosti a v době, kdy se holandské vedení koncernu rozhodovalo o jeho likvidaci (viz výše), dostal Ravitas nabídku, aby odkoupil pražský komisionní sklad desek, matrice a další výrobní materiál a aby převzal libeňskou lisovnu s galvanoplastikou do pronájmu. Následný proces postupného osamostatňování Ravitasu nejprve jako nájemce a poté jako vlastníka pražské výroby Ultraphonu je nejlépe zdokumentovanou fází ve vývoji společnosti a pravděpodobně vůbec v dějinách čs. gramofonového průmyslu 30. let. V nájemní smlouvě z 31. července 1931 již figuruje jako hlavní partner pražské společnosti místo Duagu Intraphoon. Duag zde na něj převádí práva i povinnosti spojené s českou výrobnou a podpisem stvrzuje své závazky ze smlouvy vyplývající. Intraphoon pronajímá Ravitasu továrnu za 15 tis. RM ročně (v měsíčních splátkách). Ravitas se ale navíc zavazuje platit Duagu za tzv. goodwill⁶⁸⁾ ročně dalších 10 tis. RM. Intraphoon má zajistit, aby desky značky Ultraphon na čs. trhu nedistribuovala žádná jiná společnost, přičemž Ravitas může desky Ultraphon distribuovat jen v ČSR. Intraphoon prohlašuje, že dle potřeby bude Ravitasu zapůjčovat příjmací aparaturu, poskytne mu nahrávací techniky a bude mu výhodně dodávat hmotu na lisování. V dodatečných ujednáních ke smlouvě z 1. a 15. srpna 1931 se upřesňuje rozsah odprodaného materiálu (gramofonů, suroviny, matric, desek ad.) a jeho cena: celkem 110 tis. RM (rovněž ve splátkách).⁶⁹⁾ Situace se opět změnila, když se Duag dostal do konkurzu a připravovalo se jeho převzetí Telefunkenem (viz výše). Jak plyne s korespondence Ravitasu s Intraphoonem,

64) Viz J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (3. díl). *Hudba a zvuk* 2, 1968, č. 12, s. 425. Roku 1933 se všechna studia Radiojournalu přestěhovala z Národního domu do nové budovy ministerstva pošt a telegrafů na Fochově třídě. Viz A. J. P a t z a k o v á, Vývoj československého rozhlasu. In: A. J. P a t z a k o v á (ed.), *Prvních deset let československého rozhlasu*. Praha: Radiojournal 1935, s. 653.

65) Tamtéž.

66) Viz J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (4. díl). *Hudba a zvuk* 3, 1969, č. 1, s. 31.

67) ASM, k. 1., sl. Ultraphon – Ravitas.

68) *Goodwill* – nadhodnota placená při koupi, jejímž prostřednictvím jsou oceněna nehmotná aktiva (dobrá pověst podniku či výrobku, kvalita personálu, odbytová síť atd.).

69) ASM, k. 1., sl. Ultraphon – Ravitas.

byla někdy před vánocemi 1931 vznesena nabídka na odkoupení celého zařízení li-beňské továrny včetně práv k užívání ochranné známky Ultraphon na území ČSR. V průběhu ledna až března 1932 pak probíhala intenzivní jednání o podmínkách koupě, komplikovaná nesrovnalostmi v právních vztazích mezi Intraphoonem na jedné straně a Duagem s Telefunkenem na straně druhé. Ravitas si v těchto jednáních od počátku kladl podmínku, že musí disponovat výhradním právem na užívání všech variant ochranné známky Ultraphon ve slovní i grafické podobě pro ČSR, a to včetně některých souvisejících značek (hl. Supraphon)⁷⁰⁾ a známého hesla „Ultraphon – spiegelt den Ton“ (v české verzi „Ultraphon – věrný tón“). Intraphoonu se nakonec podařilo prokázat, že práva k ochranným známkám přísluší výhradně jemu, a do smlouvy mezi Duagem a Telefunkenem z 16. února 1932 prosadil klauzuli, že na Telefunken sice přecházejí práva k mezinárodním ochranným známkám, ale s výjimkou zemí, kde již působí dceřiné společnosti Intraphoonu. Smlouva takto vyhrazuje ochranu pro Holandsko vč. kolonií společnosti N. V. Neederlandsche Ultraphoon Maatschappij, Amsterdam, pro Rakousko zástupci Siegmundu Rubelovi, pro Francii vč. kolonií firmě Sociétés Ultraphone Française S. A., Paris, a pro ČSR Ravitasu.⁷¹⁾

Po vyjasnění právních otázek spojených s ochrannými známkami se zástupci Ravitasu a Intraphoonu rychle dohodli na konkrétních podmínkách prodeje. 10. března 1932 se setkali v Berlíně (za Ravitas byli přítomni bratři Ulmannovi a Jan Valentini) a téhož dne byl hotový text smlouvy, která rušila platnost nájemní smlouvy z 31. července 1931. Dosud pronajaté přístrojové vybavení továrny a výhradní právo užívat ochranné známky Ultraphonu v ČSR (s omezením, že při likvidaci nebo konkursu Ravitasu práva přecházejí na Telefunken) získal Ravitas za 290 tis. Kč (80 tis. hned, zbytek ve splátkách). Po čtyřech měsících se sice na Ravitas ještě obrátil Duag, resp. Telefunken, s protestem, že kupní smlouva byla uzavřena bez součinnosti s ním, ačkoli se tím ruší jeho výhody plynoucí z nájemní smlouvy, ale žádné právní následky to již nemělo. Ačkoli proces převádění registrace ochranných známek trval až do konce roku a vyvolal spory s Intraphoonem, protože Ravitas v reakci odmítal převádět splátky, vcelku již nic nebránilo plnému osamostatnění Ultraphonu jako české výrobní společnosti. V srpnu 1932 si ještě Ravitas vyžádal souhlas Intraphoonu se změnou názvu na Ultraphon a s transformací v akciovou společnost (viz níže).⁷²⁾

Společnost se nyní již nemohla spoléhat na podporu a repertoár z Berlína, musela zabezpečit zaměstnanost v lisovně a sama čelit konkurenci zahraničních gramofonových koncernů na trhu rozšiřováním českého katalogu, novátorskou reklamou a budováním vlastní sítě odběratelů. Transformovaný Ravitas-Ultraphon tehdy zaměstnával

70) Podle nájemní a posléze i kupní smlouvy (viz níže) měl Ravitas právo na obchodní využití značky Ultraphon pro čs. trh, ale nikoli pro export. Bratři Valentiniové se proto rozhodli, že pro zahraniční obchod si zajistí jinou z ochranných známek Küchenmeisters, „Supraphon“, kterou měl koncern vyhrazenou pouze pro Holandsko a holandské kolonie. J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (4. díl), s. 32.

71) ASM, k. l., sl. Ultraphon – Ravitas.

72) Tamtéž. Poněkud odlišně popisuje osamostatnění Ravitasu ve svých vzpomínkách Jan Valentini, srov. J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (4. díl), s. 31.

asi 80 pracovníků, z toho 30 techniků a kancelářských sil a 50 manuálních dělníků.⁷³⁾ Technici zaniklého Duagu byli sice propuštěni, ale založili si vlastní nahrávací studio v Berlíně, a tak Ravitas mohl jejich služby a nahrávací aparaturu využívat stejně jako dříve, až do doby, než získal vlastní.⁷⁴⁾ Převzetí výroby od Duagu bylo odborným tiskem vnímáno jako projev „nacionalizace“ čs. gramofonového průmyslu a Ravitasu se dostalo neobyčejné publicity.⁷⁵⁾

Dne 15. dubna 1933 převzala veškerá aktiva a pasiva Ravitasu nově založená společnost, zapsaná do obchodního rejstříku se zpětnou platností od 1. ledna 1932: „Ultraphon, akciová společnost pro průmysl a obchod gramofonový“ se sídlem na Klimentské ul. 32 v Praze 2.⁷⁶⁾ Jako zakladatelé ve stanovách figurují společníci Ravitasu Gustav a Hugo Ultmannovi a Jan Valentini. Majetek Ravitasu, který po odečtení pasív činil k 31. prosinci 1931 celkem 400 tis. Kč, byl převeden na akciový kapitál ve dvou tisících akciích po 200 Kč.⁷⁷⁾ Správní radu a nepočetné akcionáře tvořili odborníci z oblasti zvukové techniky, elektrotechnického průmyslu, rozhlasu a hudebních vydavatelství. Za předsedu správní rady byl zvolen hudební nakladatel Mojmír Urbánek, místopředsdou se na půl roku stal ing. Arnošt Steinbach, bývalý rada na ministerstvu pošt a telegrafů, nyní ředitel firmy Radiotechna, jež měla generální zastoupení Telefunken A. G. pro ČSR, úřadujícím správním radou byl jmenován advokát Antonín Jelínek (r. 1938 nahradil v pozici předsedy M. Urbánka, který rezignoval již v září 1936).

A. Steinbacha v listopadu 1933 ve funkci místopředsedy vystřídal kapelník R. A. Dvorský. Bratři Valentiniové se spolu s Gustavem a Hugem Ultmannovými stali prokuristy a společníky.⁷⁸⁾ Jak podotýká Josef Kotek, složení správní rady Ultraphonu bylo „dokladem o stále užším a nezbytnějším propojování hlavních hudebně zprostředkovatelských center a masových médií“.⁷⁹⁾ Na novou společnost přešla také ochrana známek Ultraphon pro ČSR a Supraphon pro celý svět mimo Holandsko a jeho kolonie.

Již předchozího roku 1932 uzavřeli Valentiniové smlouvu o výhradním zastoupení, exploataci matric a koupi nové nahrávací aparatury s Telefunkenplatte GmbH, čímž

73) Do r. 1945 vzrostl počet zaměstnanců na 115. Jan Valentini, *Vzpomínky na Ultraphon* (14. díl). *Hudba a zvuk* 5, 1971, č. 8, s. 299.

74) J. Valentini, *Vzpomínky na Ultraphon* (5. díl). *Hudba a zvuk* 3, 1969, č. 2, s. 71.

75) Srov. Gramofonový průmysl v Československu. *Hospodářský rozhled* 5, 1932, č. 20 (19. 5.), s. 6.

76) Gramofoniana. *Revue Ultraphonu* 1, 1933, č. 3 (březen–duben), s. 13.

77) Viz statuty Ultraphonu, schválené ministerstvem vnitra 24. února 1933 pod č. 11.987/33. ASM, k. 2, sl. Statut závodu Ultraphon. O životě a práci bratrů Ultmannových, společníků Ravitasu a prokuristů Ultraphonu, toho není mnoho známo a ani Jan Valentini se o nich ve svých vzpomínkách překvapivě nezmiňuje, ačkoli je zřejmé, že zvláště Gustav Ultmann, původním povoláním velkoobchodník s dřívím v Boskovicích, hrál klíčovou roli v obchodním řízení podniku. Viz Nacionalisace gramofonového průmyslu, s. 2.

78) Ve správní radě během 30. let došlo k několika dalším personálním výměnám, mj. se stal členem zvukový inženýr František Oskar Zatočil (od r. 1939). K složení správní rady srov. protokoly ze schůzí správní rady z 1. dubna a 16. listopadu 1933, 25. září 1936, 2. března 1938, 4. ledna a 16. března 1939, 28. května a 4. června 1941, 17. února, 24. března a 19. května 1943. ASM, k. 1., sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946. Dále srov. J. Valentini, *Vzpomínky na Ultraphon* (9. díl). *Hudba a zvuk* 3, 1969, č. 6, s. 229. Valentiniem podané informace o složení první správní rady se od protokolů mírně liší.

79) Josef Kotek, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 23.

začala těsná spolupráce, která trvala až do okupace a po krátkém přerušení opět v době druhé světové války. Telefunken dodávkami svých desek a matric (hlavně vážné hudby) poskytl Ravitasu náhradu za ztracený mezinárodní repertoár Deutsche Ultraphon a umožnil v Praze zřídit stabilní studio, Ultraphon naopak pro Telefunken lisoval desky s německým repertoárem, od r. 1933 nabízel desky Telefunken ve svých katalogích, obě firmy si příležitostně vyměňovaly matrice a částečně sdílely systém cenového rozlišení desek podle barvy etiket a písmen.⁸⁰⁾ Moderní nahrávací aparatura Telefunken byla do studia Radiojournalu dodána v průběhu r. 1933 a od 5. září se začala testovat. Její obsluhu zajišťovali technici Telefunkenplatte, kteří do Prahy museli dojíždět.⁸¹⁾

Na přelomu let 1932 a 1933 Ultraphon navázal na tradici Küchenmeisterových gramofonů elektrickým přístrojem Supraphon vlastní výroby, určeným pro připojení k elektronkovému zesilovači radiopřijímače nebo zvukové aparatury v kině. Ultraphon při zavádění jejich výroby a prodeje vycházel z osvědčeného předpokladu (dodnes typického pro obchod s hardwarem a softwarem k domácí spotřebě), že každý prodaný gramofon zvýší poptávku po deskách. V letech 1933–1945 bylo na domácí trh uvedeno přes 23 tisíc těchto přehrávacích strojů.⁸²⁾

Roku 1936 se v protokolu ze správní rady objevuje stížnost na nedostatečné technické podmínky studia Radiojournalu a následně plán na výstavbu vlastního atelieru v budově Na Rokosce. Nahrávací aparatura byla do nově zřízeného studia přestěhována v lednu 1937 a další měsíc již zde vznikaly zkušební snímky.⁸³⁾ Němečtí technici pak s pražským Ultraphonem nahrávali až do roku 1939, kdy se odborného vedení studia ujal ing. František Oskar Zatočil, který pro Ultraphon do té doby vypracovával technické a zvukové posudky vyrobených desek, a režie zvuku František Valentini. I když Jan Valentini ve svých vzpomínkách zdůrazňuje, že angažmá německých techniků nijak neovlivnilo repertoár Ultraphonu, což dokládá realizovanými protifašistickými songy Voskovce a Wericha, otázkou zůstává, nakolik spolu s aparaturou Telefunkenu určovalo zvukovou estetiku nahrávek a jak spolupráce obou firem ovlivnila obchodní strategii Ultraphonu.⁸⁴⁾ Podle zápisu z valné hromady, konané 16. června 1937, bylo 2 tis. akcií v hodnotě po 200 Kč rozděleno mezi podílníky Jana Valentiniho, jenž zastupoval i bratra Františka (1217), Hugo Ullmanna (533), Antonína Jelínka (150), hudebního nakladatele Ferry Kovaříka (50) a nejmenovaného akcionáře (50).⁸⁵⁾ V lednu

80) K historii a repertoáru desek Telefunken v ČSR viz G. G ö s s e l, *Fonogram* 2, s. 496–501.

81) J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (5. díl), s. 71–72.

82) Gramofon byl sestaven na zakázku Ultraphonu s využitím součástek německých firem Braun a Perpetuum a švýcarské Paillard; tyto součástky byly ke konci 30. let postupně nahrazovány českými výrobky. K vývoji a prodeji Supraphonu srov. J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (11. díl). *Hudba a zvuk* 3, 1969, č. 12, s. 470–471; J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (14. díl), s. 299; Protokol ze schůze správní rady z 5. ledna 1938. ASM, k. 1, sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

83) Protokoly z první schůze správní rady z 30. října a 10. prosince 1936 a 23. února 1937. ASM, k. 1, sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

84) J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (5. díl), s. 71; srov. též J. K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 24.

85) ASM, k. 1, sl. Ultraphon – změna stanov, akcie.

1939 správní rada kooptovala nového člena Františka O. Zatočila, který získal 760 akcií, z větší části odkoupených od H. Utmanna.⁸⁶⁾

Podle analýzy *Hospodářského rozhledu* z dubna 1932 si Ravitas-Ultraphon, který se v té době objemem výroby pro domácí trh již vyrovnal hlavním koncernům, musel opatřovat chybějící kapitál „zrychlováním prodejního tempa, častým nahráváním (v extrémních případech až 100 snímků měsíčně) a likvidací skladů i za snížené výprodejní ceny.“⁸⁷⁾ Výroba Ravitasu a později Ultraphonu se na rozdíl od mezinárodních koncernů působících na čs. trhu jednoznačně zaměřovala na český repertoár, který tvořil 75 % jeho celkové produkce. Téměř 400 pořízených nahrávek filmových melodií představovalo v celkové produkci firmy z let 1929–1946 asi 13% podíl.⁸⁸⁾ Jan Valentini ve svých vzpomínkách uvedl, že se počty desek vylišovaných ve vlastní režii Ravitasem a posléze osamostatněným Ultraphonem pohybovaly v následujících výších (v tisících výtisků):⁸⁹⁾

1931	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939	1940	1941	1942	1943	1944	1945
320	371	295	244	319	321	350	354	384	529	604	607	671	546	645

Z přehledu je zřejmé, že Ultraphon po počátečním rychlém rozvoji prošel krizí, kterou začal překonávat roku 1935 a již nakonec vystřídala bezprecedentní konjunktura během války, kdy se výroba dostala přibližně na dvojnásobek výkonu z počátku 30. let. Těmto závěrům odpovídají také dostupné údaje o ekonomických výsledcích firmy z let 1932–1941. Rozdílly mezi krizí let 1932–1934 a obdobím po roce 1936 a hlavně 1937, který je v protokolech ze zasedání správní rady označen za bod zlomu a kdy Ultraphon již nečelil žádné výraznější konkurenci mimo Estu, se zde jeví jako ještě mnohem zřetelnější.⁹⁰⁾

1932/33	1934	1936	1937	1938	1939	1940	1941
– 80 (tis. Kč)	31	61	40	107	385	713	627

Již druhý den německé okupace odvolala správní rada z funkcí jednatelů bratry Utmannovy, nepochybně pro jejich židovský původ, a později jim přisoudila urči-

86) Srov. zápis z valné hromady, konané 30. ledna 1939. ASM, k. 1, sl. Ultraphon – změna stanov, akcie.

87) Nacionalisace gramofonového průmyslu, s. 2.

88) Srov. diskografie Ultraphonu v přítomném čísle *Iluminace*; provizorní soupis celkové produkce českého Ultraphonu srov. online: < <http://www.gramodesky.cz/> > (verif. 2. 7. 2007).

89) J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (14. díl), s. 299. Údaj pro rok 1931 doplněn dle: Nacionalisace gramofonového průmyslu, s. 2.

90) Protokoly ze schůzí správní rady z 26. května 1937, 5. ledna 1938, 7. dubna 1939, 6. listopadu 1940, 11. června 1941, 4. června 1942; protokol z valné hromady 25. května 1938. ASM, k. 1, složky Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946, a Ultraphon – změna stanov, akcie. Údaj pro obch. rok 1932/1933 viz in: *Compass 1935*, s. 1094; pro rok 1934 in: *Bilance Ultraphonu. Filmový kurýr* 9, 1935, č. 23 (7. 6.), s. 6. Na výsledky z první poloviny 30. let ovšem měly vliv také dluhy splácené Intraphoonu (viz výše).

té finanční kompenzace.⁹¹⁾ Ke konci války bylo vedení firmy podrobena německému dozoru prostřednictvím dvou zástupců firmy Telefunken, vyvíjející tehdy nátlak z titulu akcionářky, na základě 45% podílu německého obchodníka Karla Polty, který převzal bývalý podíl H. Ullmanna od F. Zatočila.⁹²⁾ Přesto se českému vedení Ultraphonu v průběhu celého válečného období podařilo udržet majoritní podíl i původní programovou orientaci na český repertoár. Společnost navíc dosahovala největších zisků za celou dobu existence, což se odráží i v rozhodnutí valné hromady z 18. června 1941 o navýšení akciového kapitálu o 800 tis. K na celkovou hodnotu 1,2 mil. K.⁹³⁾ Po tomto navýšení se o 2 tisíce akcií v hodnotě po 600 K dělili tito akcionáři: Karl Polta (783), Jan Valentini (425), František Valentini (317), R. A. Dvorský (275), Antonín Jelínek (150) a F. Kovařík (150); roku 1942 se Poltův podíl ještě zvýšil na 45 % (908 akcií).⁹⁴⁾ Po válce byl Ultraphon – spolu s ostatními složkami „výroby gramofonových desek“ v ČSR – znárodněn Benešovým dekretem ze dne 24. října 1945,⁹⁵⁾ přičemž správní rada a prokuristé se ve smyslu tohoto dekretu ujali až do doby zřízení národního podniku prozatímní správy.⁹⁶⁾ Národním správcem zestátněného Ultraphonu se stal advokát Antonín Jelínek, dosavadní předseda správní rady a akcionář. Počátkem dalšího roku byl Ultraphon spolu s dalšími gramofonovými společnostmi, vč. majetkových podstat zahraničních filiálek, začleněn do národního podniku Gramofonové závody, který zřídil ministr průmyslu Bohumil Laušman vyhláškou ze 7. března 1946, a to se zpětnou platností od 1. ledna 1946.⁹⁷⁾ V rámci tohoto národního podniku sice na začátku roku 1949 vznikl „Ultraphon, závod tuzemské distribuce“, ale s původní firmou měl společné jen jméno. Komunistické vedení se tak pokusilo využít dobré pověsti nejlepšího soukromého výrobce k vybudování nové distribuční sítě. Krátce nato vznikl odštěpný závod pro zahraniční obchod, jenž dostal jméno podle druhé ochranné známky bývalého Ultraphonu: Supraphon.⁹⁸⁾

V té době již nikdo z užšího vedení původního Ultraphonu v branži nepůsobil. Programový ředitel František Valentini v únoru 1945 těžce onemocněl a přestože pro firmu i poté pracoval ze svého bytu a z lázní, do zaměstnání se již naplno nevrátil a zemřel 7. září 1947. Jan Valentini sice po znárodnění Ultraphonu i nadále vykonával svou

91) Viz Protokol ze schůze správní rady z 16. března 1939. ASM, k. 1, sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

92) Počátkem roku 1943 se stal Karl Polta jednatelem a členem správní rady byl jmenován ředitel Telefunken z Berlína dr. Walter Facius, ani o jednom z nich se protokoly ze schůzí podrobněji nezmiňují a oni sami se jich neúčastnili. Viz protokoly ze schůzí správní rady ze 17. února, 24. března a 19. května 1943. ASM, k. 1, sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

93) Viz druhý dodatek ke stanovám Ultraphonu z 13. února 1943. ASM, k. 2, sl. Statut závodu Ultraphon.

94) ASM, k. 1, sl. Ultraphon – změna stanov, akcie.

95) Dekret presidenta o znárodnění dolů a některých průmyslových podniků ze dne 24. října 1945, č. 100 Sb. Online viz in: <www.lexdata.cz/web/lexdata.nsf>.

96) Protokol ze schůze správní rady z 9. listopadu 1945. ASM, k. 1, sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

97) Společnost „Gramofonové závody, národní podnik“, se sídlem Praha 2, Klimentská 36, byla do obchodního rejstříku zapsána 26. listopadu 1946 a jejím prvním ředitelem byl jmenován Josef Haša. Viz ASM, k. 2, sl. Statut závodu Ultraphon.

98) ASM, k. 2, sl. Ultraphon. Vznik a vývoj.

funkci, ve které od 1. ledna 1947 pokračoval jako náměstek ředitele Gramofonových závodů Josefa Haši, ale téhož roku jej vedení závodu obvinilo z obohacování na úkor podniku a počátkem roku 1948 si akční výbor Národní fronty a závodní rada vyžádaly jeho propuštění. Vymáháním nároku podnik pověřil bývalého člena správní rady Ultraphonu Antonína Jelínka, který pak Valentiniho v úředních dopisech oslovoval „příteli“. V průběhu roku 1949 tak Jan Valentini čelil třem žalobám za škodu v celkové výši 1,4 mil. Kč na základě obvinění, že po znárodnění Ultraphonu z firmy neoprávněně čerpal mzdy a provize z obratu pro sebe a ve prospěch svého bratra v době jeho nemoci. Valentini se přesvědčivě bránil, poukazoval na bratrovy zásluhy o vybudování českého gramofonového průmyslu a nakonec se mu podařilo prokázat nevinu, protože všechny peníze přijímal podle stále platných služebních smluv z r. 1939. Nicméně zůstal bez zaměstnání a bez prostředků, brzy po začátku sporu onemocněl a od prosince 1948 začal pobírat invalidní důchod.⁹⁹⁾ Zatímco jméno Valentini upadalo do zapomnění, původní značka elektrických gramofonů Supraphon se postupně stávala synonymem čs. gramofonového průmyslu, který ovšem na předválečnou tradici vydávání filmové hudby již nikdy výrazněji nenavázal.

Zrození „šlágru“ a diskurs o vztazích mezi akustickými médii

Diskurs o populární hudbě a vztazích mezi akustickými médii se po nástupu zvukového filmu obzvlášť bohatě rozvinul v Německu, jež bylo československému trhu kulturně i obchodně nejbližší. Německé oborové i kulturní časopisy je třeba zohlednit jako základní ideové pozadí domácích diskusí; jejich dlouhodobý vliv lze sledovat na řadě více či méně věrných parafrází, citátů i plagiátů v českém tisku.

Vynikající interpretaci historického významu kulturní zkušenosti posluchače populární hudby a diskursu o filmovém „šlágru“ ve Výmarské republice nabídl americký kulturolog Brian Currid. Písňové hity se podle něj díky rozhlasu, gramofonu a zvláště zvukovému filmu staly naléhavým symptomem i aktivním činitelem rozkladu buržoazního subjektu a tradiční měšťanské veřejnosti. Mediatizovaný „šlágr“, který se šířil dosud neslýchanou rychlostí různými komunikačními kanály a vyvolával dojem simultaneity, „hyperpřítomností“ napříč sociálními vrstvami, vytvářel novou formu kolektivity – *Schlageröffentlichkeit*, jež vznikala v momentě masového poslechu a osvojení šlágru. V dobovém diskursu vystupoval jako úniková fantazie pro „pradlenky“, vyjadřující své pocity prostřednictvím nejnovějších popěveků a imitace filmových hvězd, a jako *Schlagerindustrie*, jež nahradila tradiční hudební kulturu monopolní sériovou výrobou braku. Na druhé straně ale také konkretizoval dosud nezřetelné pronikání komodifikace do oblasti osobních prožitků, infiltraci kapitalistických forem produkce do intimní sféry, a umožňoval tak kritiku nové formy subjektivity. Currid, inspirovaný frankfurtskou školou, dospívá k závěru, že filmový šlágr činí lépe pochopitelným historický moment formování masové společnosti, kdy se mění vztah mezi veřejnou a privátní sférou.¹⁰⁰⁾ Zde ovšem nebudeme zkoumat široký sociální význam šlágru, nýbrž se

99) ASM, k. 5, sl. Jan Valentini.

100) Brian Currid, Das Lied einer Nacht. Filmschlager als Organe der Erfahrung. In: Malte Hagener – Jan

zaměříme na konkrétní kulturně-ekonomické vztahy mezi filmem a hudebním průmyslem, jak byly reflektovány v českém a německém odborném tisku.

Řada komentátorů si brzy po uvedení prvních amerických talkies v Berlíně uvědomila, že s nástupem zvuku se musí otevřít hranice filmu jako soběstačného „organismu“ a „zájmové sféry“, aby mohl těžit ze zdrojů, kapitálu a distribučních kanálů elektroprůmyslu, rozhlasu, gramofonu či hudebních vydavatelství.¹⁰¹⁾ Kurt London, známý filmový publicista a autor knihy *Film Music* (1936), prohlásil rok 1929 za moment zrodu nového umění mechanizované hudby, zcela odlišného od zvukových ilustrací němých filmů: „filmového šlágru“ (*Filmschlager*), jenž definoval jako „hudební kus, který sám o sobě jakožto hudba může proslavit film více, než by to on dokázal vlastními silami.“ Aby takto šlágr fungoval, musí být podle Londona šířen a popularizován dalšími kanály, nejlépe již před filmovou premiérou.¹⁰²⁾ Naproti tomu hudební vydavatelé a gramofonové společnosti ve stejné době rychle zjišťovali, že skutečný hit se z písně stane nejlépe tím, že bude propagována filmem, a že filmové šlágry jdou na odbyt snáz než jiná hudba, a to jak na deskách, tak ve formě hudebnin. Roku 1930 proto nebyly neobvyklé odhady (jistě poněkud nadnesené), že 80–95 % prodávaných nahrávek či hudebnin pochází ze zvukových filmů.¹⁰³⁾

Gramofon společně se zvukovým filmem a rozhlasem pochopitelně vyvolával kritické reakce kulturních elit, stejně jako zástupců hudebnických svazů v nejrůznějších diskusích o „strojové“, „konservované“ či „mechanické“ hudbě a obecněji o zmasovění a internacionalizaci kultury, zpasivnění hudební veřejnosti, demoralizujícím účinku městské taneční hudby na nižší sociální vrstvy a na venkov nebo o potřebě přísnějších kontrolních mechanismů.¹⁰⁴⁾ Na rozdíl od filmu a rozhlasu ale gramofonový průmysl po celé meziválečné období nepodléhal cenzuře písňových textů a dokonce ani povinnosti úřední registrace nahrávek.¹⁰⁵⁾ Když roku 1936 podala Společnost pro hudební výchovu návrh zákona o zřízení „státní diskotéky“, registrace a cenzury desek, vznesl proti tomu Svaz průmyslu a obchodu gramofony účinný protest, připravený členem

Hans (eds.), *Als die Filme singen lernten. Innovation und Tradition im Musikfilm 1928–1938*. München : Edition text+kritik 1999, s. 48–60.

101) Film – Schallplatte – Musikverlag – Radio. *Film und Ton* (příloha čas. *Lichtbildbühne*), 1929, č. 56 (7. 9.), s. 1.

102) Kurt London, Die Filmmusik – ein Seismograph der kulturellen Entwicklung. *Der Film* 14, 1929, č. 5 (21. 12.), 4. Beilage, s. 2, 5. Beilage, s. 1.

103) Schallplatte und Film: Der Tonfilm macht den Schlager. *Film-Kurier* 12, 1930, č. 81 (3. 4.), nestr.; Tonfilmschlager reorganisiert den Musikhandel! Tonfilmlieder, Tonschallplatten bevorzugt. *Film und Ton* (příloha čas. *Lichtbildbühne*), 1930, č. 12 (22. 3.), s. 1.

104) Srov. např. Jaromír Filáček, Technika a hudba. *Hudební výchova* 10, 1929, č. 2–3, s. 30–33; Proti strojové hudbě, zvukovému filmu a cizincům. *Hudebník* 11, 1930, č. 11 (15. 1.), s. 5–6; Jčk, Strojový film po stránce českosti a pravda o některých pražských „zvukových“ filmech. *Věstník československých hudebníků* 23, 1930, č. 3 (16. 2.), s. 3–4.

105) Srov. Mirko Očekalík, Před gramofonovým zákonem. *Přehled rozhlasu* 1, 1932, č. 5, s. 3–4. Problematika cenzurních opatření a úřední evidence v oblasti populární hudby a gramofonového průmyslu by si žádala samostatné podrobnější zpracování. Povinnost předkládat dokladové desky z každé série k úřednímu schválení byla zavedena pravděpodobně až za Protektorátu. Viz J. Valentini, Vzpomínky na Ultraphon (14. díl), s. 299.

správní rady Ultraphonu Karlem Buršákem.¹⁰⁶⁾ Gramofonová hudba tak ve větší míře než film a rozhlas poskytovala prostor pro periferní kulturní projevy od drsné politické satiry (jako je Hašlerův kuplet „My nejsme národ fašistů“) přes obhroublé odrhovačky až po pornografii, aniž by existovaly centrální mechanismy pro její regulaci.¹⁰⁷⁾

Na druhé straně ovšem s modernizací reprodukční techniky a s rozšířením repertoáru nahrávek stoupal kulturní status gramofonu, který již ani pro intelektuály nebyl „nejprotivnějším nástrojem 20. století“.¹⁰⁸⁾ Hudební vědec a programový ředitel Radiojournalu Mirko Očadlík například v článku pro první číslo časopisu *Přehled rozhlasu* (s příznačným podtitulem *Kulturní měsíčník radiofonie, zvukového filmu a gramofonní hudby*) definoval kritéria hodnocení gramofonové nahrávky se zvláštním důrazem na technická specifika média: nutnost odpoutat se od tradičního vztahu k živé hudbě a rozlišovat mezi kvalitami interpretace a samotného záznamu na základě porozumění reakcím mikrofonů na výškové frekvence, účinkům různých způsobů rozmístění mikrofonů v ateliéru, jejich selektivnosti a mixování, akustice nahrávacího studia, tvůrčí roli zvukového technika atd.¹⁰⁹⁾

Rodil se také nový typ náročného konzumenta. Tento „diskofil“, „gramofil“ či „fonoamatér“ si kultivoval svůj vkus opakovaným přehráváním oblíbených skladeb, systematicky si rozšiřoval domácí sbírku, „diskotéku“, učil se správně ošetřovat desky a vyměňovat jehly, dokázal si kvalifikovaně vybírat z katalogů mezi různými nahrávkami stejných skladeb, budoval si vztah k oblíbeným značkám, žánrům a interpretům.¹¹⁰⁾

Časopis *Přehled rozhlasu* v parodickém medailónku charakterizoval soudobého diskofila takto:

Uplynulo pár let a nyní byste diskofilovu pracovnu nepoznali. Podél stěn táhnou se vysoké police až ke stropu a v nich desítky a desítky krabic. Samé desky. Mechanický gramofon nahrazen elektrickým a nechán stranou pro potřebu v případě, že by nastala porucha proudu. Pick-up [přenoska] převádí vibraci do čtyřlampovky a do drahého anglického tlampače. V této pracovně žije diskofil celý svůj život, dokonce tu i jít.¹¹¹⁾

Evropští diskofilové se ve 30. letech začali sdružovat v klubech a spolcích, jejichž prostřednictvím nejenže rozvíjeli své hudební a sběratelské vědomosti, ale často i prosazovali vlastní repertoár nebo zakládali hudební tělesa.¹¹²⁾ Nejvýznamnější české usku-

106) Protokol ze schůze správní rady z 20. října 1937. ASM, k. I, sl. Protokoly ze schůzí správní rady Ultraphonu, 1933–1946.

107) Roku 1931 odhadl *Filmový kurýr* počet „pornografických a triviálních“ desek prodávaných v ČSR na 100. Viz V české výrobě gramofonových desek... *Filmový kurýr* 5, 1931, č. 18 (1. 5.), s. 6. Srov. též Josef K r u ž í k, Gramofon a kultura. *Svět mluví* 5, 1936, č. 4 (25. 2.), s. 4; G. G ö s s e l, *Fonogram*, s. 174.

108) Takto o 20 let dříve gramofon označil básník František Seraf Procházka ve své odpovědi do „Ankety o biografech“. *Samostatnost* 2, 1912, č. 156 (7. 6.), s. 2.

109) M. O č a d l í k, Návod ke kritice gramofonových desek. *Přehled rozhlasu* 1, 1932, č. 1–2, s. 4–5.

110) Srov. M. O č a d l í k, Domácí diskoteka. *Žijeme* 2, 1932, s. 141–145; srov. též Desatero gramofila. *Hlavní seznam desek Ultraphon a Telefunken*. Praha: Ultraphon 1937, s. 7.

111) Jan W e n i g, Diskofilovo zrození a zánik. *Přehled rozhlasu* 3, 1934, č. 4, s. 9.

112) D. S c h u l z - K ö h n, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*, s. 183.

pení tohoto druhu, „Gramoklub, spolek čs. diskofilů a sdružení pro moderní hudbu“ (založ. 1935),¹¹³⁾ vzniklo z popudu sběratele desek, jazzového publicisty a redaktora českých repertoárů několika zahraničních gramofonových značek Emanuela Uggého (1900–1970) a jeho členskou základnu tvořili většinou vysokoškolští studenti. V letech 1935–1937 v rámci spolku působil také amatérský hot-jazzový „Orchestr Gramoklubu“, jenž nahrával desky ve studiu Ultraphonu.¹¹⁴⁾ V druhé polovině 30. let tento kulturní vzestup gramofonové hudby dále pokračoval snahami (byť neúspěšnými) o přijetí „gramofonového zákona“, o zřízení „státní diskotéky“, povinné registrace a konzervace desek nebo o restaurování starých snímků.¹¹⁵⁾

Ačkoli to nemuselo platit pro úzký okruh náročných znalců jazzu, širší skupiny příznivců gramofonové hudby se od nástupu filmového zvuku nepochybně překrývaly s filmovým a rozhlasovým publikem. Jak napsal Dietrich Schulz-Köhn, „Všechna tato tři odvětví se dnes prezentují jako jednotný celek, jenž se dělí o stejnou skupinu konzumentů, kterou každé z nich připravuje pro další dvě složky akustického oboru.“¹¹⁶⁾ V této dělbě zvukových médií o stejné skupiny konzumentů hrál klíčovou roli intermediačního spojení filmový šlágr. Jaroslav Přibík to v textu s příznačným názvem „Film, který se dá předvádět při černé kávě“, vydaném v *Revue Ultraphonu*, vyjádřil takto:

Mezi fanoušky filmovými a gramofonovými není velkého rozdílu od té doby, co se úspěšné šlágry, písničky nebo arie ze zvukových filmů natáčejí ještě jednou na černý kotouč, který nám zvukově předvede naše miláčky z plátna a my přitom sedíme v klubovce [...]. Když si mladý muž pozve přítelkyni s chvalitebným úmyslem, aby jí činil nástrahy, jistě neroztočí desku z „Mé vlasti“ ani „Missu solemnis“, ale napustí ovzduší své garçoniery jedovatým chraptěním Marleny v „Jonny“ nebo „Petrovi“, jimž až na tvrdošíjné případy neodolá žádná dobře vychovaná slečna. Když si pak tentýž mladý muž pozve několik kamarádů, aby s nimi oslavoval poslední státníci nebo povýšení v úřadě, nechť je po nich, aby pili minerální vodu a poslouchali Karla Hašlera nebo Jarmilu Novotnou, ale pochopte, že sborem spustí s mládencem paní Hussonové: „Maintenant je sais ce que c'est“. A když k nám přijede tetička ze Žabovřesk, to se ví, že jí nezahrajete nic jiného než PÍSNÍČKÁŘE nebo V TOM DOMEČKU POD EMAUZY.¹¹⁷⁾

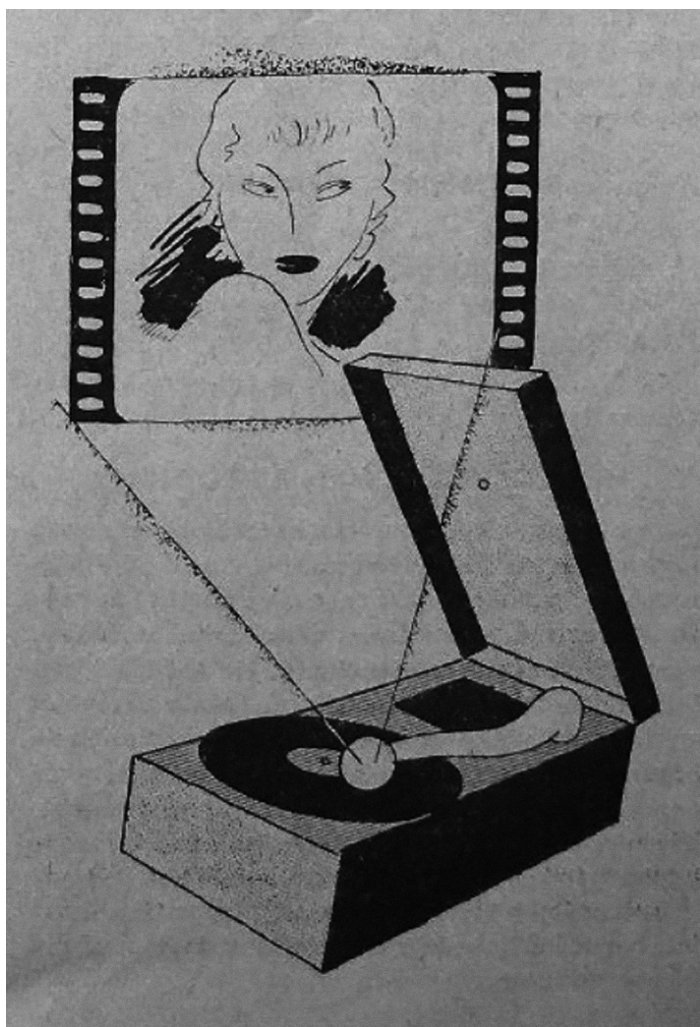
113) M. L a š f o v k a a kol., *Pražské spolky*, s. 277.

114) Srov. J. K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 82–83. Uggého si bratři Valentiniové vybrali také jako redaktora firemního časopisu *Revue Ultraphonu* (1932–1933).

115) M. O č a d l í k, Diskotéka a povinná registrace a konzervace gramofonových desek. In: V. M i k o t a (ed.), *Hudba a národ*, s. 149–151.

116) D. S c h u l z - K ö h n, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*, s. 141.

117) Jaroslav P ř i b í k, Film, který se dá předvádět při černé kávě. *Revue Ultraphonu* 1, 1933, č. 4 (léto), s. 3. Přibík v citátu odkazuje na konkrétní desky, většinou nabízené českým Ultraphonem. Písně Friedricha Holländera „Jonny“ a „Peter“ v interpretaci Marlene Dietrichové vyšly společně na desce Ultraphonu A887; sérii nahrávek z cyklu „Má vlast“ vydal rovněž Ultraphon; „Maintenant je sais ce que c'est“ je píseň z filmu MLÁDENEC PANÍ HUSSONOVÉ; nahrávky Ultraphonu z PÍSNÍČKÁŘE viz v diskografii G. Gössela v tomto čísle *Iluminace* (vyšly i na šesti dalších etiketách); píseň z filmu V TOM DOMEČKU POD EMAUZY vydal Odeon, Beethovenovu „Missu solemnis“ hrál měsíc před vydáním Přibíkova článku Radiojournal.



Obr. č. 1

„Film, který se dá předvádět při černé kávě“
(Revue Ultraphonu 1, 1933, č. 4, s. 3)

Příbík v tomto citátu anekdoticky vystihuje, jak se vkusová kritéria posluchačů desek orientovala podle analogických hodnotových měřítek filmové recepce. Jak naznačuje článek z časopisu Film, desky se pro filmové fanoušky měly stát novým, technicky pokročilejším zástupným předmětem, umožňujícím přenést auru uctívaných hvězd z veřejného prostoru kina do soukromí: „Jestliže dříve sbírali filmoví entusiasti obrázky filmových hvězd, způsobil nyní zvukový film rozšíření jejich zálib napísně z jednotlivých filmů. Jejich přehrávání doma umožňuje ideálně gramofonová deska.“¹¹⁸⁾

118) Gramofonové desky a zvukový film. *Hollywood* (příloha čas. *Film*) 5, 1931, č. 4 (1. 4.), s. 4.

Na druhé straně filmový šlágr, migrující mezi kinem, gramofonem a rozhlasem, vstupoval také do již ustavených sociálně-kulturních modelů poslechu a použití mechanické hudby. Z hlediska recepce zesílil základní rozpor mezi poslechovou nahrávkou jako „účelem o sobě“, jehož jediným smyslem bylo zprostředkovat kontakt s jedinečnou osobností interpreta a jeho hlasem, a mezi standardizovanější užitou hudbou, čili nejčastěji taneční deskou. Muzikolog Hans Mersmann v této souvislosti zdůraznil, že užití či „neosobní“ desky (*Gebrauchsplatte*) nejsou jednoduše podřadnějšími napodobeninami desek poslechových, ale že musejí splňovat sobě vlastní specifická kritéria: hlas zpěváka zde nemá přitahovat pozornost k sobě samému, nýbrž se má podříditi metrice tance. Na příkladu nahrávek filmových písní Marlene Dietrichové a Maurice Chevaliera ukazuje, že jejich různé verze usilují buďto o zpřítomnění hereckých osobností skrze nezaměnitelný hlasový projev, nebo naopak osobitost hlasu potlačují ve prospěch rozpracovanější instrumentální složky. Na rozdíl od dřívější praxe zde ale vzniká nepřekonatelná disproporce mezi filmovou písní, pro diváka neodlučně spojenou s mimikou a gestikou herce či dějovou situací, a toutéž písní izolovanou na zvukové nahrávce.¹¹⁹⁾ Deska sice může stimulovat diváckou paměť posluchače, ale nikdy nenahradí vizuální konkrétnost jeho filmového prožitku.

Jaroslav Příbík ve výše citovaném textu definuje potěšení z poslechu nahrávky filmového šlágru nikoli jako příležitost k tanci nebo hluboký hudební zážitek, ale v souladu s prvním Mersmannovým modelem šlágru jako „zvukové evokace po výtce subjektivní“, jejichž cílem je vyvolat „pocity, které máme k určitým oblíbeným představitelům filmovým“:

Ať už je to tedy pan Načeradec [Hugo Haas] nebo Chevalier, [Jeanette] MacDonaldová nebo Dietrichová, [Albert] Préjean nebo [Štefan] Hoza, je to vždy jejich osoba a jejich osobní kouzlo, které nám vyvolá gramofonová deska. Ne ovzduší filmu, ale ovzduší těchto představitelů je začarováno do rýh gramofonové desky. Můžeme proto říci, aniž bychom ubližovali hudební stránce těchto osobních zvukových projevů, že hudba v nich hraje úlohu druhořadou. Kdyby Marlena zpívala třeba „Cikánku“, bude to zase Marlena a naše Bětuška, která tutéž Cikánku zpívá při máchání prádla, nás nikdy nebude ohrožovat sex-appealem. Je to takzvané kouzlo osobnosti, které nám učarovává, a ne kouzlo nápěvu nebo hudby.¹²⁰⁾

Podobný typ poslechu, tentokrát orientovaný spíše na evokaci prostředí filmového příběhu než na hvězdy, čtenáři-spotřebitelé navrhuje další článek z časopisu *Revue Ultraphonu*, vychvalující sugestivní účinek nahrávek melodií z filmů Reného Claira:

Díky gramofonové desce můžeme si tento waltz opět oživit v paměti a evokovati si tak kouzlo pařížského Montmartru, které přímo číší z Clairova filmu [...]. Obě melodie opět vyjadřují skvěle charakter filmu a evokují jeho usměvavost a zdravou veselost.¹²¹⁾

119) Hans Mersmann, Schlagerplatte und Persönlichkeit. *Melos* 10, 1931, č. 1, s. 19–21.

120) J. Příbík, c. d.

121) Breznický, Desky z filmů René Claira. *Revue Ultraphonu* 1, 1933, č. 4 (léto), s. 17.

Takto definované potěšení z poslechu nahrávky filmového šlágru je ovšem třeba brát s rezervou: jako určitý ideál fanouškovského zanícení a způsob reklamního oslovení. Konstruuje se zde kontemplativní model recepce, založený na téměř fetišistickém obcování s hlasem hvězdy či stopami filmové atmosféry, ale praxe české gramofonové produkce mluví spíše ve prospěch *Gebrauchsplatte*, protože většinu desek nahrávali náhradní interpreti (viz níže).

Ve filmové branži se vůči šlágrům vyprofilovaly dva postoje: esteticky motivované odmítnutí jeho strukturně rozkladného účinku a pragmatická vůle využít jeho komerční potenciál, přičemž tato hlediska se setkávala na stránkách stejných časopisů a do určité míry se i prolínala. *Filmový kurýr* uveřejnil např. tuto tradicionalistickou lamentaci:

Místo [filmové hudby] zaujal šlágr. Pronikl všemi vážnými hudebními pokusy a opanoval pole jako vítěz. Bacil šlágru šířil se na všechny strany, založil výrobu šlágrů a plánovitě rozkládal zvukový film. [...] Udělal z dramatu operetu a z hry pózu. Roztrhal dramatickou tkáň nejpečlivějšího libreta, zničil nejdůležitější napínavé momenty [...]. „Pásovou“ výrobou šlágrů nastala šlágrová inflace a šlágr sám stále více stíral filmu jeho charakter.¹²²⁾

Na druhé straně si filmaři i publicisté z popularity lehké filmové hudby vzali ponaučení, že potenciální šlágr je od nynějška nezbytným ohniskem zvukové dramaturgie každého filmu, bez ohledu na jeho žánr. Skladatele filmových písní, tzv. šlágristu, pasovali na nejdůležitějšího tvůrčího spolupracovníka a neváhali, byť s politováním, tvrdit, že „až na výjimky se dnes filmy točí jen kvůli písním“ a že nějaký příběh, který je pak doplní, se již vždy najde.¹²³⁾ Šlágr se tedy na rozdíl od hudební ilustrace připojuje k vyprávění a postavám bez vnitřní motivace, jako předem hotová a soběstačná jednotka s vlastní ekonomickou agendou, jež se od filmu zase snadno odpoutá a po vlastní trajektorii doputuje k novým okruhům konzumentů.¹²⁴⁾ Není proto divu, že *Filmový kurýr* v létě 1930 doporučuje zařazovat do tištěných programových letáků „texty šlágrů zpívaných ve filmu a často v podtitulkách nepřekládaných“.¹²⁵⁾ Zvukový film dal v součinnosti s gramofonem a rozhlasem pojmu šlágr kvantitativně nový význam prostřednictvím široké a rychlé působnosti, jaké mohla tato média docílit jen společnými silami a jaká byla nedosažitelná pro živé koncerty či operetu: schopností bleskově šířit melodii mezi obrovským počtem diváků po celé zemi jako „epidemii“ či „požár“ a zakrátko ji nahradit novou melodií.¹²⁶⁾

Tento cyklický proces sestávající z fází nečekaného zrodu, agresivní expanze, pokračující regionální, sociální i kulturní hranice, a nakonec rychlého vyčerpání a zániku

122) C. [Kurt] L o n d o n, Hudba tvoří sloh zvukového filmu. *Filmový kurýr* 6, 1932, č. 48 (25. 11.), s. 2.

123) Dr. F. H., Das Musikproblem im Tonfilm: Los vom Schlager! *Film-Kurier* 12, 1930, č. 195 (19. 8.), nestr.

124) H. H. W i n s., Der unmotivierte Schlager. *Film-Kurier* 12, 1930, č. 22 (18. 9.), nestr.; Význam šlágru ve zvukovém filmu. *Filmový kurýr* 7, 1933, č. 16 (21. 4.), s. 3.

125) Výhlídky do nové sezony. *Filmový kurýr* 4, 1930, č. 34 (22. 8.), s. 1.

126) Wie nutzt der Schaumann den Schlager. *Film-Kurier* 12, 1930, č. 205 (30. 8.), nestr.; ch., 500 let šlágru. *Radiojournal* 10, 1932, č. 52 (24. 12.), s. 11.

expresivně vylíčil E. F. Burian ve svém článku oslavujícím subverzivní písňovou tvorbu městské periferie jako parodizující obranu proti prefabrikovanému šlágru z desek, filmů a rozhlasu:

Na rozích se objeví nejnovější šanson, plakátovaný nejnovějším stylem nejnovějšího kýčáře. Plakát řve, že už 10.000 ploten hýbe městem a vesničkami, že už ministranti v kostele odpovídají knězi refrémem „Cikánky“ ... že vrabci se už vykašlali na věčné čimčarování a zpívají sladké „Nikdy se nevrátí...“ Biografie vychrlí ve čtyři, v šest a v osm své obecnstvo, otrávené a zpocené věčným: „Teď jste slyšeli naši znamenitou desku jediné a pravé čs. výroby.“ Rádio se činí, aby své populární (už je to tady zase) posluchače uničilo neméně než biografy. Flašiny, niněry a fujary, drátníci, danciny a dupárny, kavárny a restaurace, slečny domácí i trampové přírodní, všechno to huláká a řve z profese a ze zábavy, dokud se nenaplní osud určitého počtu výtisků ploten a not. Pak rámus podezřele utichne, aby začal znovu na plakátovém nároží s novým humbukem atd. atd...¹²⁷⁾

Při bližším pohledu je zřejmé, že Burian zde ironizuje obchodní strategii Ultraphonu, který v první polovině 30. let vedl ofenzívu proti filiálkám zahraničních koncernů s pomocí vlastenecké rétoriky a promyšlené spolupráce s českým filmem i rozhlasem (viz níže). Písňe Karla Vacka „Cikánka“ a „Nikdy se nevrátí pohádka mládí“ patřily k nejúspěšnějším nahrávkám firemního katalogu, které vycházely opakovaně v různých verzích.

V obou hlavních českých oborových časopisech, *Filmovém kurýru* (reprezentujícím zájmy kin) a *Filmu* (zastupujícím půjčovny), vycházely v době raného zvukového filmu, tj. v letech 1929–1934, relativně pravidelné přehledy nových nahrávek filmových melodii včetně jejich objednacích čísel. Filmoví žurnalisté si dobře uvědomovali, jaký obchodní význam má šlágr pro odbyt nových filmů: „Slyšená melodie, doprovázená obrazem, působí mnohem intenzivněji a často byla příčinou, proč se na jeden film šlo vícekrát.“¹²⁸⁾ Inzerující výrobci desek zase spoléhali na podporu odbytu svých nahrávek prostřednictvím filmu:

Nyní se chodí do kina hodně kvůli hudbě. Stále hledáte nové písňe a zajímavé je, že kdybyste mnohé slyšeli pouze v gramofonu a neviděli film, nezaujímou vás. Kdežto slyšíte-li je v kině, zpívané takovou Marlene Dietrich nebo Liane Haidovou, musíte si je pořídit a hrajete je tak dlouho, až zase objevíte nový film s novými šlágry.¹²⁹⁾

Zajímavé je, že na tomto poli jednoznačně dominovala (stejně jako ve vztazích mezi gramofonovým průmyslem a rozhlasem) jediná firma: Ultraphon. Ve *Filmu* se sice vedle reklam na desky Ultraphonu objevovaly i soupisy filmového repertoáru značky His

127) Emil František B u r i a n, Šlágr a dnešní periferie. *Magazin Dp*, 1933–1934, č. 3, s. 73–75. Cit. dle: E. F. B u r i a n, *Nejen o hudbě*. Praha: Editio Supraphon 1981, s. 193–194.

128) Film a gramofonové desky. *Film* 11, 1931, č. 11 (1. 11.), s. 5.

129) Filmové hvězdy u „His Master's Voice“. *Hollywood* (příloha čas. *Film*) 5, 1931, č. 1 (1. 1.), s. 2–3.

Master's Voice s připojenými inzeráty prodejny Karla Hašlera, ale *Filmový kurýr* tiskl výhradně seznamy Ultraphonu; ostatní výrobci desek si do filmových časopisů cestu nenašli. Ultraphon byl v těchto odborných listech chválen za pohotové uzavírání smluv s autory a vydavateli nejžhavějších novinek:

Gramofonový obor pracuje se zvukovým filmem nyní ruku v ruce. [...] Ultraphon nejen že vydává ihned z každého zvukového filmu ty nejúspěšnější písně, ale zásluhou ředitele p. Valentiniho od zdejší odbočky Ultraphonu, spol. Ravitas, přináší vždy nejméně jednu desku z každého českého zvukového filmu, zakládajíc tak náš deskový zvukový archiv.¹³⁰⁾

Kromě toho filmoví publicisté připisovali Ultraphonu hlavní zásluhy o „nacionalizaci“ gramofonového průmyslu po osamostatnění firmy roku 1932 a po zavedení dovozních cel:

Po vyřazení německých filmových šlágrů ze světové produkce a cizích šlágrů u nás vůbec má vydávání těchto desek [Ultraphonem] se skladbami českých autorů, které jsou nahrávány u nás s našimi hudebníky, vedle propagace pro český film i velký význam hospodářský.¹³¹⁾

Na přelomu let 1930 a 1931 se dokonce v obou časopisech objevily zprávy, že Ravitas-Ultraphon s pomocí investic holandské centrály staví v Libni ateliér na synchronizaci němých českých filmů, výrobu českých vsuvek do zahraničních filmů a elektrické přepisování optické zvukové stopy na 45 cm desky pro reprodukci filmového zvuku na deskovém systému. K realizaci těchto plánů ovšem nikdy nedošlo a synchronní zvuk z českých filmů v kinech i nadále reprodukovaly jen aparatury s optickým systémem.¹³²⁾

Povědomí filmových tvůrců, podnikatelů a publicistů o obchodních a kulturních vazbách mezi filmem, populární hudbou a gramofonovými deskami lze dokumentovat také na příkladu tzv. filmových výstav, které ve 30. letech sloužily jako nejprestižnější veřejná platforma pro sebe prezentaci odvětví. První samostatná propagační akce tohoto druhu (byť byla formálně součástí Pražských vzorkových veletrhů – PVV) se konala pod názvem „I. mezinárodní filmová výstava“ ve Veletřním paláci od 13. do 19. března 1932. Z katalogu je zřejmé, že jedním z přímých impulsů k jejímu vzniku byla transformace národního filmového průmyslu po nástupu zvuku. Porota pod vedením Jiřího Havelky se tehdy rozhodla zařadit do „kulturního oddělení“ výstavy (konkrétně do 6. sekce „Tisk, propaganda a reklama“) i expozici Kruhu autorů písniček a operet (KAPO),¹³³⁾ zaměřenou na „hudebniny z českých zvukových filmů“. Součástí

130) Gramofonové desky a zvukový film, s. 4.

131) Filmoví umělci na deskách. *Filmový kurýr* 8, 1934, č. 46 (16. 11.), s. 5.

132) Atelier na synchronizaci filmů v Praze. *Filmový kurýr* 4, 1930, č. 47 (21. 11.), s. 4; Atelier na synchronizaci filmů v Praze. *Hollywood* (příloha čas. *Film*) 4, 1930, č. 12 (1. 12.), s. 4; Budeme mít cizí filmy česky synchronisované? Domácí velkovýroba zvukových filmů na deskách. *Filmový kurýr* 5, 1931, č. 7 (13. 2.), s. 2; Gramofonové desky a zvukový film, s. 4.

133) KAPO se ustavil r. 1930 jako volné zájmové sdružení, jež koordinovalo „snahy skladatelů, textařů a libretistů z okruhu populární hudby a operet v jejich poměru k zprostředkovatelským a provozovacím institucím (rozhlas, gramofonové společnosti, operetní divadla, nakladatelé apod.).“ J. K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 14.

„obchodního a průmyslového oddělení“ se zase stal stánek firmy Ravitas, která zde prezentovala „propagační materiál, gramofonové desky a přístroje“. ¹³⁴⁾ O rok později sice filmová výstava při PVV pokračovala v mnohem menším měřítku, ale i zde se vedle výrobců filmů či zvukové techniky představily „desky ze zvukových filmů Ultraphon“ a „komposice ze zvukových filmů“ Vlkova hudebního nakladatelství. ¹³⁵⁾ Gramofonové desky nechyběly ani při třetím a posledním pokračování filmové výstavy na podzim téhož roku 1933, kde se mezi pouhé čtyři stánky vešla expozice značek Ultraphon a Telefunken, které zde návštěvníkům předváděly „ukázky písní a hudby ze zvukových filmů“. ¹³⁶⁾

Synergie I: desky v kinech

Pojem mediální synergie v kontextu tématu této práce označuje vzájemně prospěšnou součinnost mezi jednotlivými odvětvími zábavního průmyslu, a to jednak ve smyslu průmyslové organizace založené na koncentraci dříve samostatných odvětví a podniků, jednak a především ve smyslu vzájemné marketingové podpory (*cross-promotion*), jejímž prostřednictvím se recipročně stimuluje návštěvnost filmů, prodej gramodesek a poslechovost rozhlasu. ¹³⁷⁾ Gramofonové společnosti si rychle uvědomily, že film je „ideálním doporučovatelem gramofonových desek“. Spojení s ním jim dávalo možnost využít zavedených jmen (filmových titulů, hereckých hvězd, žánrů) k marketingu vlastních výrobků, a tím i výhodu na vysoce kompetitivním trhu, orientovaném na plynulý přísun novinek. Rovněž pro filmové výrobce a kina představovalo šíření filmových melodií a jmen (např. prostřednictvím stejnojmenné titulní písně) na deskách, respektive jejich prostřednictvím v rozhlasu, účinný nástroj reklamy, a to jak před premiérou, tak v průběhu jednotlivých distribučních cyklů. ¹³⁸⁾

Povědomí o příbuznosti zvukových médií pro vydavatele nahrávek i pro filmové podnikatele znamenalo především to, že se mají společně snažit o časovou koordinaci a sémantickou asociaci filmové premiéry s uvedením desky, aby tak docílili co nejsilnějšího efektu reciproční reklamy (*Gemeinschaftspropaganda*). Podle dobových doporučení měla jít deska do prodeje ještě před premiérou, ale ne příliš brzy, aby publikum, zhýčkané nepřetržitým přísunem novinek, nepokládalo melodii za „ohranou“: nejlépe tedy asi o osm dní dříve. Německé i české oborové časopisy provozovatelům kin radily, aby s předstihem zjišťovali, jaké šlágry jejich budoucí programy obsahují, aby dojednali s lokálním prodejcem desek a hudebnin dekorování výloh těmito písněmi a přímými poukazy na blížící se filmové představení a aby na oplátku v kině propagovali místního prodejce hudebnin či desek reklamními diapozitivy nebo rovnou přehráváním desek z nadcházejících filmů. ¹³⁹⁾ V článku z *Filmového kurýru*, který téměř doslova kopíroval

134) Srov. *Katalog I. mezinárodní filmové výstavy v Praze 1932*. Praha : Čefis 1932, nestr.

135) Filmová výstava na veletrhu. *Filmový kurýr* 7, 1933, č. 13 (31. 3.), s. 2.

136) Filmová výstava na PVV. *Filmový kurýr* 7, 1933, č. 36 (8. 9.), s. 3.

137) K pojmu synergie mezi hudebním a filmovým průmyslem srov. Jeff Smith, *The Sounds of Commerce: Marketing Popular Film Music*. New York : Columbia UP 1998.

138) Film a gramofonové desky. *Film* 11, 1931, č. 11 (1. 11.), s. 5.

139) Wie nutzt der Schaumann den Schlager. *Film-Kurier* 12, 1930, č. 205 (30. 8.), nestr.; Der Tonfilm

starší německá doporučení tohoto druhu, se objevil i konkrétní návod pro reklamní diapozitivy: „Právě slyšíte píseň (šlágr) z předváděného (připravovaného) zvukového filmu... Desky dostanete u...“¹⁴⁰⁾ Jiný článek provozovatele kin nabádal, aby „na rozloučenou“ doprovázeli odchod obecnstva ze sálu reprodukcí ústředního šlágru z gramofonové desky.¹⁴¹⁾

Byť je dnes nemožné prokázat, do jaké míry se podobné návody uplatnily v praxi, lze důvodně předpokládat, že kino sloužilo (nejen gramofonovým firmám) jako vhodný prostor pro zvukovou reklamu a že propagace prostřednictvím desek se začala masivněji šířit zvláště v letech 1932–1933. Kino totiž shromažďovalo velké množství potenciálních konzumentů, jež bylo možné vystavit účinku propagační kampaně, aniž by se před ní měli kam skrýt. *Filmový kurýř* popsal praxi zvukových reklam spojujících diapozitivy a desky takto:

Zvukový doprovod nahrán je na gramofonové desce a „synchronisován“ velmi jednoduchým způsobem. Po ukončení jednotlivých proslavů ozve se úder na gong, který nejen že odděluje jednotlivé oddíly akusticky, ale zároveň jest signálem pro operátora k výměně diapozitivu. Jelikož však ze serie reklam nahraných na desce nelze pak jednotlivé hlášení vynechat, nutno tedy reklamy zadávati na určitou, dosti dlouhou dobu [...].¹⁴²⁾

Kapitola o „zvukové reklamě“ z dobové technické příručky končí tvrzením, že publikum pražských kin přijímá reklamní sdělení reprodukované z desek a doplněné diapozitivem příznivě. Provozovatelům kin se zde také doporučovalo, aby si pořizovali a hráli desky „s proslovem o příštích programech, jež mají v kinu být předváděny“ v kombinaci s němým „ukázkovým filmem“ (v dnešní terminologii trailerem). Reklamní deska měla obsahovat stručný obsah, jména režiséra a herců, případně i hodnocení kritiky.¹⁴³⁾

Ultraphon používal diapozitivy se zvukovými nahrávkami jako standardní propagační prostředky určené k předvádění na začátku filmového představení nebo v přestávkách.¹⁴⁴⁾ Jiří Voldán ve svých vzpomínkách uvádí, že jeden takový diapozitiv nesl nápis „Písne z tohoto filmu obdržíte na deskách Ultraphon“ a byl promítán při každém představení daného filmu.¹⁴⁵⁾ Jak plyne z článku v časopise *Film*, Ultraphon také jistou dobu poskytoval nahrávky šlágrů provozovatelům kin, aby s jejich pomocí propagovali své chystané programy.¹⁴⁶⁾ Gabriel Gössel zmiňuje, že firma roku 1935 u příležitosti premiéry amerického filmu *TARZAN, SYN DIVOČINY* natočila reklamu (v české a německé verzi), která sestávala z opakující se věty „Nový Tarzán přichází“, doplněné „sugestiv-

fördert die Schallplatte! *Film-Kurier* 12, 1930, č. 98 (24. 4.), nestr.

140) Gramofonová deska ve službách reklamy. *Filmový kurýř* 6, 1932, č. 6 (5. 2.), s. 3.

141) Film a gramofonové desky. *Film* 11, 1931, č. 11 (1. 11.), s. 5.

142) Zvuková reklama v pražských kinech. *Filmový kurýř* 7, 1933, č. 3 (20. 1.), s. 2.

143) B. N o v á k – Jiří H a v e l k a, *Základy zvukové techniky*. Praha : Čefis 1934, s. 134, 146.

144) J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (6. díl). *Hudba a zvuk* 3, 1969, č. 3, s. 110.

145) Jiří V o l d á n, *Šli tři muzikanti a jiné vzpomínky na ty, o nichž se málo psalo*. Praha : Panton 1970, s. 145.

146) Krise v kinech. *Film* 13, 1933, č. 2 (1. 2.), s. 5 a 8.

ním opičím řevem“.¹⁴⁷⁾ Gramodesky bylo pochopitelně možné také přehrávat ve foyer, v promítacím sále jako předeheru nebo mezi jednotlivými částmi filmového představení, v době tehdy povinné přestávky. Nabízela se také možnost umístit reklamu gramofonové firmy přímo do úvodních titulků filmu. Na rozdíl od standardní praxe uvádění filmových názvů na etiketách desek je četnost odkazů na hudební nahrávky ve filmových titulcích obtížné posoudit, protože velká část z původních titulkových sekvencí se nedochovala a byla nahrazena novými, stručnějšími verzemi. Ačkoli je zřejmé, že tato technika nebyla zcela běžná, minimálně Ultraphon ji využíval opakovaně, jak dokazují firemní loga a nápisy „Písne jsou nahrány na deskách Ultraphon“, „Písne z tohoto filmu na deskách Ultraphon“ a „Desky: Ultraphon“ v titulcích na archivních kopiích filmů ZE SOBOTY NA NEDĚLI, OKÉNKO a ZA ŘÁDOVÝMI DVEŘMI.

Z Německa je známá praxe prodeje gramodesek a hudebnin přímo v kinech. Této množnosti zpočátku využíval hlavně Ufaton, a to v kinech spřízněných s koncernem Ufa, ale již od prvního čtvrtletí 1930 někteří velkoobchodníci uzavírali s provozovateli kin dohody o společném prodeji a spouštěli k tomuto účelu zvláštní reklamní kampaně.¹⁴⁸⁾ Na čs. trhu pravděpodobně převládaly individuální dohody provozovatelů kin s místními prodejci desek a hudebnin o společné reklamě, ale vyloučit nelze ani prodej nahrávek přímo v budovách kin, jak naznačuje přítomnost jedné z nejznámějších pražských prodejen, patřící Karlu Hašlerovi, v pasáži kina Světozor ve Vodičkově ulici, jejíž reklamy se kolem r. 1930 pravidelně objevovaly v časopise *Film*.

Nahrávky pro synchronní deskové aparatury zvukových kin, které se používaly zvláště v prvních letech zvukového filmu, než byly vytlačeny aparaturami optickými, měly zvláštní formát (45 cm, 33,3 ot./min.) a jejich výroba i distribuce s běžným provozem gramofonových společností přímo nesouvisela. Nicméně desky v normálních formátech (25 a 30 cm, 78 ot./min.) se v kinech uplatňovaly nejen jako reklama, ale i jako nesynchronní doprovod k němým filmům nebo němým verzím zvukových filmů pro venkovská kina, a zde vznikl další prostor pro synergii. Kolem roku 1933 se již ve většině kin, které dosud nedisponovaly synchronní zvukovou aparaturou, promítalo v doprovodu reprodokované hudby, a nikoli živého orchestru. Pro tyto potřeby se používaly elektrické gramofony, nazývané též „nonsynchrony“ či „nonsyny“, z nichž byl signál veden do zesilovačů a reproduktorů (u modernějších přístrojů ještě procházel filtrem a „tonmixerem“). Kinooperatéři se doporučovalo mít k dispozici zvláštní „zásobník desek“ s hudebními úryvky a zvukovými efekty, označenými štítky, které usnadní řazení k jednotlivým filmovým scénám. Některé z těchto desek dodávaly k filmovým titulům půjčovny, jindy si sám operátor sestavil výběr z běžného katalogu nahrávacích společností nebo zakoupil speciální desky se soubory zvukových efektů. Například Ultraphon nabízel na desce A10542 sadu různých fanfár, bubnování, zvuků bitevní vřavy, větru apod.¹⁴⁹⁾ Propagační potenciál nonsynchronního deskového doprovodu je naznačen v článku o filmu ZPÍVAJÍCÍ BLOUD, jedním z neúspěšnějších amerických titulů na čs. trhu z doby nástupu zvuku:

147) Gössel zmiňuje ještě reklamní gramodesky propagující premiéry filmů OHNIVÉ LÉTO, EVA TROPÍ HLOUPOSTI a ŠTÁSTNOU CESTU. Viz G. Ö s s e l, *Fonogram*, s. 122.

148) W. M ü h l - B e n n i n g h a u s, *Das Ringen um den Tonfilm*, s. 272.

149) B. N o v á k - J. H a v e l k a, c. d., s. 127–132.

I jako němý film bude mít SINGING FOOL úspěch, stačí, použije-li se k ilustrační hudbě obyčejných gramofonových desek buď Brunswick, zpívaných samotným Jolsonem, neb His Master's Voice, česky zpívaných Hašlerem.¹⁵⁰⁾

Z jiného článku (rovněž se skrytým reklamním podtextem) vyplývá, že menší a venkovská kina tento postup skutečně používala a že byla také náležitě oslovována nahrávacími firmami.¹⁵¹⁾ Ze způsobu propagace elektrického gramofonu značky Supraphon plyne, že s praxí gramofonového doprovodu k němým filmům počítali výrobci přístrojů ještě v polovině 30. let:

„Továrna Ultraphon, a.s. v Praze, svým novým výrobkem, hracím přístrojem Supraphon, přináší na trh velmi zajímavý aparát, který zejména pro kinomajitele má značný význam. Je to přístroj, který ve spojení se zesilovačem zvukového zařízení nebo radiopřijímačem umožní přehrávat i gramofonové desky, jako doprovod k němému filmu nebo v přestávkách ap., při čemž možno sestavit program podle libovolné volby gramofonových desek. [...] Zvuk přehrávané desky může se libovolně zesilovat a zeslabovat (stejně jako u radia), takže přístroj se dá použít i pro jiné velké místnosti, zahrady, restaurace a pod., stejně jako pro diskretní hudbu v pokoji.“¹⁵²⁾

Reprodukováná hudba mezi představeními či v přestávkách se uplatňovala i později a po různých proměnách funkce a technické realizace ji v kinech můžeme slyšet dodnes (jako zvukovou reklamu, hudební složku trailerů či jako background music, která má diváky správně naladit na konzumpci filmového produktu). Za zmínku ovšem stojí zvláště její použití v době stalinismu. V roce 1947 zahájila Státní půjčovna filmů (r. 1948 přeměněná na Rozdělovnu filmů) centrální distribuci desetitisíců gramodesek do kin, vybíraných tak, „aby byla zvýšena úroveň reprodukováné hudby v kinech“.¹⁵³⁾ Roku 1949 zde vzniklo zvláštní hudební oddělení, jež kromě rozesílání desek začalo pod vedením skladatele Jiřího Strniště vydávat „hudební pásy k jednotlivým filmům“, jimiž měl být „odstraněn nesoulad mezi přestávkovou hudbou v kinech a promítaným filmem“, a to tím, že „hudba byla stejného původu jako promítaný film, nebo ze země, kde se děj odehrává“.¹⁵⁴⁾ Těchto filmových pásů, jež nahrával Filmový symfonický orchestr, bylo do roku 1950 vydáno celkem 47, v letech 1951 až 1955 dalších 20, přičemž v repertoáru převládala ruská a česká klasická hudba nebo revoluční skladby soudobých sovětských autorů.¹⁵⁵⁾ Reprodukováná hudba v kinech, podřízená centrálnímu plánování, se takto stala nástrojem ideologické kontroly potenciálně rušivých přechodů mezi jednotlivými částmi filmového představení, které do té doby spadaly do kompetence lokálních provozovatelů.

150) Singing Fool. *Hollywood* (příloha čas. *Film*) 4, 1930, č. 1 (1. 1.), s. 3.

151) Hudba a zvukový film. *Hollywood* (příloha čas. *Film*) 4, 1930, č. 9 (1. 9.), s. 8.

152) Co je Supraphon? *Filmový kurýr* 8, 1934, č. 25 (22. 6.), s. 3.

153) Artuš Černík, *Výroční zpráva o čs. filmovnictví. Rok 1948*. Praha : Čs. státní film [nedat.], s. 166.

154) J. Havelka, *Čs. filmové hospodářství 1945–1950*. Praha : Český filmový ústav 1970, s. 216–217.

155) A. Černík, *Výroční zpráva o čs. filmovnictví. Rok 1950*. Praha : Čs. státní film [1952], s. 191–193;

J. Havelka, *Čs. filmové hospodářství 1951–55*. Praha : Český filmový ústav 1972, s. 336.

Synergie II: šlágry ve filmech

Zhodnotit vztah českých filmových výrobců ke gramofonovému průmyslu je obtížnější než vztah představitelů gramofonového průmyslu k filmu. Je to dáno tím, že v ČSR neexistovaly přímé strukturální vazby mezi oběma odvětvími. V USA v letech 1928–1929 velká studia propadla „merger manii“ a horizontálně se integrovala s nahrávacími firmami, rozhlasovými společnostmi a hlavně skupovala klíčová hudební nakladatelství, aby si zajistila přístup k autorským právům. V Německu r. 1929 založila Ufa nakladatelství Ufaton, aby lépe zhodnotila hudbu z filmů, a Tobis počátkem 30. let spolupracoval se sesterskou firmou Deutsche Ultraphon na vydávání desek pro kina.¹⁵⁶⁾ Naproti tomu české filmové výrobny přímo neinvestovaly do gramofonové výroby ani do hudebních vydavatelství, a proto se hlavním pohonem spolupráce obou odvětví stala snaha filmařů umístit do filmu co nejatraktivnější šlágry a úsilí nahrávacích společností využít filmů k propagaci nahrávek.

Jeff Smith ve své knize o vztazích hudebního a filmového průmyslu zdůrazňuje, že význam synergie není možné hodnotit pouze na základě tržeb a tvrdit například, že tato obchodní strategie je úspěšná jen tehdy, pokud se nosiče s filmovou hudbou prodávají lépe než ostatní nahrávky. Kromě vzájemné marketingové podpory zde totiž hrají klíčovou roli také ekonomické principy „úspor z rozsahu“ (*economies of scale*), konkrétně snížení nákladů prostřednictvím efektivního managementu zdrojů jejich sdílením a opakovaným zužitkováním, a za druhé rozložení finančních rizik pomocí tvorby mnohonásobných center výnosů.¹⁵⁷⁾ Na československém trhu, kde neexistovala přímá organizační ani kapitálová spojení mezi gramofonovým a filmovým průmyslem, se úspory z rozsahu a rozložení rizik týkaly spíše výrobců hudebních obsahů (nakladatelství), kteří zvyšovali příjmy z provozovacích poplatků umisťováním svých skladeb do filmů, rozhlasu a na desky, a jednotlivých umělců-podnikatelů, kteří mohli využívat a více či méně i kontrolovat šíření svých skladeb různými mediálními kanály.

K nejúspěšnějším tvůrcům-podnikatelům, schopným efektivně využít své lidské a tvůrčí zdroje ve všech zvukových médiích, patřili R. A. Dvorský, Karel Hašler a Vlasta Burian. Dvorský (1899–1966) působil jako skladatel, pianista, zpěvák, filmový herec, nakladatel a od r. 1929 především kapelník jazzového orchestru Melody Boys. Jeho soubor se stylově pohyboval po celém spektru tehdejší populární hudby a nahrál přibližně dva tisíce gramofonových snímků, z nichž podstatná část byly melodie z filmů, ať už českých nebo německých. Největší díl z nich vyrobil Ultraphon, v jehož správním radě Dvorský od roku 1933 zasedal jako místopředseda a později i akcionář. Paralelně vedl úspěšné hudební nakladatelství (1936–1948), zaměřené na edice populárních písní, podílel se jako herec, zpěvák či autor hudby, často i se svým orchestrem, na více než 30 filmech a vystupoval v rozhlasových pořadech věnovaných lehké taneční hudbě.¹⁵⁸⁾

156) Srov. Douglas G o m e r y, *Coming of Sound. A History*. New York – London : Routledge 2005, s. 118–124; W. M ü h l - B e n n i n g h a u s, *Das Ringen um den Tonfilm*, s. 143.

157) J. S m i t h, *The Sounds of Commerce*, s. 187–189.

158) J. K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 70–71.

Burian (1891–1962), bezkonkurenčně nejpopulárnější český filmový herec meziválečného období, v letech 1923–1932 nazpíval minimálně 40 snímků pro HMV, včetně německých a českých verzí písniček z C. A. K. POLNÍHO MARŠÁLKA nebo titulní písně z filmu TO NEZNÁTE HADIMRŠKU, pak přestoupil k Ultraphonu, pro nějž nahrál mj. písně z filmů ANTON ŠPELEC, OSTROSTŘelec a U SNĚDENÉHO KRÁMU, a po válce vydal několik desítek nahrávek na etiketě Supraphonu. V období 1925–1943 řídil úspěšné Divadlo Vlasty Buriana, současně od roku 1925 hojně vystupoval v kabaretních pořadech Radiojournalu, který pravidelně zařazoval také cykly jeho gramofonových nahrávek a vysílal přenosy z jeho divadla. O vánocích 1931 Burian spustil provoz vlastního biografu Kinema, přičemž závěrečnou scénu zahajovacího představení C. A. K. POLNÍHO MARŠÁLKA dohrál živě na jevišti.¹⁵⁹⁾

Ještě bohatší zkušenosti s gramofonovým průmyslem získal legendární písničkář, herec a kabaretiér Karel Hašler (1879–1941), který si roku 1919 otevřel vlastní „Nakladatelství Hašlerových písniček“, 1921 prodejnu hudebnin v pasáži Lucerna a v letech 1924–1932 řídil pražskou pobočku The Gramophone Co., pro niž sestavoval český repertoár značky HMV (sám na tuto etiketu česky přezpíval např. filmové hity Ala Jolsona). Ve své nové prodejně „Karel Hašler a spol.“ v budově kina Světozor hned od r. 1929 nabízel desky ze zvukových filmů, jež si od něj zpočátku pravidelně půjčoval Radiojournal, v jehož studiu byl Hašler pravidelným hostem již od r. 1924. Kromě toho se od poloviny 10. let až téměř do konce života podílel na tvorbě více než 30 filmů jako herec, scenárista, autor písní, ba dokonce i režisér a vedoucí produkce. Již ve 20. letech vznikly tři hrané snímky na námět jeho stejnojmenných písniček a po nástupu zvuku se s ním počítalo jako s osobností, jež měla spoluurčovat podobu budoucího českého filmu: V prologu Antonovy TONKY ŠIBENICE se domácímu publiku představil jako jakýsi „posel“ mluvícího filmu, společnost AB mu na jaře 1930 plánovala svěřit režii svého prvního (nakonec nerealizovaného) zvukového titulu „Filosofská historie“, ambiciózní družstvo pro výrobu českých filmů Čefid si jej v říjnu 1930 zvolilo za komerčního ředitele.¹⁶⁰⁾

Ačkoli dobové práce o české filmové hudbě před rokem 1945 kladou důraz na její teleologický vývoj k funkční podřízenosti celkové struktuře díla,¹⁶¹⁾ při zohlednění jejího „mimotextuálního“ a komerčního kontextu dospíváme k poněkud odlišnému závěru. Josef Kotek odhadl, že populární hudba hrála zásadní roli nejméně ve 200 českých hraných filmech vyrobených mezi lety 1930 a 1945, což představuje výrazně nadpoloviční většinu celkové produkce. Nejružnější kuplety a šlágry, které současně vydávaly gramofonové firmy, se uplatnily napříč žánrovým spektrem od operet přes frašky až po vážná dramata.

159) Vladimír J u s t, *Vlasta Burian. Mystérium smíchu*. Praha : Academia 2001 (2. vyd.), s. 216–217; A. J. P a t z a k o v á (ed.), *Prvních deset let československého rozhlasu*; Burianovo Kinema. *Filmový kurýr* 5, 1931, č. 52 (25. 12.), s. 9.

160) G. G ö s s e l, *Fonogram*, s. 172–175; Eva J e š u t o v á a kol., *Od mikrofonu k posluchačům. Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha : Český rozhlas 2003, s. 161; Zdeněk Š t á b l a, *Data a fakta z dějin čs. kinematografie, 1896–1945*, sv. 3. Praha : Čs. filmový ústav [interní tisk] 1990, s. 132, 170; Rudolf D e y l, *Písničkář Karel Hašler*. Praha : Panton 1968, s. 166, 172.

161) A. M. B r o u s i l, *Hudba v našem filmu*. Praha : ČSFN 1948; Vladimír B o r, *O filmové hudebnosti*. Praha : ČSFN 1946.

Skladatelé jako Jára Beneš, Josef Kumok či Josef Stelibský paralelně působili i v jiných odvětvích hudebního průmyslu (divadelní opereta, písňová tvorba, rozhlas, gramodesky) a práci pro film chápali jen jako jednu z řady možností, jak uplatnit své skladby nebo interpretační umění. Není tedy divu, že jejich přínos se často omezil na dodání ústředních melodií a písní, zatímco instrumentaci a úpravu pro konkrétní film obstarávali řemeslní specialisté jako Miloš Smatek.¹⁶²⁾ Hlavním cílem filmové hudby z tohoto hlediska nebylo emocionální podbarvení příběhu, rozvinutí dramatického potenciálu scény nebo charakterizace postav, ale spíše vhodné podání šlágru, který se měl vryt divákovi do paměti jako soběstačná atrakce, dosáhnout toho, aby „si jej při odchodu z kina musel už sám pískat nebo zpívat“, a tím rozšířit pověst filmu mezi další potenciální konzumenty. Konvenční motivace, které odůvodňovaly umístění zpěvních vložek s opakující se ústřední melodií do narativní stavby, trefně vystihl Lubomír Dorůžka:

Hrdinka naslouchala písničce z gramofonové desky (záběr na točící se gramofonovou desku i se zdůrazněnou firemní značkou najdeme v mnoha filmech z třicátých let); v nočním podniku, kam hrdinové zavítali, ji hrál některý populární orchestr a zpíval zpěvák, zabíraný přímo v obraze.¹⁶³⁾

V českých filmech 30. let můžeme objevit bezpočet scén z vináren, barů, operetních divadel či dancingů, v nichž zpěváci a orchestry hrají sami sebe, zatímco hrdinové příběhu stojí opodál a poslouchají nebo tancují. R. A. Dvorský takto představoval dirigenta či zpěváka v téměř 20 snímcích a podobnou roli plnili v desítkách dalších filmů např. Oldřich Kovář nebo soubory Setleři a Bajo trio. Snahu filmových výrobců o ztotožnění filmu s ústředním šlágre (a nepřímo s deskou, rozhlasovou relací nebo písničkovým tiskem) dokládá široce uplatňovaná technika volby totožného názvu pro titulní píseň a pro samotný film. V letech 1930–1945 tuto strategii zvolili filmoví výrobci ve 30 případech, z nichž značná část patřila k největším diváckým hitům své doby (měřeno podle doby premiérového uvádění): C. A K. POLNÍ MARŠÁLEK, TO NEZNÁTE HADIMRŠKU, ANTON ŠPELEC, OSTROSTŘELEC, U SVATÉHO ANTONÍČKA, DOKUD MÁŠ MAMINKU, SVĚT PATŘÍ NÁM, FALEŠNÁ KOČIČKA, ULICE ZPÍVÁ, PŘEDNOSTA STANICE, NOČNÍ MOTÝL ad. Skutečným mistrem ve využití filmu jako zprostředkovacího média pro šíření svých písniček se stal Karel Hašler, autor či spolutvůrce takových titulů jako PÍSNÍČKÁŘ, SRDCE ZA PÍSNÍČKU či JARNÍ PÍSNÍČKA. U příležitosti dokončení svého autorského snímku SRDCE ZA PÍSNÍČKU Hašler vyjádřil svou představu filmové formy jako záminky pro prezentaci pěveckých čísel: „[...] omezil jsem dialogy [...] na nutné expositivní vysvětlivky a natočil film skoro němý, jehož děj jsem podložil hudbou a doplnil písněmi. Je to pokus o jinou formu filmu; pokus jít jinou cestou, než dosud české filmy šly.“¹⁶⁴⁾ Písničky, které ve filmu znějí, si Hašler vydal ve svém nakladatelství a kromě toho byly zachyceny na 12 gramofonových snímcích, prodávaných pod 16 objednávacími čísly,¹⁶⁵⁾

162) J. K o t e k, *Dějiny populární hudby a zpěvu (1918–1968)*, s. 28–29.

163) L. D o r ů ž k a, *Karel Vacek*, s. 115.

164) Karel H a š l e r, Srdce za písničku. K premiéře filmu ve Fénixu a Hollywoodu. *Filmový kurýr* 7, 1933, č. 51 (22. 12.), s. 15.

165) V přítomné studii používám jako základní identifikační údaj a měrnou jednotku pro kvantitativní hodnocení výroby a prodeje nahrávek filmových melodií tzv. objednávací čísla. Dobová evidence gra-

včetně desek na etiketách HMV. Podobně postupoval ale již v případě o rok staršího vlasteneckého dramatu PÍSNÍČKÁŘ (1932), jakési autoapoteózy, kterou pro něj režíroval Svatopluk Innemann. Sentimentálním příběhem o buditeli s loutnou, maskovaném za rakouského úředníka, se Hašler s Innemannovou pomocí pokusil divákům vsugerovat představu (vlastních) písniček jako nástroje v boji za svobodu národa a sjednocení všech sociálních vrstev. V rozhovoru pro *Revue Ultraphonu* se Hašler vyjádřil jasně: „Bude mi jen oceněním, uzná-li je [jeho válečné písničky] jednou historie za součást toho, čemu se dnes říká domácí odboj a co jsem chtěl naznačit ve filmu PÍSNÍČKÁŘ.“¹⁶⁶⁾ Pěvecká čísla v Hašlerově podání jsou důsledně integrována do diegeze, zatímco ne-diegetická symfonická hudba v úpravě Miloše Smatka se jim strukturně podřizuje, aby je prostřednictvím rozmanitých přechodů a variací mohla obrazně povznášet do vyšší kulturní roviny, kde by sousedila např. se Smetanovou „Vltavou“.

Výmluvnější než samotná hudba je ovšem modernistická montáž zdůrazňující alegorickou funkci komunikační techniky a její vztah k populární hudbě. Hašlerův hlavní hrdina, revoluční písničkář skrývající se pod maskou poštovního ředitele, provádí špiónáž v telefonní centrále, která spojuje armádní velení s frontou, ale v rukou odbojářů se mění v pomyslné spojení s bratry uvězněnými na bojištích první světové války. Síť telegrafních a telefonních kabelů je jako synekdocha moderních sdělovacích prostředků v dynamických montážních sekvencích stavěna do paralely k síti souvěrců, mezi něž Hašlerův hrdina úspěšně distribuuje své písně a kteří, jakoby nakažení jejich sugestivní silou, společným zpěvem vytvářejí imaginární komunitu národa a budoucího státu, překračující prostorové, sociální i politické bariéry stávající reality.

Nahrávky písní, jejichž tištěné edice vydalo Hašlerovo nakladatelství, se začaly prodávat již několik týdnů před premiérou a celkově dosáhly tehdy rekordního počtu 23 objednacích čísel (Ultraphon 5, Artona 2, Selektion 1, Esta 7, Odeon 3, Slavia 1, Monopol 1, Aso 1, Homokord 2). 28. listopadu, tedy pouhé tři dny po slavnostním uvedení filmu ve třech pražských kinech současně (Lucerna, Kotva, Metro), již Radiojournal vysílal dvě písničky z nahrávky Ultraphonu (10538A): „Českého písničkáře“ a „Pochod svobody“ v podání R. A. Dvorského a jeho Melody Boys. Ačkoli Hašlerovo

mofonových desek sice neměla zcela jednotný systém, ale ve většině případů byl každý zvukový záznam označen nejprve tzv. matričním číslem (tzn. jedna dvoustranná deska měla ve výsledku dvě matriční čísla) a každá deska, zařazená do katalogu firmy a uvedená na trh, dostala přiděleno jedno objednací číslo, jež sloužilo k usnadnění objednávání zboží maloobchodníky a koncovými spotřebiteli a bylo také hlavním identifikačním údajem v reklamních materiálech a rozhlasovém vysílání. Jelikož je přítomná studie zaměřena na vzájemnou marketingovou podporu filmu a populární hudby, jeví se jako vhodnější základní údaje objednací číslo (hledisko prodejce a konzumenta) než číslo matriční (hledisko výrobce), protože jedna nahrávka mohla na trh vstupovat v různých vydáních, a tudíž pod různými objednacími čísly. Pře-li se v přítomném textu o určitých sumách objednacích čísel na jeden film, míní se tím nikoli jednoduše počet pořízených nahrávek, ani počet desek, nýbrž počet prodávaných nahrávek neboli stran desek, na nichž se melodie z daného filmu dostaly do prodeje. Takže když byla jedna původní nahrávka z filmu s jedním matričním číslem vydána pod třemi objednacími čísly, do součtu objednacích čísel se započte číslo tři; když na dvou stranách jedné desky s jedním objednacím číslem vyšly dvě písně z téhož filmu, do celkové sumy objednacích čísel na daný film se promítnou jako dvě jednotky; když vyšla na jedné straně desky píseň z daného filmu a na druhé straně např. melodie z operety, do celkové sumy se započte jedna jednotka.

166) g., Několik minut s Karlem Hašlerem. *Revue Ultraphonu* 1, 1933, č. 4 (léto), s. 8.

jméno v předcházejících týdnech v programových přehledech *Radiojournalu* chybělo, v průběhu následujícího měsíce, kdy stále film běžel ve třech premiérových kinech, se jeho písničky z éteru ozývaly nezvykle často: 9., 14., 21. a 22. prosince, přičemž poté byl Hašler nasazován opět jen tu a tam.¹⁶⁷⁾ Jak je zřejmé z výše uvedených souvislostí, Hašlerovi zdaleka nešlo jen o úspěch samotného filmu a o samolibou oslavu vlasteneckých zásluh, ale také o realizaci promyšlené obchodní strategie založené na koordinaci všech odvětví zábavního průmyslu, o opakované využití vlastních zdrojů a rozšíření možností jejich dalšího komerčního i kulturního uplatnění. Nikoli tedy pouze o imaginární komunitu národa, ale také o komunitu posluchačů stejné desky a rozhlasové relace či diváků téhož filmu, kterou spojuje „okřídlený“ šlágr.

Šíření filmového obsahu do dalších komoditních forem a mediálních kanálů se pochopitelně nemuselo omezovat na gramofon, rozhlas a písničkové edice. V případě výrazných diváckých hitů docházelo i k tomu, že filmová látka byla pohotově adaptována pro divadlo nebo vydána knižně. Zpráva o úspěšném osmitýdenním uvádění prvního amerického zvukového filmu *LOĎ KOMEDIANTŮ* zdůrazňuje, že románová předloha Edny Ferberové současně vychází v českém překladu. Největší německý hit českých kin *DVĚ SRDCE VE ¾ TAKTU* zase v operetní verzi upravené Františkem Nekvapilem uvedlo rok a půl po filmové premiéře Tylovo divadlo v Nulších. Melodie z obou filmů současně patřily k úspěšným gramofonovým titulům, které vyšly v řadě verzí u různých značek.¹⁶⁸⁾

Synergie III: filmy na deskách

Podobně jako v případě diskursivních praktik, i výběr filmového repertoáru nahrávacích společností lze zkoumat na pozadí dobové situace v Německu, které bylo domácími podnikateli i publicisty minimálně do nacistického převratu reflektováno jako hlavní referenční pozadí pro hodnocení českého trhu. Dietrich Schulz-Köhn popsál německou praxi 30. let takto:

Programová oddělení gramofonových firem sledují novinky v rozhlase a ve filmu nejen kvůli novým umělcům a melodiím. S filmovými výrobci navazují velmi těsnou spoluprací. Již několik týdnů před premiérou navštěvují příslušní referenti představení pro tzv. interesenty, aby zhlédli nejnovější filmy a seznámili se s jejich melodiemi, a podle toho mohli vybrat vhodné interprety. Některé skladby vyžadují orchestrální zpracování, jiné je nejlepší podat ve volném stylu, ještě jiné se nejvíce hodí pro pěvecké provedení. Mnoho zkušenosti a citu vyžaduje také rozpoznání, které z melodií si mohou snadno získat přízeň publika. Výběr orchestru, obstarání not, nahrání snímku, výroba kopií a distribuce sice zabere dost času, ale desky by měly být v prodeji již v den filmové premiéry.¹⁶⁹⁾

167) Srov. programové přehledy věstníku *Radiojournal*.

168) Universal. *Film* 9, 1929, č. 10 (1. 10.), s. 3; „Dvě srdce ve ¾ taktu“... *Filmový kurýr* 5, 1931, č. 41 (9. 10.), s. 4; Edna F e r b e r o v á, *Divadelní loď*. Praha : Otto 1929.

169) D. S c h u l z - K ö h n, *Die Schallplatte auf dem Weltmarkt*, s. 140.

Domácí praxi vytváření repertoáru metodou iniciativního vyhledávání novinek a talentů ze všech oborů zábavního průmyslu zachytil ve své vzpomínkové knize textař a kmenový autor Ultraphonu Jiří Voldán:

François [František] Valentini měl na starosti nahrávání desek, Žanek [Jan] jejich prodej. François byl duší Ultraphonu po stránce umělecké, Žanek byl duší Ultraphonu po stránce výrobní, distribuční a účetní. A protože François měl na starosti nahrávání desek, byl vlastně všude. Na koncertech. V kinech. V divadlech. V barech. V koncertních kavárnách. Nenadsazuji – opravdu všude. Byli jsme spolu jedno půldne ve dvou kinech na filmech, které musel vidět. Šli jsme vlastně z představení na představení. A večer, když něco narychlo pojedl v bufetu, šel do divadla za E. F. Burianem. A po divadle ještě do kavárny, kde hrál koncertní virtuos Dol Dauber. Kam šel ještě o půlnoci? V jednom baru hrál kapelník něco, co by mohl být šlágr, tož šel si to poslechnout...¹⁷⁰⁾

Za tuto pohotovost a úzkou spolupráci s českými autory si František a Jan Valentiniové vysloužili chválu v oborovém tisku, který jim přisuzoval rozhodující podíl na rychlé proměně nabídky na trhu s deskami od převážně internacionálních šlágrů z přelomu 20. a 30. let k většinově českému repertoáru.¹⁷¹⁾

Jak dokládá pasáž ze vzpomínek Jana Valentiniho, Ultraphon sestavoval repertoár filmových melodií v přímé návaznosti na probíhající filmovou výrobu a jejich marketing koordinoval s připravovanými premiérami:

Byli jsme vždycky předem informováni, kdy bude mít nový film premiéru v určitém biografu. Snímky z tohoto filmu už byly závčas nahrány, jelikož materiál nám obvykle dodal sám skladatel nebo nakladatel. Také jsme kladli důraz na to, aby snímky byly u nás nazpívány umělci, kteří účinkovali ve filmu.

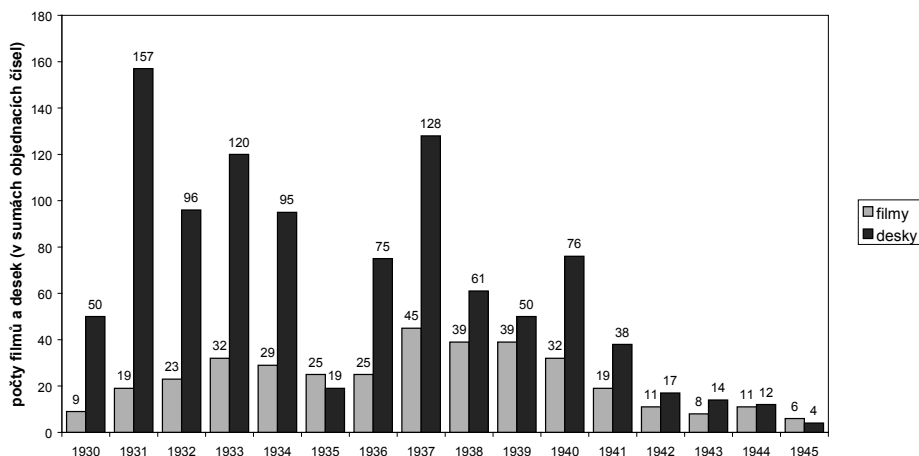
V biografu už při premiéře byl promítán diapozitiv, že písně z tohoto filmu jsou nahrány na deskách Ultraphon a jsou v obchodě již k dostání. Někdy se také hned při premiéře filmu v přestávce přehrávaly.¹⁷²⁾

Výmluvné závěry o dobové praxi „timingů“, načasování prodeje desek vzhledem k filmové premiéře, lze vyvodit ze vzorové diskografie Ultraphonu, kterou pro přítomné číslo *Iluminace* připravil Gabriel Gössel. V 62 % českých filmů byly související nahrávky pořízeny (a ve většině těchto případů pravděpodobně i uvedeny do prodeje) ještě před premiérou filmu. Jelikož se v intervalech vyskytují extrémní výkyvy (záznamy pořízené téměř rok před premiérou nebo po ní), může nám nejpřesnější představu o dobové praxi poskytnout nikoli průměr, ale spíše střední hodnota (statistický medián) ze všech 100 % filmů vzorku, jež činí přibližně jeden týden mezi pořízením nahrávky a premiérou. Znamená to tedy, že Ultraphon se skutečně snažil následovat strategii popsanou v oborových časopisech: uvádět desky na trh ještě před začátkem filmové distribuce, ale nikoli příliš brzy, aby se melodie publiku neoposlouchaly, a mohl tak vzniknout kýžený synergetický efekt vzájemné propagace.

170) J. V o l d á n, *Šli tři muzikanti*, s. 68.

171) Filmoví umělci na deskách, s. 5.

172) J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (6. díl), s. 110.

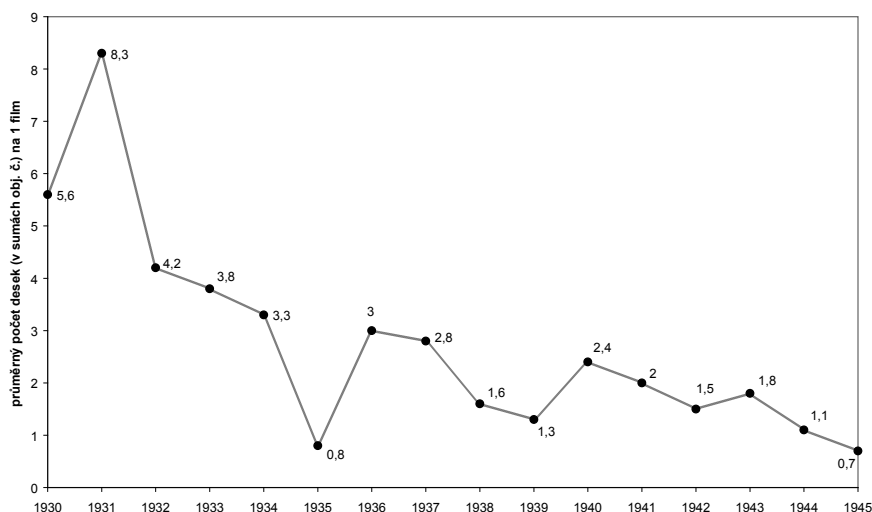


Graf č. 2
Počty českých filmů a desek s filmovou hudbou¹⁷³⁾

Po roce 1931 se v absolutních a hlavně v relativních číslech (ve vztahu k počtu filmů) projevuje trvalý pokles celkové produkce nahrávek melodií z českých filmů. Roku 1937 sice počet filmových nahrávek nakrátko opět vzrostl, což lze přičítat počínající konjunktuře Esty a Ultraphonu po odchodu zahraničních koncernů, nicméně v období největšího boomu domácích výroben na začátku druhé světové války se již objem desek s filmovou hudbou pohybuje na úrovni nepatrného zlomku jejich počtu z počátku 30. let. Suma nahrávek z českých filmů, uvedených na čs. trh všemi firmami do roku 1946, přesahuje jeden tisíc objednacích čísel, což v průměru znamená 2,7 objednacích čísel (tedy nahrávek v prodeji) na jeden film (viz graf č. 2). Pokud se ovšem zaměříme na skupinu největších diváckých hitů z období nejintenzivnější spolupráce gramofonového a filmového průmyslu (1930–1934), dospějeme k průměru mnohem vyššímu: 8 objednacích čísel na film.¹⁷⁴⁾

173) Zdroj: pracovní diskografie poskytnutá Gabrielem Gösselem; uvedená čísla je nutno považovat za pouze orientační; k jejich upřesnění dojde až v rámci chystané kompletní diskografie melodií z českých filmů vydaných na všech etiketách (jejím autorem bude rovněž G. Gössel). Hlavním nedostatkem využitých dat je absence údajů o době pořízení nahrávek, takže v sumách objednacích čísel jsou zahrnuty i desky vydané se značným zpožděním vzhledem k filmové premiéře a stejnojmenné melodii z operet apod.

174) K metodice měření popularity na základě doby premiérového uvádění srov. P. Szczezanik, Poněmčený Hollywood v Praze. Recepce „německých verzí“ a popularita zahraničních filmů v pražských kinech počátkem třicátých let. *Iluminace* 18, 2006, č. 1, s. 59–84.



Graf č. 3

Míra synergie mezi filmovým a gramofonovým průmyslem, přibližně vyjádřená průměrnými počty desek s filmovou hudbou na 1 český film.¹⁷⁵⁾

Přesnější představu o vývoji synergie mezi filmem a nahrávacím průmyslem nám může poskytnout graf tendence, vyjadřující změny v průměrných počtech objednacích čísel desek na jeden český film (graf č. 3). Z něj je možné vyvodit několik hypotetických závěrů. Vrchol synergetické součinnosti mezi oběma odvětvími lze spolehlivě situovat do přechodného období nástupu zvukového filmu, kdy nová mediální forma teprve hledala svou kulturní identitu v symbiózách se zavedenějšími konkurenty. Klesající míra součinnosti koresponduje s proměnou filmového vyprávění a stylu, které postupně v menší míře než v době nástupu zvuku spoléhaly na populární písně jako hlavní divácké atrakce, zdroje dynamičnosti filmové formy a samostatně obchodovatelné komodity, jež by film spojovaly s dalšími médii. Nepřímo tak lze usuzovat i o změně recepce, která se po odeznění transformačního procesu nástupu zvuku postupně přeorientovala na filmový text a filmové hvězdy jako do sebe uzavřené, monomediální entity. Za druhé můžeme uvažovat o tom, proč gramofonový průmysl, jehož odbyt se ocitl v hluboké krizi, hledal východisko v součinnosti s jiným médiem. Na základě výše uvedených souvislostí lze usuzovat, že v zostřené konkurenci poskytoval film gramofonovým výrobcům především rozpoznatelnou značku a pevný rámec k efektivnímu načasování prodeje. Dokazují to i tzv. situační zprávy časopisu *Gramotechnika*, které v době prudkého poklesu odbytu tvrdily, že zákazníci žádají „hlavně novinky z posledních zvukových filmů“, a s filmovými šlágry proto mají obchodníci počítat jako s „vedle důležitými činiteli při prodeji desek“, přičemž největší nebezpečí spočívá v tom, že

175) Zdroj: pracovní diskografie G. Gössela.

„zmizí-li dotyčný film z plátna, zmizí též veškerá poptávka a desky zatěžují tak, jako neprodejné zboží, zbytečně skladiště“.¹⁷⁶⁾

Z diskografie filmových nahrávek Ultraphonu dále vyplývá, že jenom přibližně 30 % desek využívalo původních zpívajících herců nebo alespoň interpretů, jejichž hlas zněl ve zvukové stopě filmu, zbytek tvořily instrumentální verze, přede hry nebo podání náhradních interpretů, a to často opakovaně stejných (z okruhu kmenových spolupracovníků firmy), bez ohledu na původní filmový kontext. Pro trh byly tedy důležitější samotné melodie, texty a názvy písní než jejich autoři či interpreti, což je v rozporu s výše citovaným Příbíkovým modelem fanouškovské recepce. U konzumentů se předpokládala spíše znalost a obliba filmové hudby, prezentované jako semiautonomní komodita, než identifikace s hvězdou a fixace na filmový příběh či atmosféru. Disponenti provozovacích práv měli logicky zájem na co největší exploitaci a rozšíření svých skladeb, a proto bylo běžné, že tatáž filmová melodie vyšla na řadě etiket, případně ve více verzích u téže značky (instrumentální a zpívané, české a německé atd.), běžně v počtech kolem 20, v extrémních případech až 30 objednacích čísel na film.¹⁷⁷⁾ Někdy byla jednoduše vydána starší nahrávka v reedici a nově prezentována jako melodie z filmu, např. když se chystala premiéra zfilmované operety.

Synergie IV: filmové nahrávky v rozhlasu

Rozhlas, který se svou centrální organizací a 51% účastí státu lišil od ostatních masových médií, v první polovině 30. let neprošel na rozdíl od filmu a gramofonu depresí, ale naopak mu rostla poslechovost rychleji než před krizí. Současně se díky investicím do modernizace vysílačů a studií rychle zvyšovala i technická kvalita a výkonnost vysílání, podpořená na straně konzumentů postupným vytlačováním krystalových přijímačů tzv. lampovými. Koncesionářské poplatky činily v letech 1926–1946 pouhých 10 Kč měsíčně, což se rovnalo 1–2 vstupenkám do kina, a proto není divu, že počty koncesionářů stoupaly o mnoho desítek tisíc ročně: z 268 tis. (1929) na 315 (1930), 385 (1931), 472 (1932), 573 (1933), 694 (1934), 848 (1935), až roku 1937 přesáhly 1 mil. a po zpomalení růstu za války stouply na 1,7 mil. v r. 1946. Roku 1934 tak počet přijímačů přesáhl součet sedadel kin (587 tis.). Vezmeme-li v úvahu, že jeden přijímač často poslouchalo více osob, lze s jistotou říci, že při kapacitě míst 587 tis. a roční návštěvnosti kin 64,6 mil. diváků (1934), kterou lze vyjádřit i průměrem 177 tis. za den, byl již v první půli 30. let sociálně-kulturní dopad rozhlasu kvantitativně vyšší než filmu.¹⁷⁸⁾

Gramofon navzdory dobovým předpovědím nebyl rozhlasem vytlačen, ale naopak došlo k jeho modernizaci s pomocí týchž elektroakustických principů, které se uplatnily v radiotechnice. Ačkoli kolem roku 1933 dle odhadu *Hospodářského rozhledu* rostl

176) Situační zpráva. *Gramotechnika* 3, 1931, č. 4 (20. 3.), s. 1; Situační zpráva. *Gramotechnika* 3, 1931, č. 6 (1. 6.), s. 1.

177) To dokazuje pracovní diskografie melodií z českých filmů na všech etiketách, poskytnutá autorovi přítomné studii G. Gösselem.

178) E. J e š u t o v á a kol., *Od mikrofonu k posluchačům*, s. 612–613; J. H a v e l k a, *Kronika našeho filmu 1898–1965*. Praha: Filmový ústav 1967, s. 102.

počet majitelů přehrávacích přístrojů jen asi o 2–3 tis. ročně, lze předpokládat, že jich mnoho zůstalo v domácnostech z dřívější doby a že většina rozhlasových posluchačů vlastnila také gramofon, část z nich jej dokonce měla připojený na zesilovač a reproduktory radiopřijímače.¹⁷⁹⁾ Rozhlasové stanice sice vysílaly většinu pořadů živě, ale brzy začaly ve svém vysílání využívat i reprodukci z desek, ať už jako neutrální výplň prázdných míst v programu, obohacení živého repertoáru či „železnou rezervu“ pro případ poruchy. Zpočátku snímaly desky přímo z obvyklého mechanického gramofonu mikrofonom, později s pomocí speciálních adaptorů s elektromagnetickými přenoskami a synchronními talířovými stoly.¹⁸⁰⁾ Spolupráce mezi gramofonovým průmyslem a Radiojournalem se začala systematictěji rozvíjet r. 1929, kdy se výrazně prodloužila doba denního vysílání a rozhlas potřeboval vyplnit programem více času než dosud. Desky v té době fungovaly především jako levná „programově nevyjádřená náplň mezi relacemi“, která „neměla jiného určení než poskytnouti lehkou zábavu a rozptýlení, nejnovější módní filmový nebo kabaretní šlágr, árii slavného zpěváka nebo lidovou písničku“. Radiojournal ale záhy zřídil vlastní archiv gramofonových desek a ve spolupráci s firmami Pathé a později hlavně Ultraphon začal také organizovat natáčení české hudby a dokumentárních snímků veřejných osobností či folkloru. Roku 1931 pak vzniklo zvláštní gramofonové oddělení, které mělo za cíl pozvednutí úrovně gramofonových bloků: řídilo akvizice, soupisy a sběrné akce, začalo relace reprodukováné hudby druhově strukturovat a vytvářet z nich tematické cykly. Podle statistiky Radiojournalu za rok 1933 dosáhl podíl gramofonové reprodukce na vysílacím čase pražské stanice 18 %. Podle časopisu *Svět mluví* vysílal Radiojournal v roce 1934 na všech svých stanicích celkem 48.315 „rozhlasových čísel“ reprodukováných z desek (97 % z toho byla hudba, v 65 % „lehká“), což v součtu činilo 3.213 vysílacích hodin čili 15 % celkové vysílací doby.¹⁸¹⁾

Rozhlasové vysílání nahrávek rychle zaujalo domácí zástupce gramokoncernů. Již koncem roku 1929 prokurista firmy Emil Schmelkes, generálního zástupce značky Homocord, jasné popsál, jak by se dal rozhlas využít k propagačním účelům:

Již dnes se ukazuje, že obchodník gramofony může mít z radia výhody. Sleduje-li pozorně program vysílacích společností a nabízí-li vysílané desky ve své výhodné skříni obecnostem, bude mít určitě lepší obrát, jelikož leckterý účastník rozhlasu [...] rád uslyší opět na desce, co slyšel jednou v radiovém přijímači.¹⁸²⁾

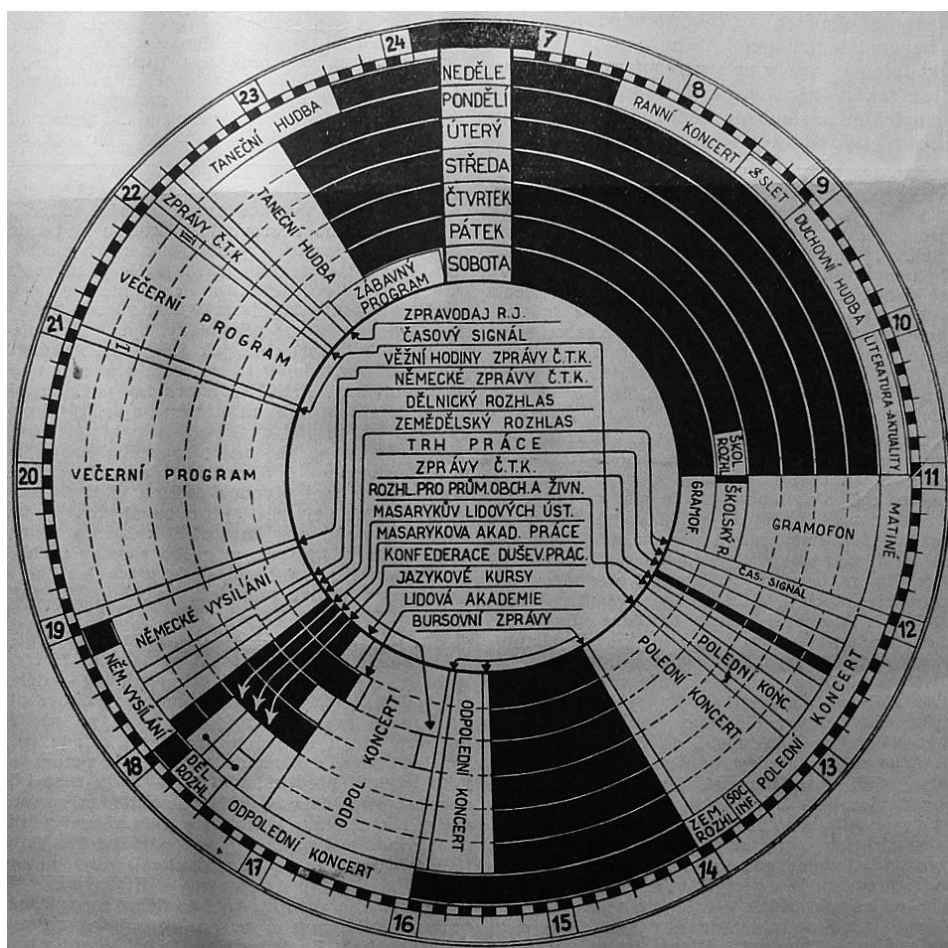
Zástupci Svazu, nespokojení s nerovnoměrným výběrem gramofonových firem ve vysílání, se 6. listopadu 1929 sešli s vedoucími představiteli Radiojournalu, aby dojednali výhodnější podmínky spolupráce. Schůze skončila touto rezolucí:

179) Rozčarování z dosažené autarkie. *Hospodářský rozhled* 6, 1933, č. 44 (1. 11.), s. 6.

180) M. O č a d l í k, Smíření rivalové. Spolupráce gramofonu s rozhlasem – Radio ve službě deskové propagandy – Výměnná služba rozhlasových společností. *Hospodářský rozhled* 5, 1932, č. 36 (8. 9.), s. 13.

181) A. J. P a t z a k o v á, Vývoj československého rozhlasu, s. 292–293, 567–572, 694–695; Pavel H o r v á t h, Rádiotelegrafia a rádiotelefonie IV. *Svět mluví* 5, 1936, č. 19–20 (31. 12.), s. 10.

182) Artur P o l á k, Radio a my. *Gramotechnika* 1, 1929, č. 1 (1. 11.), s. 21.



Obr. č. 2

Programový ciferník pražské stanice Radiojournalu. Hlavní bloky reprodukové hudby jsou umístěny mezi 11 a 12 h. dopoledne a 22:20 a 23:30 večer; filmové šlágry byly v té době vysílány obvykle ve večerním bloku

(Přehled rozhlasu 1, 1932, č. 1–2, s. 4)

Vysílání desek bude trvat denně dopoledne 45 a večer 45 až 60 minut. V neděli bude vysílání trvat o 30 minut déle. Program budiž vybírán tak, aby byl značně zajímavý a rozmanitý. Tak na př. budiž vysílána taneční a komorní hudba, po př. u příležitosti jubilea některého umělce budtež vysílány desky s příslušným obsahem. Dále mají být pořádány večery koryfejí atd. atd. Radiojournal zamýšlí z podnětu ministerstva školství založiti archiv desek, jenž by měl hlavně ten účel, že by v případě poruch mohly tyto desky posloužiti jako výplň. Mimo to bude v *Radiojournalu* [věstníku stanice] podle možností zřízena zvláštní rubrika, v níž jednotlivá díla budou uvedena s příslušnou značkou, aby čtenáři

věděli, o kterou značku při vysílání jde. [...] Před vysíláním každé desky a po ukončení vysílání oznámí hlasatel text, číslo a továrnu dotyčné desky.¹⁸³⁾

Zástupci Radiojournalu na setkání také upřesnili svou tehdejší týdenní spotřebu desek, jež měla činit 300 ks týdně (100 pro pražskou stanici a po 50 ks pro Brno, Ostravu, Bratislavu a Košice). O dva měsíce později již svazový časopis kvituje nový přístup Radiojournalu k deskám prostřednictvím přetištěného dopisu údajného radioamatéra:

Byl jsem příjemně překvapen, když jsem na Tři krále zapnul svoji dvoulampovku v jednu hodinu odpoledne a slyšel jsem, že hlasatel jmenoval značku desek, číslo a přehraný kus. [...] Vždyť každý radioamatér má již dnes gramofon a slyší-li novinku, hned si zapisuje značku a číslo, aby si desku pořídil. Škoda, že není gramofonové hudby více.¹⁸⁴⁾

Představitelé gramokonzernů si dobře uvědomovali, že rozhlas jim může nabídnout bezkonkurenčně nejefektivnější a nejlevnější reklamu. Oprávněnost jejich postoje zpočátku potvrzovaly i zkušenosti prodejců, jak plyne z ankety, kterou s nimi Svaz uspořádal, aby se ujistil, že vysílání desek nejde na škodu odbytu. Na otázku, zda uvádění desek v rozhlasu prospívá obratu, odpovědělo kladně 77 % prodejců (celkový počet odpovědí bohužel není uveden). Na dotaz, zda se zvyšuje obrat u desek, které vysílá rozhlas, přitakalo dokonce 87 % respondentů a jen ve 4 % byly odpovědi jednoznačně záporné. Prodejci se pouze ve 37 % obávali, že časté přehrávání šlágrů může konzumenty přesytit a někteří doporučovali hrát každou desku jen jednou. Z jednotlivých krajů navíc přicházely různé doplňující komentáře: dělnické regiony preferovaly gramofonovou hudbu v rozhlasu více než jiné a např. Kladno „žádalo bouřlivě šlágr a hudbu ze zvukových filmů“, venkovští prodejci volali po včasnějších informacích o chystaném vysílání desek a pražských programech kin, aby podle nich mohli upravit nabídku.¹⁸⁵⁾

Již v září 1931, dva měsíce po zveřejnění výsledků ankety, se ale začal přístup gramokonzernů měnit. Na základě údajných stížností prodejců, že vlivem nejednotnosti programů jednotlivých čs. stanic lze „téměř po celý den“ poslouchat reprodukovanou hudbu, což zmenšuje potřebu konzumentů kupovat si desky, Svaz intervenoval u vedení Radiojournalu, které odvětilo, že náhrada hudby z desek živými pořady bude možná jen postupně, protože není dostatek vystupujících umělců.¹⁸⁶⁾ Na konci téhož roku členské konzerny vypověděly smlouvu s Radiojournalem a stanice musela jejich nahrávky na čas kupovat za maloobchodní ceny.¹⁸⁷⁾ Stížnosti Svazu na nadměrné vysílání reprodukované hudby se přiosťřily roku 1933, kdy časopis *Gramotechnika* uveřejnil výpočet, že všechny stanice Radiojournalu věnovaly deskám v součtu plných devět hodin za

183) Ego., Radiožurnál. *Gramotechnika* 1, 1929, č. 2 (1. 12.), s. 7.

184) Radiojournal vysílá reprodukovanou hudbu. *Gramotechnika* 2, 1930 (1. 2.), č. 2, s. 15.

185) Bk., Vysílání reprodukované hudby rozhlasem. *Gramotechnika* 3, 1931, č. 6 (1. 6.), s. 8–10; č. 7 (1. 7), s. 9.

186) Jak je oblíbena v rozhlasu reprodukováná hudba. *Gramotechnika* 3, 1931, č. 9 (1. 9.), s. 23.

187) Devátá výroční řádná valná hromada Svazu průmyslu a obchodu gramofony, hudebními stroji a nástroji v ČSR. *Gramotechnika* 4, 1932, č. 4 (duben), s. 5–6.

jediný den, což vzhledem k nejednotě v jejich programovém rámci znamenalo, že posluchač, který by přeladňoval mezi jejich frekvencemi, mohl desky poslouchat zdarma 4,5 hodiny.¹⁸⁸⁾ Filiálky zahraničních koncernů pak koncem r. 1934 definitivně odmítly poskytovat své výrobky a počátkem roku 1935 jejich značky zmizely i z programu Radiojournalu, který nadále čerpal ze svého archivu a z nabídky českých výroben Ultraphon a Esta.¹⁸⁹⁾

Ultraphon s Radiojournalem po celá 30. léta udržoval intenzivní a částečně exkluzivní spolupráci, která byla výhodná pro obě strany. Ultraphon nahrával ve studiu Radiojournalu a dostával od něj zakázky na vyvolávání vosků nebo kompletní výrobu desek, Radiojournal zase dostával bez úplaty desky, jimiž levně zaplňoval program. To vyvolávalo protesty konkurenčních gramofonových firem ze Svazu průmyslu a obchodu gramofony, které nebyly Radiojournalem stejně favorizovány a na druhé straně mu nedávaly k dispozici své desky. Z obchodního hlediska bylo pro Ultraphon ještě důležitější, že rozhlas se pro něj stal nejvýznamnějším médiem propagace:

Od začátku naší činnosti reprodukoval Radiojournal naše desky a zároveň hlásil naši značku. Tímto bezprostředním a rychlým způsobem nemohl být žádný jiný druh zboží ani žádný podnik tak účinně propagován, neboť naše zboží – deska byla vysláním nejen předvedena, ale i nabídnuta a vlastně hned ovzorkována a to ne jednomu zájemci, nýbrž snad milionu posluchačů najednou.¹⁹⁰⁾

Z evidence desek zapůjčených Ultraphonem Radiojournalu v letech 1932–1937, kterou Jan Valentini reprodukuje ve svých vzpomínkách, plyne, že počty vysílaných nahrávek musely být relativně vysoké, v řádu 2–6 tis. ks. za rok, což činí průměrně 13 desek na vysílací den:¹⁹¹⁾

rok	ks desek 25 cm	30 cm
1932	3905	1126
1933	4955	1250
1934	5100	907
1935	3927	606
1936	2699	555
1937	1732	365

Konkrétní strategii nasazování gramofonových nahrávek do vysílání lze vyčíst z rozhlasového věstníku *Radiojournal*, který uveřejňoval nejúplnější denní programy všech čs. stanic.¹⁹²⁾ Pražské studio do konce roku 1929 veškeré relace z desek skrývalo pod označením „Reprodukováná hudba“, přičemž u dopoledních bloků (11:15–12h, denně kromě neděle), vyhrazených vážné hudbě, přehled jmenoval skladatele a dílo,

188) Reprodukováná hudba v rozhlasu. *Gramotechnika* 5, 1933, č. 7–8 (prosinec), s. 2–3.

189) E. J e š u t o v á a kol., *Od mikrofonu k posluchačům*, s. 161; srov. též programové přehledy, které uvádí věstník *Radiojournal*.

190) J. V a l e n t i n i, *Vzpomínky na Ultraphon* (5. díl), s. 72.

191) Toto číslo je pochopitelně jen orientační: všechny ze zapůjčených desek nemusely být zařazeny do vysílání, mnohé naopak mohly být vysílány opakovaně.

192) Následující analýza vychází primárně z programových přehledů pražské stanice Radiojournalu.

z nějž pocházel výňatek, ale večerních bloky (22:20–23h, několikrát týdně), věnované převážně lehké hudbě, se obešly bez bližší specifikace. Od ledna roku 1930 se praxe změnila v souladu s výše citovanou dohodou s gramofonovým průmyslem a programový přehled ve většině případů začal uvádět značky i objednáací čísla desek. Reprodukovaná hudba současně pronikla i do odpoledních časů a její celkový objem se zvýšil. Populární písničky spadaly do rozhlasové kategorie tzv. lehké hudby (společně s hudbou taneční, operetní, dechovou atd.) a podobně jako reprodukováaná vážná hudba, která zpočátku převládala, byly většinou řazeny do různých tematických cyklů, ale filmové melodie se mezi nimi zatím příliš nevyskytovaly. V prvních devíti měsících roku 1930 se jednotlivé značky podílely na vysílání všech čs. stanic v tomto pořadí: Parlophon (1644), Homocord (1448), Polydor (1432), Columbia (1343), Odeon (1296), Kristall (640), Ultraphon (527), Kalliope (267), HMV (211); celkový součet za toto období činil 10.698 desek, čili 21.396 snímků.¹⁹³⁾

Šlágry z českých i zahraničních filmů se do programu pražské stanice začaly výrazněji prosazovat až v polovině roku 1931, nejprve nenápadně roztroušeny v blocích „taneční hudby“, „popěvků“ či „chansonů“, zakrátko i v samostatných pořadech, označených např. „Reprodukovaná hudba. Zvukové filmy“ (21. srpna, 14–14:25h), „Písničky z filmů poslední doby“ (19. listopadu, 14:10–14:25) nebo „Vlastenecké scény ze zvukových filmů“ (1. prosince, 17:55–18:05). V listopadovém bloku zazněly melodie z diváckých hitů POSLEDNÍ BOHÉM a TO NEZNÁTE HADIMRŠKU, které krátce před vysláním ukončily své premiérové uvádění a přecházely do reprízových kin, a proto lze předpokládat, že nahrávací firma Odeon mohla spekulovat s podporou prodeje desek prostřednictvím jejich spojení s již dobře zavedenými filmy. Zařazení písní z filmů KAREL HAVLÍČEK BOROVSKÝ a PISOHLAVCI do prosincového bloku zjevně vycházelo spíše ze snahy Homocordu či Radiojournalu spojit desky do určité tematické série, která takto již byla ustavena v divácké recepci. Ačkoli se ojediněle objevovaly případy předpremiérového vysílání filmové melodie (např. z LOUPEŽNÍKA), obecně lze říci, že desky byly do programu zařazovány týden až několik měsíců po uvedení daného titulu do distribuce.

Na začátku roku 1932 – poté, co filiálky zahraničních gramokonzernů vypověděly smlouvu o bezplatném zapůjčování desek Radiojournalu a přestaly spolupracovat – ovládl gramofonové pořady Ultraphon a ačkoli se po půlroce některé koncertové značky do vysílání na čas vrátily, svou dominanci si udržel po celá 30. léta. Z jeho desek byl hned v pondělí 4. ledna sestaven večerní blok „Filmové hvězdy na deskách Ultraphon“ a zakrátko se ustálilo poněkud pevnější schéma nasazování filmových melodií: přibližně jednou až dvakrát měsíčně se vysílaly dopolední nebo odpolední speciální bloky („Taneční hudba z českých zvukových filmů“, „Od operety ke zvukovému filmu“, „Ze starších zvukových filmů“, „Z prvních českých zvukových filmů“ atd.), kde se objevovaly nové, ale i přes rok staré nahrávky, a několikrát týdně byly zařazovány do večerních bloků „taneční hudby“ převážně novější desky. Mohlo se snadno stát, že filmové melodie zněly v několika blocích během jednoho dne. Např. v úterý 12. února 1932 byly na programu tyto pořady: 12:20–12:30 „Písničky Jára Beneše ze zvukových

193) Gramofonová deska v rozhlase. *Gramotechnika* 3, 1931, č. 1 (1. 1.), s. 19.

filmů“ (tři nahrávky z filmů ON A JEHO SESTRA a POSLEDNÍ BOHÉM), 15:30–15:55 „Filmové hvězdy na gramofonových deskách z archivu Radiojournalu“ (PŘEHLÍDKA LÁSKY, POD STŘECHAMI PAŘÍŽE), 22:20–23:00 „Český kabaret dříve a nyní“ (mj. dva songy označené jako z filmu PUDR A BENZIN, jenž ještě stále běžel v premiéře). Paralelně s masivním nástupem filmových desek se na programu objevovaly i koncerty různých „jazzorchestrů“, které obsahovaly čísla jako např. „fox z filmu KONGRES TANČÍ“ nebo „Loupežník. Ze stejnojmenného zvukového filmu“, takže jeden filmový šlágr mohl znít z rádia opakovaně po řadu měsíců: v poměrně častých reprízách téže desky, z nahrávek různých značek nebo živě.

V roce 1933 se snižuje počet speciálních filmových bloků, melodie z filmů se převážně mísí s tanečními šlágry či „chansony“ a ke značce Ultraphon se připojuje Telefunken. Po krátkém období obnovené výraznější přítomnosti zahraničních značek v roce 1934 se v následujícím roce nabídka reprodukované hudby definitivně omezuje na Ultraphon, Estu a s nimi spojené značky. V letech 1935 a 1936 se speciální filmové bloky objevují v průměru asi jednou za dva měsíce, ztlačují se a celkový počet filmových šlágrů, ale začínají se vysílat pořady věnované jednotlivým filmům, což naznačuje rostoucí kulturní status filmové hudby. Např. v úterý 9. dubna 1935 se ve 12:10–12:25 vysílaly „Ukázky ze Škvorova zvukového filmu ZEM SPIEVA na gramofonových deskách Ultraphon“ a v 18:55–19:00 „Grey Schertzinger: Píseň ze zvukového filmu PŘEHLÍDKA LÁSKY“, 20. června 1936 v 10:11–10:15 „Josef Kumok: Portorico, pochod ze zvukového filmu LELÍČEK VE SLUŽBÁCH SHERLOCKA HOLMESE“ a 12:05–12:10 „R. Stolz: Pochod ze zvukového filmu KOMANDO LÁSKY“. V roce 1937 a 1938 se sice ještě občas vyskytne blok filmových melodií, ale celkový počet desek z filmů dále klesá, častěji jsou zařazovány jen americké písně a někdy je dokonce jmenovité uvedení nahrávek lehké hudby nahrazeno prostým „Gramofonové desky“. I na konci desetiletí se stávalo, že filmové šlágry zněly v přímém přenosu, např. Košícký rozhlasový orchestr jich 6. června 1938 stihl v půlhodinovém pásmu „Melodie z českých filmů“ zahrát pro pražskou stanici celkem devět.

Ultraphon se ovšem nespokojoval jen pasivní dodávkou desek, nýbrž snažil se ovlivňovat také čas jejich vysílání, aby tak docílil co největšího reklamního efektu. To bylo důležité především v případě gramofonových nahrávek filmové hudby, jejichž nasazení do rozhlasového programu bylo možné koordinovat s premiérovým či reprízovým uváděním filmu, a to takovým způsobem, aby si posluchač, který byl zároveň divákem, mohl nahrávku vyslechnout hned po návratu z kina, tj. mezi 22. a 23. hodinou:

Návštěvník se vrátil domů z biografu, zapojil rozhlas, aby si poslechl ještě zprávy, a po chvíli slyší melodii z filmu, který dnes večer viděl a která mu utkvěla v paměti. Na to hlášení: To byla deska Ultraphon číslo A 10684. To ovšem způsobilo v mnoha případech, že si zítra desku obstaral. Byly případy, že druhý den vznikla po té desce velká poptávka a obchodníci byli překvapeni, že zrovna tato deska se dnes tolik žádá.¹⁹⁴⁾

194) J. V a l e n t i n i, Vzpomínky na Ultraphon (6. díl), s. 110.

Docházelo tak k synchronizované koordinaci všech tří klíčových elektroakustických médií té doby, které se spojily v zájmu propagace společného softwaru, populární písně, jež mezi nimi mohla relativně volně přecházet.

Závěr

Na základě analýzy českého mediálního průmyslu a kultury 30.–40. let (a na příkladu značky Ultraphon) lze definovat šest nejdůležitějších technik synergie mezi filmovým a nahrávacím průmyslem:

1. Opakované využití stejných zdrojů umožňující úsporu nákladů a tvorbu vedlejších center příjmů: melodie, písňové texty a jejich interpreti migrovali mezi hudebními nakladatelstvími, živými produkcemi, filmem, gramofonem a rozhlasem.
2. Mnohočetné verze písní na nahrávkách téže značky nebo na různých etiketách (spíše než koncentrace na jedinečnou osobnost hvězdy).
3. Filmy prodávaly hudbu (spíše než aby hudba prodávala filmy). Na rozdíl např. od americké praxe fúzí mezi hollywoodskými *majors* a nahrávacími firmami, která od konce 20. a především pak od 50. let minulého století studiím umožňovala efektivní propagační využití hudebních nosičů vyrobených ve vlastních filiálkách, přejímaly na českém trhu hlavní iniciativu v oblasti vzájemné marketingové podpory gramofonové firmy a prodejci desek, kteří systematicky sestavovali repertoár podle chystaných filmů.
4. Timing čili koordinace uvedení desky na trh s filmovou premiérou. Ze vzorku filmových nahrávek Ultraphonu lze vyvodit závěr, že většina desek byla nahrávána a nasazována do prodeje před filmovou premiérou nebo souběžně s ní, přičemž střední hodnota intervalu mezi pořízením záznamu a premiérou činila jeden týden. Volba předstihu byla motivována snahou o maximalizaci synergetického efektu vzájemné propagace na jedné straně a zamezení přílišného zestárnutí nahrávky na straně druhé.
5. Vzájemná marketingová podpora a reklama formou aranžmá obchodních výloh, plakátů, nápisů na etiketách desek, diapozitivů a reprodukcí hudby v kinech, nápisů ve filmových titulcích, inzerátů a skryté reklamy ve filmových časopisech.
6. Vysílání nahrávek filmových melodií v rozhlasě, včetně ohlašování výrobce a obecného čísla nebo dokonce synchronizace času vysílání s dobou, kdy se diváci vracejí z kin.

České filmové a gramofonové společnosti 30. let sice na rozdíl od Německa, USA nebo Velké Británie neprošly vlastním procesem koncentrace, ale globální proměna mediálního průmyslu se jich přesto citelně dotkla, protože domácí trh se musel vyrovnávat s intenzivní expanzí nadnárodních mediálních konglomerátů, které upevňovaly kontrolu patentních práv a zakládaly kapitálově silné filiálky, jež kartelově ovládaly místní trh. Po období rychlé technické modernizace a záplavy zahraničním zbožím ale současně s kumulujícími se důsledky hospodářské krize nastal obrat k částečné „nacionalizaci“ mediálního průmyslu, podpořené ochrannými zákroky vlády ve

formě cel, devizových opatření a kontingentů. V polovině 30. let se jako nejsilnější hráči na restrukturalizovaném gramofonovém trhu vynořily dvě české firmy, Esta a Ultraphon, které také byly hlavními partnery domácího filmového průmyslu a paralelně s ním dospěly ke konjunktuře válečných let i následnému znárodnění. Lokální projevy synergie mediálního průmyslu lze tedy charakterizovat jako proces přechodu od silné internacionálního a otevřeného trhu k postupnému uzavírání, kulturní nacionalizaci a upevňování lokální infrastruktury spíše neformálních vazeb mezi malými firmami bez silného kapitálu a relativně úzkou skupinou flexibilních tvůrců-podnikatelů.

Nejvýznamnějším prostředkem synergie mezi elektroakustickými médii 30. let, jež usilovaly o oslovení stejných skupin publika a o vzájemně prospěšnou součinnost, byla populární píseň neboli šlágr, kolem nějž se nově zformovala součinnost hudebních nakladatelství, gramofonového průmyslu, rozhlasu a zvukového filmu. Jak zdůrazňují Rick Altman a Jeff Smith, populární písničky použité ve filmech (v kontrastu ke klasické doprovodné hudbě) vždy představovaly body vyjednávání mezi vnitrotextovými a mimotextovými zájmy.¹⁹⁵⁾ Ačkoli šlágry často aktivně vstupovaly do diegeze, více či méně se integrovaly do filmového vyprávění, sdílely jméno s filmem a byly interpretovány hlavními hereckými představiteli, vždy si současně udržovaly relativní autonomii a fungovaly jako spojnice mezi filmem a dalšími médii, od gramofonu a rozhlasu přes televizi až po internet. Tato relativní textuální autonomie a samostatná komoditní hodnota filmových písní se postupně projevovala v případech *illustrated songs* z nickelodeonů, písní zpívaných v prolozích před projekcemi němých filmů, tištěných šlágrových edic a šelakových singlů 30.–40. let, LP soundtracků z 50.–80. let, stejně jako digitálních nosičů, trailerů a videoklipů současnosti. Nicméně ve 30. letech hrála populární písnička ve filmu mnohem důležitější roli než dnes a z určitého hlediska se mohly první zvukové filmy dokonce jevit jako pouhé záminky k šíření šlágrů novými prostředky. Česká filmologická literatura dosud ekonomickou a kulturní funkci písně ve filmu opomíjela a jediné relevantní příspěvky k tomuto tématu lze nalézt v pracích o populární hudbě. Nabízí se zde proto široké pole pro další výzkumy, ať už z hlediska muzikologického, ekonomického nebo sociálně-kulturního.

Petr Szczezanik, Ph.D. (1974)

Odborný asistent FF MU a vědecký pracovník oddělení teorie a dějin filmu NFA;
zabývá se mj. nástupem zvukového filmu v kontextu dějin médií.

(Adresa: szczezan@phil.muni.cz)

195) J. S m i t h, *The Sounds of Commerce*; R. A l t m a n, *Cinema and Popular Song: The Lost Tradition* (překlad v tomto čísle *Iluminace*).

Citované filmy:

Aféra plukovníka Redla (Karel Anton, 1931), *Anton Špelec, ostrostřelec* (Martin Frič, 1932), *Bílé stíny* (White Shadows in the South Seas; W. S. Van Dyke, 1928), *C. a k. polní maršálek* (Karel Lamač, 1930), *Dokud máš maminku* (Jan Svíták, 1934), *Dvě srdce ve ¾ taktu* (Zwei Herzen im Dreiviertel-Takt; Géza von Bolváry, 1930), *Eva tropí hlouposti* (Martin Frič, 1939), *Falešná kočička* (Vladimír Slavínský, 1937), *Fidlovačka* (Svatopluk Innemann, 1930), *Jarní písnička* (Karel Hašler, 1937), *Karel Havlíček Borovský* (Svatopluk Innemann, 1931), *Když struny lkají* (Friedrich Fehér, 1930), *Komando lásky* (Liebeskommando; Géza von Bolváry, 1931), *Kongres tančí* (Der Kongress tanzt; Erik Charell, 1931), *Lelíček ve službách Sherlocka Holmese* (Karel Lamač, 1932), *Lod' komediantů* (Show Boat; Harry A. Pollard, Arch Heath, 1929), *Loupežník* (Josef Kodíček, 1931), *Madla z cihelny* (Vladimír Slavínský, 1933), *Miláček pluku* (Emil Artur Longen, 1931), *Mládenec paní Hussonové* (Le Rosier de Madame Husson; Bernard-Deschamps, 1932), *Muži v offsidu* (Svatopluk Innemann, 1931), *Noční motýl* (František Čáp, 1941), *Ohnivě léto* (František Čáp – Václav Krška, 1939), *Okénko* (Vladimír Slavínský, UFA, 1933), *On a jeho sestra* (Karel Lamač – Martin Frič, 1931), *Písničkář* (Svatopluk Innemann, 1932), *Pod střechami Paříže* (Sous les toits de Paris; René Clair, 1930), *Poslední bohém* (Svatopluk Innemann, 1931), *Přednosta stanice* (Jan Svíták, 1941), *Přehlídka lásky* (The Love Parade; Ernst Lubitsch, 1929), *Psohlavci* (Svatopluk Innemann, 1931), *Pudr a benzin* (Jindřich Honzl, 1931), *Srdce za písničku* (Karel Hašler, 1933), *Svět patří nám* (Martin Frič, 1937), *Šťastnou cestu* (Otakar Vávra, 1943), *Tarzan, syn divočiny* (Tarzan the Ape Man; W. S. Van Dyke, 1932), *To neznáte Hadimršku* (Karel Lamač – Martin Frič, 1931), *Tonka Šibenice* (Karel Anton, 1930), *Třetí rota* (Svatopluk Innemann, 1931), *U snědeného krámu* (Martin Frič, 1933), *U svatého Antoníčka* (Svatopluk Innemann, 1933), *Ulice zpívá* (Čeněk Šlégl – Ladislav Brom – Vlasta Burian, 1939), *V tom domečku pod Emauzy* (Otto Kanturek, 1933), *Za řádovými dveřmi* (Leo Marten, 1934), *Ze soboty na neděli* (Gustav Machatý, 1931), *Zem spíeva* (Karel Plicka, 1933), *Zpívající bloud* (Singing Fool; Lloyd Bacon, 1928), *Žebrácká opera* (Die Dreigroschenoper; Georg Wilhelm Pabst, 1931).

SUMMARY

FILM AND RECORDING INDUSTRY:
THE CASE OF ULTRAPHON

Petr Szczepanik

In the late 1920s and early 1930s, all key mass media of the time – gramophone, radio and film – went through technological and economical transformation that brought them close together (introduction of electrical gramophone and sound film, radio transformed from the technical novelty into a mass medium). According to Steve Wurtzler, innovations of electrical sound technology challenged traditional conceptions of media specificity and prompted a new kind of synergetic acoustic commodity, “in which a single story, character, song, or other product is made available to consumer in multiple media forms and formats”. The transformation started as an attempt of patent-holding companies and their patent pools to exploit their rights in as many commercial applications of electrical acoustic as possible. Thus, new multimedia conglomerates like RCA in the US or Küchenmeister group in Europe were established that covered all sound media of the time. The smaller countries like Czechoslovakia became battlefields of the global conglomerates interacting with each other. However, the local interests emerged as an important agent as well, especially on the level of software.

The most important technique, with which the three sound media attempted to address the same audiences and competed or cooperated with each other on the same market, was popular song. As Rick Altman and Jeff Smith argued, the usage of pop song in film – in contrast to classical symphonic film score – has always been a point of negotiation between textual and extratextual interests; it has always kept relative autonomy within filmic text and functioned as a link between different media. The concept of media synergy refers to the mutually advantageous conjunction between film and musical industry. A significant example for that is the Czech Ultraphon label, originally a subsidiary of the Küchenmeister group, but after 1932 the most successful Czech recording company, which was able to capitalize on the structural changes that emerged in the transitional period of the early 1930s by using film music as a key content for cross-promotion between film and gramophone. In 1930-1945 it published approximately 400 film music records, while 75% of them included tunes from Czech films.

Most of film music recorded on discs in the 1930s was put on the Czechoslovak market by companies operating only in loose coordination with the studios. Such coordination didn't function as a conglomeration in economic sense, instead, it had specifically local characteristics and it was based on rather informal social networks, reciprocal services and above all on overlaps between groups of people from various businesses. The main interest of local recording companies was to sell discs with help of films. On the other hand, film companies and artists implemented popular songs into their films in a way allowing them to function as semi-independent commodities and thus as a means of additional publicity and ancillary “profit centers” for exploiting their talent and content.

Recording itself took place approximately one week before the film was premiered and its release date and marketing was planned to run parallel with the film's first run. However, the Czech recording companies often recorded also their own versions of tunes from various foreign films. In that case, they had to wait until the film was premiered in Prague cinemas, then judge its potential popularity and decide whether it is worth to invest in a record. Amount of programming time spent by the Czechoslovak radio station with playing gramophone records was much higher than the official image of the radio (as a public educator and mediator of live art events) would suggest. During the early 1930s, the total percentage of air time amounted to 15–18%. Judging by numbers, it is highly probable that almost all discs featuring

Czech musicians and singers made it to radio. Gramophone music reproduced in movie theaters during intermissions or before a screening was quite common practice, too. The recordings played at theaters in the 1930s could serve as a promotion for an upcoming film and gramophone disc itself, sometimes supported by a slide, occasionally by a special title placed into the title sequence of a film. On the other hand, gramophone shops could display film music records as a special attraction, referring to the film's screening in the local cinemas.

As Jeff Smith reminds us, the basic strategy of synergy until 1960s was the “multiple single release”, which meant producing or licensing as many versions of the same theme tune or title song as possible. Important was not so much the identity of an original artist, but rather lyrics, melody and film title alone. It indicates that those recordings attempted to address a viewer's memory of the film song rather than building on her/his identification with a star. The mode of address was based on the assumption that a song is perceived by an audience as a semi-autonomous unit, extractable from the soundtrack and consumable as an isolated commodity, rather than as an integral part of the filmic text and dramatic action. It was quite common that more than 20 or occasionally even 30 records were produced for just one Czech film. Of course, many of them were various versions of the same tune: instrumental and sung, with original singer and cover artist, in Czech and German language.

Translated by Petr Szczepanik