

Kateřina Svatoňová – Markéta Lošťáková

Pojďte k filmu!

Role zábavních periodik při formování (obrazu) českého (mezi)válečného filmového publika

Co se týče obsahu, nová redakce přistupuje k vedení časopisu naprosto objektivně, nebyvši koupěna žádným klubem či filmovou organizací, žádnou filmovou společností. V této naprosté neodvislosti, bez osobních předsudků, bez polemik a stranického zájmu bude časopis referovati pouze o tom z filmového světa, co zasluhuje pozornosti lidí, kteří k světelné hře kinoplátka mají tak srdečný vztah jako čtenář k vyvoleným knihám.

Český filmový svět, 1928

Pokoušíme-li se zrekonstruovat chování filmových diváků v (mezi)válečných letech na českém území, nabízí se nám několik metod. Studia recepce, orální historie, výzkum spotřebitelských návyků apod. nám poskytnou informace o chování časově, místně, kulturně a sociálně definovaných diváků konkrétních filmových představení.¹⁾ Budeme-li zkoumat filmové reflexe, recenze, kritiky a teoretické texty o filmech zhlédnutých v kině, dozvíme se více o divácích poučených. V této stati chceme zkoumat, co vůbec v dobovém diskursu filmový divák představuje a jaký obraz filmového světa mu je předkládán.²⁾ Proto se věnujeme vztahu mezi divákem a filmem skrze obraz a schémata reprezentace, se kterými se můžeme setkat v dobových periodikách, zabýváme se vztahem mezi reprezentacemi diváků a způsoby oslovování čtenářů, vztahem mezi světem textu a světem čtenáře. Zvolily jsme textovou analýzu s přihlédnutím ke kontextu a intertextu, protože nám umožní popsat nejen taktiky časopisů a způsoby, kterými jsou diváci vybízeni k zaujímání požadované pozice, ale dovolí sledovat i soubory významů, jež jsou v dané době v oběhu, a zkoumat zpětnou vazbu skutečných diváků, kteří se tak zpětně podílejí na utváření dobového filmového diskursu.³⁾ Při analýze tex-

- 1) Srov. Yuri Tsivian, *Early Cinema in Russia and Its Cultural Reception*. Chicago: University of Chicago 1994. John Sedgwick, *Popular Filmgoing in 1930s Britain: a Choice of Pleasures*. Exeter: Exeter University 2000. Mark Jancovich – Lucy Faire – Sarah Stubbings, *The Place of the Audience: Cultural Geographies of Film Consumption*. London: BFI 2003. Press 2000.
- 2) Srov. Kathryn Helgesen Fuller, Viewing the Viewers. In: Melvyn Stokes – Richard Maltby (eds.), *American Movie Audiences: From the Turn of the Century to the Early Sound Era*. London: BFI 1999, s. 112–129.
- 3) Srov. Annette Kuhn, *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory*. London: I. B. Tauris 2002. Miriam Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge – London: Harvard Uni-

tové složky kulturních, společenských, respektive filmových zábavních periodik vydávaných na našem území v období první republiky a v raných válečných letech⁴⁾ sledujeme, jaké redaktoři využívají strategie, aby aktivizovali čtenáře/diváka nejen ke koupi samotného časopisu, ale i k přímé participaci na dění v popkulturním poli, jakých společensko-kulturních procesů jsou součástí a co mohou vypovídat o dobovém mediálním systému. Podstatné je však i to, jakým způsobem byly tyto strategie interpretovány a používány čtenáři filmových časopisů, tedy do jaké míry se periodikům požadovaná aktivizace dařila.⁵⁾ Odpovědi na tyto otázky nám neposkytují pouze hlavní články, kterými jsou například senzační reportáže ze soukromého života hvězd či nejnovější zprávy ze světa filmu, ale můžeme je nalézt i ve zdánlivě periferních rubrikách filmových časopisů, jež tvoří reklamy, listárny, oddíly věnované soutěžím, kvízům a anketám či apelativní texty podporujících zájem o filmový svět.

Boj o čtenáře

Optickým fenoménem a dokonalou fikcí obrazovou chytá film prostého i školeného diváka. Špatný film může ohrožovati kulturu lidu i národní kulturu více než špatná kniha, dráždivou povahou může účinně podněcovati nezdravá hnutí v divácích a šířiti špatné mravy, zvyky i představy o životě.

Antonín Matula, *Česká osvěta*, 1930–1931.

Ač období první republiky a začátku války bylo v českém prostředí politicky a společensky velice proměnlivé, jeho časopisecká praxe byla ve svých strategiích čtenářského oslovování relativně konzistentní; proto si dovolíme zobecnění v takto dlouhém a dynamickém období. Jedná se o dobu s poměrně etablovaným žurnalismem, ale i relativně jasnou a neměnnou představou, jaký by měl čtenář být a jak by měl být časopisem „vychován“. Od dvacátých let 20. století se v českých zemích rozvíjejí populární časopisy určené širokému spektru čtenářů, společenská žurnalistika začíná být velice oblíbená a zároveň do značné míry přebírá roli učitele dobrého vkusu,⁶⁾ zaměřuje se na konstrukci moderního jedince, k jehož základním atributům patří dobrý vkus, vzdělávání, zdravý životní styl, moderní způsoby bydlení

versity Press 1991. Jean-Luis La utrat , *L'Alliance brisée, le Western des années 20*. Lyon: PUL 1985. Michèle La g n y o v á , Staveniště filmové historie: sociálně kulturní praxe. In: Petr S z c z e p a n i k (ed.), *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Praha: Herrmann & synové 2004, s. 45–86. Barbara K l i n g e r o v á , Konečná a nekonečná historie filmu. In: Tamtéž, s. 87–112.

- 4) Text vychází z nadále probíhajícího výzkumu meziválečné kultury a opírá se o analýzu těchto filmových periodik: *Český filmový svět*, *Český filmový zpravodaj*, *Český kinematograf*, *Divadlo budoucnosti*, *Film*, *Filmová hvězda*, *Filmová politika*, *Filmová tisková korespondence*, *Filmová tribuna*, *Filmový kurýr*, *Filmová politika*, *Filmová práce*, *Filmová Praha*, *Filmové listy*, *Filmové noviny*, *Filmové zajímavosti*, *Filmový svět*, *Filmový věstník*, *Kino*, *Kino a film*, *Kinopublikum*, *Kinoreflex*, *Kinorevue*, *Náš film*, *Praha — Hollywood*, *Revue filmu*, *Svět ve filmu*, *Svět ve filmu a obrazech*. Jelikož těchto 28 filmových časopisů zahrnuje zábavní tisk, profesní i tzv. filmovou korespondenci, přesahuje zacílení tohoto textu. Příklady jsou proto vybírány zejména z časopisů zábavních.
- 5) Norman F a i r c l o u g h , *Media Discourse*, London: Edward Arnold 1995, s. 202–203. Srov. Miloš S e d m i d u b s k ý (ed.), *Čtenář jako výzva: Výbor z prací kostnické školy recepční estetiky*. Brno: Host 2001.
- 6) Pavel J a n á č e k , *Literární brak: Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Brno: Host 2004. Výchovnou funkci využívají i reklamy na filmy, když je ukazují jako nástroje vzdělání a poučení: „Poučíme je [dcery, které opouštějí domov] filmem, nejlepším výukovým prostředkem moderní doby.“ *Filmový věstník* 3, 1923, č. 1, s. 14.

a smysluplné nakládání se stále se zvyšujícím množstvím volného času, k němuž patřila nejen záliba ve sportu, péče o tělo a zájem o módu, ale i návštěva kina.⁷⁾ Doba krize a první válečná léta pak paradoxně tyto záliby ještě upevňovala; rozvíjel se zábavní průmysl, potvrzovala se tržní hodnota kinematografie a časopisy se stávaly nástrojem propagace sociálního rozvrstvení obyvatelstva a jeho kulturního vyžití.⁸⁾ Do pozice významné, moderní volnočasové aktivity se dostal zájem o svět filmu a roli hrdinů každodenního života začaly zastávat filmové hvězdy.⁹⁾ Se stále rostoucí popularitou kina se tak zvyšovala nejen záliba ve filmu samotném, ale i ve sledování zpráv referujících o filmové výrobě, otiskovaly se fotografie filmových hereček a herců, zprávy z jejich života, stejně jako módní rubriky inspirující se filmovými kostýmy a mizanscénou. Proto se dobře vedená filmová rubrika a filmové zpravodajství etablovaly jako nezbytná součást novinářské praxe — film expandoval nejen do denních listů, ale také do mnoha magazínů a ilustrovaných časopisů.¹⁰⁾

Zprávy o filmu se pravidelně objevovaly už na stránkách novin a společenských časopisů, avšak až přelomové období mezi lety 1915 a 1920, tedy doba vyvazování českých filmových svazů z předlitavské ideologické koncepce a zároveň doba pluralizace časopisecké produkce s přesně vymezenou cílovou skupinou, přinesla seriózní i zábavné magazíny věnující se pouze filmu.¹¹⁾ V souladu s rozkvětem společenské žurnalistiky vznikala v poválečných letech populární filmová periodika, jejichž hlavním cílem bylo pobavit čtenáře/diváka, vzbudit jeho zvědavost a podpořit ho tak v další návštěvě kina.

Na trh přicházela populární filmová periodika dvojího druhu: časopisy produkované přímo některou filmovou společností (např. *Filmový věstník* /1921–1923/, který vydávala korporace Chicagofilm), nebo vznikající pod vedením soukromého majitele, jenž deklaroval objektivitu otištěných informací a absolutní nezávislost na filmovém průmyslu, jak dokládá úvodní motto této podkapitoly (*Kino, Svět ve filmu* /1932; v letech 1932–1934 vycházel pod názvem *Svět ve filmu a obrazech* aj.). V meziválečném období vycházelo v Československu přinejmenším 55 doložených filmových časopisů, z toho 10 německy a 4 slovensky.¹²⁾ Jelikož zdejší odbytiště bylo relativně malé a nedokázalo dlouhodobě zachovat při životě 20 až 30 časopisů stejného zaměření, udržely se pouze bohatě ilustrované magazíny, kterým v da-

7) Mezi společenské časopisy, které věnovaly prostor právě těmto moderním fenoménům, patří např. *Eva*, *Salon*, *Elegantní Praha* či časopis pro německy mluvící obyvatele Brna *Elite*.

8) Manifestace trávení volného času ale odpovídaly i eskapistické funkci populární kultury. Pavel Janáček, *Literární brak: Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*, Brno: Host 2004, s. 56. Srov. Pavel Skopal, *Na cestu kolem světa. Iluminace* 20, 2008, č. 1, s. 85–126.

9) Srov. Naděžda Maštná, *Revue Eva 1928–1932: literatura a výtvarné umění v dobové reprezentativní revue, reflexe proměn životního stylu*. Diplomová práce, Ústav hudební vědy, Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Brno 2011.

10) Jiří Havelka, *50 let československého filmu: Sběrka statistického a dokumentačního materiálu*. Praha: Československý státní film 1953, s. 16–22.

11) Konkrétně se pak jedná o časopisy profesní: *Kino* (1913), *Kinematografický věstník* (1914–1919), *Film* (1918–1919), *Kino* (1919), *Československý film* (1919–1921) aj., v meziválečných letech pak periodikum *Film* (1921–1938), navazující na *Československý film* a *Filmový kurýr* (1927–1944). Dále pak vycházely časopisy zábavní: *Kinopublikum* (1920), *Náš film* (1920), později *Divadlo budoucnosti* (1920–1922), *Český filmový svět* (1922–1928), *Český filmový zpravodaj* (1921–1942), *Kino* (1926–1927 a 1931–1934), *Svět ve filmu a obrazech* (1932–1934) aj.

12) Jiří Havelka, c. d., s. 18–22. Jednotlivé časopisy vycházely jako čtrnáctideníky nebo měsíčníky, a to na 4 až 20 stranách. Ve dvacátých letech bylo zvykem, že textová složka zaujímalá kolem 5 až 8 stran, zbytek prostoru

ném období nehrozila silnější konkurence. Rychlý zánik časopisů mohl mít několik důvodů, přičemž jedním z nich mohla být špatně zvolená finanční strategie jejich majitelů. List, který chtěl po určitou dobu vycházet pravidelně, potřeboval stálý finanční zdroj. Majitelé některých časopisů toto řešili tak, že se napojili na filmovou nebo společenskou organizaci, což se však brzy projevilo i na úrovni periodika. Finanční závislost přispívala k narůstajícímu propagačnímu rázu textů, transparentní reklamě a monotónnímu charakteru jednotlivých rubrik, a snižovala tak atraktivitu časopisu. Majitelé, kteří se nestali spojenci filmových či distribučních společností, se však potýkali s velkou ekonomickou nestabilitou. Jejich časopisy podléhaly velice častým redakčním změnám; počet členů redakce se neustále měnil v závislosti na úspěšnosti prodeje, a proto redakci velmi často tvořil pouze jeden řídící člen¹³⁾ a několik stálých zaměstnanců nebo dobrovolníků,¹⁴⁾ jejichž texty často překračovaly hranici druhořadého psaní.¹⁵⁾ Dokonce i solidnější publicistika se začínala po pár číslech od svého vzniku přibližovat populární či bulvární žurnalistice.¹⁶⁾ V této dynamické situaci se výjimečně můžeme setkat s protipohybem, kdy se z ryze reklamního časopisu vyvinulo periodikum profesionální kvality.¹⁷⁾ Jednotlivé konkurenční strategie a způsoby psaní se propojily v ma-

vyplnila reklama. Od třicátých let postupně přibýval počet článků; reklama nevymizela, ale byla více integrována do textu (z marketingového hlediska nejžádanější prostor představovala dvojstrana listárny nebo román na pokračování). Náklad listu zpravidla nepřesahoval 10000 výtisků. *Kinorevue* proklamovala, že dosáhla nákladu 40000 výtisků, *Svět ve filmu a obrazech* uváděl více než 30000 výtisků. Tyto údaje jsou však pravděpodobně pouze ilustrativní, neboť redakce jich často používala jako zdroj reklamy. Cena časopisu byla zavedena již po pádu rakousko-uherské monarchie a zůstala konstantní u většiny časopisů až do vzniku protektorátu a pohybovala se kolem 1 koruny za výtisk. Malý počet stran osazených textem patrně přispěl k tomu, že skupina čtenářů se často raději složila na jeden výtisk, než aby každý ze skupiny kupoval výtisk vlastní. Vyplývá to z reakcí některých čtenářů, např. z řad školní mládeže. Časopisy dražší než 2,50 Kč na trhu bojovaly o přežití. Lze to doložit na případě časopisu *Revue filmu* (1928), který stál na tuto dobu poměrně vysokou částku — 4,50 Kč — a zanikl tak po dvou číslech od prvního vydání. Co pro odběratele představovala částka vydaná za filmový časopis, můžeme porovnat s průměrnou cenou zboží a služeb v době vrcholné konjunktury na konci dvacátých let. Vstupenka do kina stála kolem 5 korun. V porovnání s touto cenou se jednotlivé číslo časopisu může zdát jako zábava nepoměrně lacinější. Roční předplatné časopisu však činilo již 40–80 Kč, což znamenalo nemalou zátěž i pro nejvyšší průměrný měsíční plat, který pobírali úředníci, tj. 1550 Kč (úřednice jen 842 Kč). Redaktoři časopisu *Divadlo budoucnosti* si tíživou finanční situaci uvědomovali, a proto své odběratele motivovali heslem: „[naš list je] stejně drahý jako dvě housky, lacinější než jedna jízda elektrikou.“ *Divadlo budoucnosti* 3, 1922, č. 1, s. 4. Další údaje viz Václav P r ů c h a, *Hospodářské a sociální dějiny Československa 1918–1992*. Brno: Nakladatelství Doplněk 2004.

13) Např. Quido Emil Kujal v *Českém filmovém zpravodaji* (1921–1942). Jiří H a v e l k a, c. d., s. 18–22.

14) Např. po dobu trvání *Českého filmového světa* (1922–1928) zde figurovalo devět vedoucích pracovníků. Jiří H a v e l k a, c. d., s. 18–22.

15) Vítězslav Č í ž e k, *Český odborný filmový tisk od svého počátku do znárodnění kinematografie*. Praha: Diplomová práce University Karlovy, Filosofické fakulty, Katedry divadelní vědy 1976.

16) Příkladem bulvárním psaním jsou texty do časopisu *Hollywood*, přílohy časopisu *Film*, vydávaného v letech 1927–1932, jehož cílem bylo informovat čtenáře nejen o filmových novinkách, zajímavostech, ale i o soukromí hollywoodských hvězd a odpovědět na jejich zvědavé dotazy. Redakční prohlášení v prvním čísle tohoto časopisu vyzývalo čtenářskou obec, ať se ptá na cokoli, co chce vědět o své oblíbené hvězdě, ať píše o svých zálibách a zejména — ať píše, co nejvíce, jelikož redakce na vše odpoví lépe než jakýkoli „americký ‚answerman‘“. Redakce, Proč vychází „Hollywood“. *Hollywood* 1, 1927, č. 1, s. 1.

17) Tento vývoj můžeme doložit na příkladu *Českého filmového světa*, který ve třetím ročníku začala vést Zet Molas a učinila z něj seriózní časopis reflektující samotné filmové médium a jeho vývoj, situaci českého filmu v rámci světové produkce, otiskovala překlady teoretických textů apod. V roce 1927, pod vedením šéfredaktora V. A. Jarola, se časopis opět přiklonil k populární, bulvární variantě.

gazínu *Kinorevue* (1934–1945),¹⁸⁾ jež se stal jedním z nejdéle vycházejících zábavních žurnálů meziválečného a válečného období, zachovával si vyrovnanou úroveň a kvalitu a systematicky budoval vztah mezi čtenářem, filmem a hvězdami. I proto se mu v tomto textu dostane nejvíce prostoru.

Ač byla kvalita i finanční situace filmových periodik značně heterogenní, jejich redakce byly jednotné v představě o svém čtenáři. Byl jím evidentně člověk žijící moderním životním stylem, pravidelný návštěvník kina podléhající nejen filmovým příběhům, ale i svodům hvězd, toužící obdržet co nejvíce informací o tajemném, filmovém světě a zpráv z jeho zákulisí. Jeho zájem pak často gradoval do posedlosti dostat se přímo do filmového světa, přičemž pro splnění svého snu byl ochotný vyvinout poměrně značnou aktivitu. Proto redakce časopisů byly jednotné i ve své potřebě oslovovat masové publikum, a udržet si tak svou čtenářskou základnu. Později toto úsilí ještě gradovalo, protože hospodářská krize a silná konkurence ze strany nejruznějších vydavatelů odváděly potenciální abonenty. Začal dlouhý a intenzivní „boj o čtenáře“, který nabýval nejruznějších podob a inspiroval redaktory zábavního tisku k neustálému vymýšlení nových taktik oslovování a zároveň k vytváření nových reprezentací modelového čtenáře, čtenáře adekvátně reagujícího na podněty ze strany periodika. Tento boj lze vysledovat nejméně ve třech, respektive čtyřech hlavních rovinách — v rovině soutěžní, participační, anketní a aspirantské, kterým odpovídá čtenář-soutěžící, čtenář brakové literatury, čtenář-komentátor filmového dění a čtenář-zájemce o roli filmového tvůrce či herce. Zatímco hry, ať už je představovaly křížovky a hádanky s filmovými motivy, nejruznější přesmyčky a puzzle sestavované z obrazů z filmu či participační reklamy,¹⁹⁾ a ankety se paralelně a pravidelně objevovaly i v jiných společenských magazínech, poslední dvě strategie oslovování diváků byly zcela specifickým produktem filmového průmyslu.

Filmové časopisy, pro které bylo hlavním cílem informovat diváka o uváděné filmové produkci, byly svým obsahem, stylem i strukturou velmi blízké časopisům společensko-kulturním. Jejich hlavní náplní byly věcné informace o nových filmech, jejich ději a hereckém obsazení, o jejich genezi, jakož i informace technického rázu o kinematografickém provozu či četné reklamy. Nezřídka jim dominovala didaktická a edukačně zabarvená rétorika — návštěva kvalitních, redakcí doporučených filmových snímků se jevila buď jako vhodný způsob trávení volného času, nebo návod pro život moderního člověka. Zábavní filmové časopisy, které chtěly oslovovat širší vrstvy, nezůstávaly však pouze u těchto modů, ale často se napojovaly i na textové praktiky známé z jiných populárních médií.

18) *Kinorevue* vycházela od roku 1934 pod vedením šéfredaktora Bedřicha Rádla, v roce 1941 ho převzala německá společnost Karl Curtis. V roce 1942 se stal šéfredaktorem Quido E. Kujal, který na tento post přišel ze zaniklého *Českého filmového zpravodaje*. Po válce *Kinorevue* zanikla. Lukáš K a š p a r, *Český hraný film a filmář za protektorátu: Propaganda, kolaborace, rezistence*. Praha: Libri 2007, s. 265.

19) Jako příklad lze uvést pět čísel za sebou zveřejňované soutěže s deseti obrázky různých částí těla známých filmových herců. Čtenáři pak hádali, o jaké herce se jedná. První cena byla celoroční předplatné časopisu *Kinorevue*, dalšími oceněními byly knihy povzbuzující touhu po filmové tvorbě (*Abeceda filmového scenaristy a herce*). Časopis při zveřejnění kladl veliký důraz na popularitu dané soutěže: „Soutěž vzbudila opět veliký zájem a ve stanovené lhůtě došlo 28 395 odpovědí. Procento čtenářů, kteří uhodli nejméně předepsaných osm obrázků, je však se zřetelem k celkovému počtu došlých odpovědí nepatrné [...] Redakce uspořádala tuto soutěž pro pobavení svých čtenářů. Po ukončení soutěže však musí konstatovati zcela lokálně, že byla i sama soutěž upřímně pobavena [...] Rozhodně se naše soutěž velmi vydařila. Připravujeme již novou.“ Výsledek naší soutěže, *Kinorevue* 4, 1945, č. 45, s. 61.

Filmoví referenti a osvětoví pracovníci zastávali myšlenku, že filmové publikum je velice jednoduché a že ze své podstaty tíhne k populární zábavě, kterou pouze vyplňuje svůj volný čas. Ač se autoři filmových reflexí velice často dovolávali zlepšení kvality národní produkce a zdůrazňovali, že tvůrci by nikdy neměli být v područí touhy po zisku, stále se opatrně zdráhali překročit jisté meze, za nimiž by se filmy, a psaní o nich, mohly stát pro čtenáře nudnými. Autoři textů zdůrazňovali, že pokud bude tvůrce hledat vlastní a lokálně specifickou filmovou formu, musí být vždy velice opatrný a neustále mít na vědomí původní poslání filmu: „lidé chodí do biografu, prozatím aby se bavili, a ne do národopisného muzea“.²⁰⁾ Obdobný požadavek zábavnosti byl typický pro brakovou literaturu, která si v té době udržovala značnou popularitu nehledě na časté odsudky ze strany osvětových pracovníků. Filmový divák byl proto velice často připodobňován ke čtenáři brakové literatury, což ještě utvrzovaly sociologizující a psychologizující studie.²¹⁾ Nebyla tedy náhoda, že filmové časopisy běžně otiskovaly romány na pokračování, a naopak že v literárních žurnálech nechyběly sloupky s informacemi ze světa filmového průmyslu, ani že reklama spojila román s filmem. Filmoví tvůrci začali záhy spolupracovat s populárními literárními autory, a tak se mnoho českých i zahraničních spisovatelů brakové literatury dočkalo adaptací svých románů.²²⁾ V románech, které byly zfilmované, se objevovaly fotografie z filmů a jejich obálky se plnily portréty herců. Jelikož synergie filmové výroby s literární produkcí, rozhlasem nebo divadlem se po první světové válce stala běžnou praxí, masová zábava integrovala různé druhy populární kultury do jednoho homogenního proudu, a propojila tak knižní publikum s filmovým.

Pro sledování vztahu mezi filmem a divákem je však mnohem podstatnější ustavování nového časopiseckého žánru, ve kterém se spojila konvence brakové literatury s fenoménem hvězd. Filmovou hvězdu — a instituci hvězdného systému obecně — do značné míry definuje život vně filmových vizuálních kódů a narativních postupů, který podporuje a obklopuje publicita a publicistika.²³⁾ Pro celistvě vytvořenou představu o osobnosti hvězdy²⁴⁾ musejí popisy filmových dějů doplňovat historky ze soukromého života, stylizované fotografie být stavěny do kontrastu se snímky z jejího privátního života. Filmová hvězda se na jedné straně identifikuje s fikčním charakterem, na straně druhé mu však uniká, aby si zachovala koherenci hereckého typu, jenž přesahuje konkrétní roli a vstupuje do žitého prostoru — její

20) -ol-, Vývoj našeho filmu. *Český filmový svět* 4, 1924, č. 4, s. 5–6.

21) Např. Jaroslav Frey, knihovník hlavního města Prahy, vydal roku 1929 obsáhlou studii *Psychologie čtenáře*, ve které zkoumá masového čtenáře, jeho motivace k četbě brakové literatury a jeho vkus. Tohoto čtenáře pak srovnává i s filmovým divákem. Frey považuje obě média za velice podobná, avšak kniha je podle něj kinu stále nadřazena. Divák ztrácí možnost individuální volby a jeho pasivní úloha se prohlubuje. Divák si nevybírá konkrétní program, místo nebo čas, nevolí si ani tempo vstřebávání informací. Masový čtenář je proto mnohem svobodnější, vnáší do četby individuální pohled, a tím neztrácí naději, že se dokáže z masy vydělit (a vyspět). Jaroslav Frey, *Psychologie čtenáře*. Hodonín: Nakladatel F. Langdráf 1929, s. 137.

22) Např. Josef Skružný: *Páter Vojtěch*, Jan Klecanda: *Sextánka*, *Osada mladých snů*, Maryna Radoměrská: *Světlo jeho očí*, *Krb bez ohně*, Popelka Biliánová: *Do panského stavu*, *V panském stavu*, *Matka Kráčmerka* aj.

23) DeCordova vidí základní napětí ve vztahu mezi divákem a hvězdou právě jako napětí mezi institucí hvězdného systému a mezi narací a vizuálními kódy dominantního, klasického filmu. Richard deCordova, *Dialogue. Cinema Journal* 26, 1987, č. 3, s. 56.

24) Tedy osobnosti hvězdy (star persona), kterou tvoří soubor veškerých mediálních fragmentů. Alan Lovell, *I Went in Search of Deborah Kerr, Jodie Foster and Julianne Moore but Got Waylaid...* In: Thomas Austin – Martin Barker (eds.), *Contemporary Hollywood Stardom*. London: Arnold 2003.

obraz v sobě spojuje jak obrazy jednotlivých rolí a stylizované portréty, nedostupné hvězdy, tak momentky zachycující obyčejného člověka s běžnými problémy. Fenomén hvězdy se tedy rodí v prostoru mezi diegezí a diskursem²⁵⁾ a mezi veřejnou a soukromou sférou. V tomto meziprostoru vznikají příběhy obklopující život hvězdy, legendy, jež tento hvězdný status upevňují. Legendární historky zároveň podporují divákovu identifikaci s hvězdou a aktivizují jeho touhu jakkoli se jí přiblížit. Zatímco informativní filmové časopisy a časopisy šířejí společenské popisují buď diegetickou rovinu, či rovinu diskursu, populární filmové časopisy se formují právě v tomto meziprostoru náležejícímu hvězdám.²⁶⁾ Participují na vytváření fiktivních mýtů o filmovém světě, ačkoli se hlásí k autentičnosti; na jedné straně popisují hlavní atributy hereckých ikon, jako je krása a úspěch, ale také pády a selhání, na straně druhé zdůrazňují jejich každodenní život nikterak vzdálený životu čtenářů.²⁷⁾ Proto se na jejich stránkách objevují portréty hvězd, ve kterých se spojují obě polohy a nejrůznější kontrasty hvězdného diskursu. Dobové portréty do značné míry kopírovaly narativní struktury a stylové konvence brakové literatury a románů pro ženy, obsahovaly mnoho dramatických, srdceryvných či komických zápletek, docházelo v nich k vrstvení akce, objevovaly se četné detaily jedné scény apod. Jako příklad lze uvést úryvek ze životopisu začínající hvězdy, budoucího idolu, Rudolpha Valentina:

Byl jsem úplně zkrušen a bez zaměstnání. Stal jsem se citlivým. [...] Byl pro mne skutečným dobrodincem, neboť mne dal dopis na Mr. Warda, správce sudů, jehož prostřednictvím byl jsem přijat na učení v zahradnictví v Central Parku, pokud nebudu s to složit zkoušku a dosíci tak pravidelného místa. Abych mohl býti živ, během výuční doby, Mr. Bliss vyměřil mne peněžitý obnos. Pracoval jsem tvrdě po celý měsíc a pak jsem se přihlásil v kanceláři ke zkoušce a abych byl registrován mezi pravidelné pracovníky. [...] Hlad, opuštěnost, noci bez střechy nad hlavou, pocit hany a výčitek — v tom všem spočívalo moje pokoření. [...] Byl jsem vyhozen z jednoho bytu za druhým. Během dvou měsíců změnil jsem čtyřikrát či pětkrát bydliště. Častokrát podrželi si moje šaty, místo nájemného. Mnoho věcí jsem zastavil.²⁸⁾

Filmové prostředí bylo představováno jako místo, které odpovídá divácké/čtenářské zkušenosti, je obýváno „obyčejnými“ lidmi, jimž se podařilo za pomoci nejrůznějších náhod dostat do světa showbyznysu.²⁹⁾ Lída Baarová na vrcholu své domácí kariéry, těsně před kontraktem s německou UFA prohlásila:

25) Miram Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge — London: Harvard University Press 1991, s. 246.

26) Richard Dyer definuje tento obraz (star image) jako extensivní, multimediální a intertextový, který je ve výsledku nutně polysémickou strukturou — což se pochopitelně odráží i na často ambivalentní a kontrapunktické povaze časopisů. Richard Dyer, *Heavenly Bodies*. New York: Routledge 2004, s. 3.

27) Spolu s importem filmů se v českých periodikách hojně objevovaly i příběhy vycházející z rozvinutého hollywoodského systému. Pro představu například ve 3. ročníku časopisu *Kinorevue* (1936–1937) se objevilo 70 portrétů zahraničních a 17 českých hereckých hvězd či filmových tvůrců, ve 4. (1937–1938) ročníku byl tento poměr 29 zahraničních a 6 českých portrétů.

28) Rudolf Valentín, *Povídka mého života*. Kino 1, 1926, č. 10, s. 4.

29) Miriam Hansenová ukazuje, že právě zdůrazňování náhody hraje velkou roli při ustavování hvězdy. Objevování filmového herce či herečky a jeho či její nadřazení nad ostatní členy hereckého kolektivu je spojováno

[M]ůj život je život prostého mladého děvčete. [...] Lidé si ovšem život herečky představují jinak. Ale to už je takové — s pojmem *herečka* a *filmová* zvlášť jsou sloučeny skandály, nezřízený život, ohromné gáže, blahobyť etc. — krátce musí být opředena něčím záhadným. Vidím to na očích děvčat, které ke mně chodí pro podpis.³⁰⁾

Tato hybridní platforma dala vzniknout mnoha specifickým projevům, které dovolovaly i jistou míru interaktivity — a to díky prolínání semiprivátního prostoru čtenáře a hvězdy. Četba příběhů zprostředkovávala divákům/čtenářům kontakt s filmovým světem, avšak mnoho z nich toužilo po bližším a aktivnějším vztahu, který byl problematictější a hůře dosažitelný. Na druhou stranu byl totiž svět filmu popisován jako tajemný, nadlidský ne-prostor neznámé lokace s neprostupnými hranicemi: „Je to posvátné místo, kam nikdo nesmí vniknout a kde je pracovní řád přísný, aby postup práce nebyl ničím rušen.“³¹⁾ Ač se v textech zdůrazňovala role náhody, veškeré proměny ve světě filmových hvězd byly zároveň popisovány jako důsledek osobních vztahů a konexí. Pokud by čtenář o vstup mezi známé osobnosti usiloval, musel by se napojit na některý z koncových článků této sítě vztahů a doporučení a právě s jeho pomocí být do uzavřeného světa uveden. Čtenářům-adeptům bylo naznačováno, že jedním z takových článků je právě filmové periodikum a že je tudíž výhodné dostat se k němu co nejbližší a co nejdéle setrvat v jeho blízkosti. Zde se objevuje další z četných paradoxů publikační praxe filmových periodik: redakce čtenářům připomínala, že do světa showbyznysu nikdo z nich nemůže proniknout, zároveň však podporovala iluzi, že právě jejich magazin tento vstup vyvoleným zájemcům zprostředkuje — a to právě díky své pozici v prostoru mezi filmovým světem a každodenností.

První kontakt se světem filmových hvězd umožňoval samozřejmě fenomén fanouškovství, který časopisy rovněž do značné míry podporovaly. Redakce svým čtenářům dopomáhaly zejména se sběrem podpisů známých osobností a velice ochotně poskytovaly jejich adresy, mnohdy na úkor soukromí a bezpečnosti jmenovaných.³²⁾ Fenomén uctívání filmových hvězd a jeho podpora na mnoha frontách zásadním způsobem utvrzovaly zcela iluzorní představu, že vztah mezi světem filmu a žitým světem, respektive mezi hercem a divákem je skutečně důvěrný a že komunikace s hvězdou je živá a reciproční. Čtenář se proto mnohdy nespokojil pouze s adresou, ale dožadoval se stále intimnějších informací ze života svého oblíbence a většího „sblížení“ s ním.³³⁾ V průniku mezi narací brakové literatury líčící hvězdu jako obyčejného člověka a podporou sběru autogramů se pak nacházely smyšlené sondy do soukromí herců či fiktivní rozhovory:

s mýtem, že velkou roli zde sehrálo filmové publikum, což vyvolává představu divácké participace na vytváření hvězdných pozic. Miriam Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge — London: Harvard University Press 1991, s. 248.

30) Anon., U Lidy Baarové. *Kinorevue* 1, 1934, č. 9, s. 170.

31) René Guetta, Hvězdám blíž: Pod nebem Hollywoodu. *Kinorevue* 1, 1935, č. 20, s. 392.

32) Například časopis *Kino* disponoval pravidelnou rubrikou: *Chcete jim psát?* s podtitulem *Adresář amerických filmových hvězd*.

33) Podpůrné samozřejmě byly i texty, ve kterých redaktor popisoval svou cestu za filmovými hvězdami. Článek z roku 1938 „Chcete hledat hvězdy?“ odhaluje falešné chování periodik, respektive filmových agentur, které zájemně poskytují nesprávné adresy, aby ubránily filmové herce před ataky fanoušků. Jaroslav Svára píše: „Jako pořádný filmový fanoušek jsem měl po svém příjezdu do Hollywoodu napsány v notýsku všechny adresy hvězd z rubrik časopisů, odpovídajících všetečným čtenářům, a tak jsem se samozřejmě hned druhý den vypravil na

[Charles Chaplin říká, že má] oči hnědé, vlasy však již silně prošedivělé, třebas je mu teprve 39 let... Povahově trochu nervosní a samotář. [...] Velmi rozpačitý před více lidmi. [...] Hraje na piano a saxofon. [...] Věří orthodoxnímu socialismu. [...] Když nefilmuje, loví ryby na Catalině u Los Angeles. [...] Adresa číslo 1416, La Brea Ave, Hollywood, Kalifornie. Tam je jeho ateliér. Bydlí ve svém záměčku v Beverly Hills, hollywoodské čtvrti.³⁴⁾

Takto vystavěné texty podporují strategie hvězdného systému, z nichž se napájí recepční modus, který se postupně vzdaluje modu klasického diváctví³⁵⁾ — tradiční potřeba individuálně a neviditelně se vnořit do filmového příběhu je nahrazována kolektivním a přiznaným sledováním vnějšího prostředí obklopujícího filmový příběh, tedy pozorování života vně filmu. Status hvězdy lze mnohem spíše vnímat jako stroj na žití než stroj na snění,³⁶⁾ který je doménou klasického hollywoodského stylu; identifikace s hvězdou překračuje prostor kina a formuje divácké životní vzory. Tím, že filmová periodika zveřejňují zdánlivě pravdivé příběhy ze života hvězdy a podtrhují jednotlivé spektakulární (ač často prezentované jako všednodenní) momenty, aktivizují tento odlišný modus a apelují tak na to, aby čtenář opustil pasivní pozici diváka sedícího v kině a začal se mnohem více podílet na životě okolo filmu, aby aktivně komunikoval s daným periodikem, přestupní stanicí do světa filmu, a dokonce, aby se začal angažovat v samotné filmové tvorbě.

„Jak se dělá film?“ Čtenář aspirující na pozici filmového tvůrce či herce

Filmová báchorka se skrývačkami

Byl jednou jeden filmový výrobce. Samozřejmě veliký *boháč*. A taky dělal filmy. A jaké!

Co vám ostatně budu povídat: žil v Československu.

K tomu výrobcí přišel *plachý* muž, kterého sem *dohnal* hlad. Byl to libretista a *ví to vážená* redakce, že ho ten nabob *očekával* a přivítal s otevřenou náručí a *pospíšíl* si, aby, chvále Boha a Syna, pomohl mu svléknouti *kabát o vánočním bílém týdnu nový* zakoupený.

Kinorevue, 1938.

Mobilizace čtenáře vycházela z opakovaného zdůrazňování náhody, která vedla filmového tvůrce či herce ke slávě, a zároveň z potvrzování všednodennosti hvězdného života. Tyto dva nové aspekty filmového průmyslu se slučovaly s podporou soutěživosti populárně společenských periodik a jejich výchovným rozměrem. Můžeme se tak setkávat více než kdy jindy

cíhanou. Vrazil jsem pár dolarů do taxíku [...] a hnál se vesele podle adres na příslušná místa. Když jsem se však přihnal do zaslíbených končin, objevil jsem na svých adresách prapodivná obydlí. Jednou to byla lepší kůlna, po druhé rozbitá chalupa a po třetí místo už ani nehledal. Udiveně jsem vystoupil a zjistil, že tam hvězdy vůbec nebydlí!“ Jaroslav Svára, *Chcete hledat hvězdy?* *Kinorevue* 4, 1938, č. 45, s. 66. Takovéto texty sloužily jednak jako reklama periodiku, které otisklo demystifikaci, a zároveň jako návod, jak se má fanoušek chovat, chce-li proniknout do obydlí svého idolu.

34) Anon., *Víte o Chaplinovi?* *Český filmový svět* 5, 1928, č. 9, s. 4.

35) Richard de Cordova, *Dialogue*. *Cinema Journal* 26, 1987, č. 3, s. 55–56.

36) Robert Clyde Allan – Douglas Gomery, *Film History: Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill 1985, s. 172–186.

s obrazem diváka, který zcela propadl až „chorobné“ touze po filmování, nevyčleřitelně snil o herecké slávě a prestiži spojené s povoláním filmového tvůrce a zároveň plně důvěřoval periodiku, že jej z této „choroby“ vyléčí a poskytne mu návod, jak do filmu skutečně plně proniknout.

Konzumenti mohli podle časopisů aspirovat pouze na dva typy pozic — na pozici herce nebo scenáristy.³⁷⁾ Časopisy opakovaně vyzývaly čtenáře, aby zasílali náměty na nové filmy, nebo aby se zapojili do konkurzů na filmovou roli. K výhře v soutěži o „nejlepší“ scénář se většinou pojila i vysoká finanční odměna, která k účasti podněcovala mnoho v oboru neškolených čtenářů.³⁸⁾ Soutěžící autoři, obklopeni příběhy o známých osobnostech, věřili, že díky svému námětu budou mít nejen šanci vydělat peníze, ale se stanou také součástí nedostupné říše filmu, jak svědčí dobový komentář: „Jsem přívržencem filmového umění a nemaje v tomto oboru žádných známostí, rozhodl jsem se po vzoru pana Vl. Slavínského, že si libreto napíši sám a pak že budu moci již nějakým způsobem dostat se do filmového prostředí.“³⁹⁾ Průběh soutěže však nepodléhal žádné kontrole a zadání byla často vypisována, aniž by byla jakákoli šance na zfilmování vítězného námětu. Komentáře k zaslaným scénářům, publikované na stránkách periodik, byly výhradně kritické, avšak neopomněly neúspěšného autora povzbudit k tomu, aby ve svých scenáristických ambicích pokračoval a odesílal nové verze: „Osudné štěstí. A. K. počátek libreta jest zajímavým, zbytek jest temným, barbarským a triviálním. Zajímavým jest sloh, který jde touze stupnicí. Musíte tomu věnovati více času, to nesmí být omluvou.“⁴⁰⁾ Docházelo i k tomu, že soutěž bez ohlášení skončila, přičemž výhra zůstala nevyplacena. I když byla většina falešných soutěží odhalena jako podvod, naivní konzumenti znovu podléhali reklamní strategii, která zdůrazňovala nenáročnost psaní scénáře oproti jiným uměleckým formám vyjádření. Jak je však zřejmé, v nemálo případech byly tyto soutěže pouze další v řadě jmenovaných taktik, jak vzbudit zájem stávajících odběratelů, respektive jak si získat nové abonenty.

Vliv brakové literatury na psaní medailonků filmových hvězd se infiltroval i do soutěžních rubrik. Zmiňované konvence populárních literárních žánrů se nezřídka stávaly základ-

37) Práce režiséra byla spojována s přirozeným talentem a nezpochybnitelnou autoritou, proto ve filmových časopisech nebyla „inzerována“ jeho pozice vhodná pro neškoleného začátečníka. Avšak v denním tisku se objevují i výzvy filmovým amatérům, jejichž filmové pokusy by někdy v budoucnu mohly přesáhnout privátní oblast — „filmy z dovolené, z prázdnin, rodinný filmový archiv, soukromá představení v kruhu rodiny a přátel, veřejné soutěže, pocty, plakety, vavříny a kdovíco všechno!“ Anon., *Morbus filmi. Literární noviny* 12, 1939, č. 7, s. 138–139.

38) Často se v časopisech vyskytovaly pobídky produkčních společností na zaslání scénáře s tématy z národních dějin. Např. společnost Lloydfilm a. s. vypsala soutěž na „nejlepší svérázné, úplně pro film zpracované náměty, týkající se Čsl. Republiky (pravěku, dějin kultury atd.), mající význam světový“, odměna podle umístění činila 5000, 3000 a 2000 Kč. Anon., *Soutěž na filmové náměty. Divadlo budoucnosti* 2, 1921, č. 4, s. 4. Dalším příkladem byla soutěž české obce sokolské, která roku 1937 prostřednictvím *Českého filmového zpravodaje* zveřejnila tyto podmínky: „Do soutěže se přijímají pouze původní náměty na celovečerní hraný film z probuzenecké doby, ve které vznikl Sokol [...]. Námět musí být zpracován jako román, kde ani motiv milostný není vyloučen, osoba dr. M. Tyrše nemá však vystupovat příliš do popředí, odměna 2500 Kč, a druhý námět na nejlepší myšlenku jak nafilmovat X. všesokolský slet v Praze 1938, odměna 4000 Kč.“ Anon., *Soutěž. Český filmový zpravodaj* 17, 1937, č. 21–22, s. 1. Objevovaly se však i soutěže podporující jednotlivé odvětví státního průmyslu či složek státní obrany; například soutěž „nejlepšího původního námětu (synopsis) filmového libreta celovečerního, který by poutavým způsobem upozorňoval na výhody a užitečnost letectví“. *Český filmový svět* 5, 1927, č. 10, s. 13.

39) Anon., *Z pošty oblíbeného kinoherce. Filmový kurýr* 2, 1928, č. 9, s. 3.

40) Anon., *Libreta zaslaná naší redakci. Český filmový svět* 2, 1924, č. 6, s. 24.

ní formou popisující osudy jednotlivých respondentů,⁴¹⁾ velice talentovaných, ale žijících v bídě, nenápadně připomínající citovanou pasáž ze životopisu Rudolpha Valentina. Autor, který chtěl uplatnit své trampské libreto, píše:

Píši v malé dřevěné chyšce pod doškovou střechou. Psacím stolem jest mi velká bedna a křeslem postel. Chyška jest přístavkem k maštali a nemá oken. Chci-li vidět, musím mít otevřené dveře. Ani výhled není právě vábivý. Pohlédnu-li přímo, dívám se do louže.⁴²⁾

Stejně jako sloužily čtenářům životopisy hvězd jako vzor pro vlastní korespondenci, stávaly se pro ně i příkladným modelem detailní informace o vzhledu jednotlivých herců. Ape-lativní a edukační rétorika textů toto ještě podporovala tím, že vyzývala čtenáře, aby volili pro úpravu svého zevnějšku i pro formování těla způsoby, které byly vlastní právě hvězdám.⁴³⁾ Periodika poskytovala nepřeborné množství rad, jak se správně líčit a česat, jaký zvolit styl oblékání či jaká sada cviků je pro dokonalou postavu nejvhodnější.⁴⁴⁾ Jelikož stejně jako v brakové literatuře a dalších projevech populární kultury byla i ve filmové sféře klíčovým faktorem stereotypizace a nulová originalita, nikoli talent a zkušenost, bylo právě splnění zadaných a vysledovaných kritérií vnímáno jako základ pozdějšího úspěchu.

Čtenáři byli rovněž neustále podporováni v tom, aby aspirovali na filmovou kariéru a život hvězdy si bez váhání vyzkoušeli. Pozadí těchto rad tvořily nejen pasáže popisující hvězdy jako obyčejné lidi, ale i neustálé utvrzování čtenářů, že pozice herce je velice nestálá a herce je velmi často nahrazován novým hercem podobného typu. Díky takto prezentované fluktuaci nevypadal sen „být hercem“ zdaleka tak iracionálně, jak by se vnějšmu pozorovateli mohlo zdát, a i proto byla tato taktika oslovování velice úspěšná. Míru obětavosti zájemců, stejně jako moc vzorové vizáže, sníženou sebekritičnost a nedostatek reflexe, dokládá například tento dobový text: „Bratr Rudolfa Valentina Alberto Gugliemi podrobil svůj nos třetí operaci a je nyní podle lékařských bulletinů slavnému Rudolfovi naprosto podoben. Jeho kariéře u filmu nestojí prý již nic v cestě.“⁴⁵⁾ Fanoušci byli udržováni v přesvědčení, že díky vytrvalosti, správnému líčení a ustrojení — a za pomoci školení a cvičení, které mohou vykonávat podle návodů zveřejněných v jejich časopise⁴⁶⁾ — se mohou přiblížit obrazu hvězdy a kdykoli ji tak zastoupit.

41) A pro obraz diváka není podstatné, zda byl autorem čtenář ovlivněný četbou časopisu, nebo samotní redaktoři. Nelze se dopátrat, zda byly tyto dopisy čtenářů skutečné, nebo zda vznikaly v redakčním okruhu, aby vyplnily listárnu a navodily dojem, že o časopis a jím vyhlašované soutěže a konkurzy je veliký zájem.

42) Anon., Námět z chyšky. *Kinorevue* 5, 1938 č. 8, s. 142. I u adeptů ze studentských kruhů byl často zmiňován jejich trpký a těžký život. Např. Karel S. píše, že by se rád stal kapelníkem velkého jazzu nebo filmovým hercem. „Zatím mi brání nedostatek finančních prostředků, abych se mohl věnovati studiu. Mám jenom nevlastní matku. Otec mi zahynul na dole Nelson.“ Karel S., Český člověk je pilný. *Kinorevue*, 4, 1938, č. 50, s. 502.

43) „Věčně krásná a tajemná Greta Garbo volí pro každý rok svůj nový typ, podle něhož spěchají její imitátorky na celém světě rychle se přizpůsobiti. Po dlouhých, rozevlátých vlasech poslední doby překvapila Greta Garbo zcela prostým chlapeckým účesem.“ Anon., Garbo 33. *Svět ve filmu* 1932, č. 2, s. 5

44) Např. rubrika Moda, Kosmetika, Elegance, kterou pravidelně otiskoval ve 20. letech *Český filmový svět*. Srov. Martin Frič, O filmovém líčení. *Kino* 1, 1926, č. 5, s. 5. Jan Kolář, *K filmu*. Praha: Fechtner a spol. 1927.

45) *Český filmový zpravodaj* 5, 1928, č. 8, s. 4.

46) Např. V. R., Chcete k filmu? Několik poznámek k námi chystanému kursu filmového umění. *Český filmový svět* 5, 1927, č. 11, s. 4. Tato rubrika, byla pravidelně otiskována až do říjnového čísla 2, roku 1927.

Obdobou soutěží o nejlepší scénář byly foto-soutěže: zájemce o filmovou kariéru zaslal svou fotografii a časopis slíbil, že ji nabídne k posouzení filmovým producentům.⁴⁷⁾ Dále pak otiskoval sliby brzkého získání role a blížícího se natáčení, které byly ve většině případů pouhou iluzí a reklamní strategií. Mezi probuzením čtenářova zájmu a jeho definitivní rezignací na hereckou kariéru muselo vzniknout vakuum, pomyslný prostor čekání, ve kterém mohl zábavní tisk získat na určitou dobu stálý okruh odběratelů. Pro časopis ve finanční tísní byla strategie foto-soutěže možností, jak poměrně rychle zabezpečit existenci listu na příštích čtrnáct dní. Časovou prodlevu omlouvaly fráze typu: vyjednáváme vaše uplatnění, mějte trpělivost. Manévrovací prostor nebýval zpravidla delší než deset čísel. Byl-li tento konkurz falešný,⁴⁸⁾ po uplynutí slibované doby časopis buď otiskl omluvu všem zúčastněným, přičemž vinu svaloval na neschopné producenty, nebo se k věci nevyjadřoval vůbec. Třetí, nejběžnější variantou bylo, že časopis zanikl, čímž podal o kvalitě celé foto-soutěže zcela jasné komuniké.⁴⁹⁾

Zájemci o pozici filmového scenáristy či herce byly utvrzováni v představě, že se do vysněného světa filmu dostanou častou sebeprezentací na stránkách periodika. Jako ukázkový příklad neústupného žadatelství o filmovou roli můžeme jmenovat dopisy zveřejňované od konce třicátých let do počátku let čtyřicátých v časopise *Kinorevue* od Viléma Čakana, podepisujícího se většinou anglickou varietou svého jména Willy Čakan. Případ tohoto čtenáře-kariéristy a ukázka jeho strategií si zaslouží větší pozornost, protože je skutečně příkladným vyvrcholením odlišné recepce a specifické interpretace předkládaných výzev, a rovněž ukazuje, jak byl dobový diskurs prosycen představou vzájemné propojenosti filmu, filmového průmyslu, hvězdného systému, filmových magazínů a aktivního, modelového čtenáře.

47) Např. *Svět ve filmu a obrazech* uspořádal roku 1934 velkou soutěž, zaměřenou na dívky do 20 let, které by rády účinkovaly v hlavní úloze filmu PANENSTVÍ. (Naše filmová soutěž. *Svět ve filmu a obrazech* 2, 1933, č. 14, s. 2.) Ač nakonec roli získala Lída Baarová, a nikoli tedy výherkyně konkurzu, fotografická soutěž se setkala s nebývalým ohlasem a pravidelně byla vyhlašována až do třicátých let. Po třech číslech byl titulke zadání pozměněn — „naše soutěž trvá pro další filmy“, přičemž hlásit se mohli páni a dámy bez omezení věku. Od čísla 14 do čísla 62 bylo zveřejněno celkem 373 fotografií dívek (všechny do 25 let) a 305 fotografií mužů (až na 3 výjimky rovněž do 25 let). Někteří účastníci se nechávali namísto vlastních jmen titulovat podle charakterové vlastnosti nebo oblíbeného herce: Dr. Mabuse, Morava v masce upíra, Chaplin, Štěpánov s buřinkou, Kantor Ideál v masce Lamačovy slavné kreace, Značně skromný, Velmi skromný apod. Tento jev převládá více u mužů než u žen. Dámy preferovaly jednoduše zapamatovatelné zkratky vlastních jmen.

48) Bylo by nepřesné tvrdit, že se žádný čtenář filmového natáčení nikdy nezúčastnil. Režisér Oldřich Kmínek uvažoval roku 1926 o začlenění několika abonentek do snímku „Jáma“. Název se během měsíce změnil na „Dcera země“ a poté byl projekt zastaven úplně. (*Filmová hvězda*, 1926). Na základě propagační foto-soutěže časopisu *Hvězda* se uplatnily tři dívky ve filmu SVĚTLO JEHO OČI režiséra Karla Špeliny, slečna Lola Janečková dokonce získala významnou úlohu, druhou hlavní ženskou roli. *Svět ve filmu a obrazech* umožnil několika vybraným adeptům účast na natáčení filmu SEJDE S OČI, SEJDE S MYSLI od J. R. Engela. Anna Špánková získala příslib na roli v některém z příštích filmů Leo Martena, o její skutečné spolupráci však chybí důkazy.

49) V roce 1927, když se čekalo na schválení dovozních kvót, jež by nutně znamenalo zvýšení produkce českých filmů, se výzvy ke vstupu do filmu začaly množit. V *Českém filmovém světě* se můžeme setkat například s takto formulovanou reklamou: „Vaše touhy mohou být splněny! Očekávaným zavedením kontingentu (ochrany českého filmu) zlepši se naše situace v poměru ku produkci zahraniční. Budme připraveni! Hledáme dle vzoru hollywoodského filmu spojení s pokud možno největším počtem dam i pánů majících úmysl, snahu i touhu věnovati se a hráti ve filmu! Přihlašte se ihned.“ *Český filmový svět* 4, 1927, č. 10, s. 23.

Případ Willyho Čakana aneb Rudolpho Valentino se vrací

Český film trpí zejména nechutí producentů objevovat nové typy a dáti příležitost mladým talentům, aby se uplatnili. Stále se vracejí tytéž tváře ve stejných šablonovitých figurkách.

Svět ve filmu a obrazech, 1932

Bližší informace o Vilému Čakanovi se můžeme dozvědět pouze ze zveřejněných textů v časopise *Kinorevue*, proto nelze odhadnout, do jaké míry jsou pravdivé, do jaké míry jsou fikcí dopisovatele či konstrukcí redakčního okruhu. To však nemění nic na tom, že pro textovou analýzu zaměřenou na odhalování obrazu modelových diváků-čtenářů jsou pravidelné vstupy takto koherentně podávané osobnosti aspiranta, ochotného udělat vše pro to, aby se stal filmovou hvězdou, vskutku vypovídající. Z nejrůznějších náznaků můžeme předpokládat, že Čakan pocházel z početné rodiny, vyučil se holičem a své profesi se věnoval ve Slezsku do konce třicátých let, kdy absolvoval vojenský výcvik. Po návratu domů se rozhodl proniknout do filmového světa tím, že bude stránky *Kinorevue* okupovat tak dlouho, dokud nedostane smlouvu na natáčení hlavní filmové role.⁵⁰⁾ První zmínka o něm pochází z roku 1937, a to ze strany redakce, která tak vytvořila obraz, jenž po celou dobu snažení Willy Čakana doprovázel. Jedná se o ironický komentář, kterým redakce reagovala na původní dopis, v němž si Čakan vymezuje jasnou časovou hranici svého úspěchu, tedy rok 1940, do něhož chce získat angažmá na Barrandově či se dostat přímo do Hollywoodu.

Zn. Vilém Čakan, *Karvinná* [sic]: Ani nevíte, jak se těšíme na rok 1940, kdy podle svých údajů zazáříte na filmovém nebi jako hvězda první velikosti a zastíníte hravě i naše velké mimy Pižlu a Žižlu! Doufáme, že nám pak neopominete zaslati svou kadeř, abychom ji uschovali mezi své redakční relikvie.⁵¹⁾

V roce 1938 byl nucen svou vysněnou hranici posunout až do roku 1942 kvůli vojenské povinnosti. Fanouškům oznamuje: „Tedy prosím, rok 1942 si zaznamenejte, kdy má hvězda zazáří na nebi filmovém.“⁵²⁾ Nicméně už na přelomu let 1939 a 1940 začal znovu posílat dopisy, psát lichotky i výhrůžky, jak v českém, tak v anglickém jazyce, plné gramatických nedostatků.

Don't be frightened. I'm not drunk. It's not money I want. It is my life. Don't be horrified at me — you must hear with me whilst I implore it. My life, my honour, my reason, are all at your mercy; if you fail me, I am lost. Death would not have driven me to this extremity. [...] I have gone too far to pause before I see the end. You are intelligent enough, I fancy, to imagine the rest. Serve me, dear Sirs, and save Your friend. Nashledanou, zdraví všechny příznivce filmu R. V.⁵³⁾

50) Letmé zmínky v časopisech doplňuje krátký rozhovor s Vilémem Čakanem otisknutý na výzvu čtenářů v *Kinorevue* v roce 1940. Vilém Č a k a n, Nový Valentino volá! *Kinorevue* 7, 1940, 17, s. [2].

51) *Kinorevue* 4, 1937, č. 7, s. 122.

52) Willy Č a k a n, Svět počká na Valentina. *Kinorevue* 4, 1938, č. 31, s. 362.

53) *Kinorevue* 6, 1939, č. 15, s. 282.

Stejně jako mnoho jiných kariéristů se Willy plně identifikoval s hercem Rudolphem Valentinem, tvrdil dokonce, že je jeho reinkarnací a je tak pokračovatelem jeho absolutního talentu.⁵⁴⁾ Zdůrazňoval, že právě z tohoto důvodu se musí za každou cenu (byť za cenu vlastní smrti) dostat k filmu.

Prosím, udělejte mi tu radost a povolejte si mne co nejspíše do Prahy ke zkušebnímu snímku do ateliérů na Barrandov. Nebude toho nikdo litovat, skutečně ujišťuji, již déle nemohu čekat, prosím upozorněte, doporučte mne třebaš kdekoliv, jen abych mohl dokázat, že jsem skutečně já nástupce Valentina. Dokáži to, co druzí by potřebovali k tomu léta, aby dosáhli toho úspěchu. Ovšem, podotýkám, neumím nic, ale na žádost udělám vše, co si jen budou přát (?) [...] Hru, kterou chci vytvářet jako budoucí „star“ filmu, v byla takového stylu, která se ještě vůbec neobjevila.⁵⁵⁾

Willy Čakan rovněž vyzdvihoval, že mu „nic“ nečiní potíže, dokonce by sám zastal nebezpečné kaskadérské scény. Mnoho časopiseckých textů totiž zdůrazňovalo exhibičnost a spektakularitu hereckého umění, na úkor propracované narativní zápletky. Zdálo se tak, že herectví je druhořadá záležitost, která přichází jako by mimoděk spolu s talentem jiného druhu. I ostatní adepti, přesvědčení, že jejich talent musí být nutně objeven, proto vypisovali do dopisů redakcím veškeré dovednosti, které by mohli uplatnit ve filmu, jako byl zpěv, humor, sportovní výkony, tanec, hra na hudební nástroj atd. či automaticky přejímali vlastnosti, kterými na plátně disponovali populární herci.⁵⁶⁾

Čakan nebyl pouze jedním z mnoha neúnavných zájemců o vstup do světa filmu, ale postupně se stal zástupcem a mluvčím všech kariéristů, zájemců a adeptů, jimž přislíbil, že tím, že do roku 1940 určitě pronikne do filmového světa, jim poskytne konečně satisfakci. Křiklavá, místy až agresivní sebe prezentace budila u čtenářů velký ohlas — na jedné straně se okolo jeho osoby zformovala nemalá skupina fanoušků, která horovala pro podporu nového Valentina, na straně druhé pak sekce odpůrců nabádajících k rozumu v této kauze. Jeho podporovatelé se ve svých obdivných projevech přiblížili chování fanouškům skutečných filmových hvězd — psali dopisy, že se Čakan musí nezbytně dostat k filmu,⁵⁷⁾ dožadovali se jeho fotografií s podpisy a skládali na jeho počest oslavné básně:

54) Rudolphu Valentínovi, zejména po jeho smrti v roce 1926, se v českých periodikách dostává mnoho prostoru; na pokračování vycházel již zmiňovaný životopis, mnoho čtenářů se k němu připodobňovalo, jiní psali že doufají, že se brzy najde Valentínův nástupce, a jeho jméno bylo využíváno jako reklamní prostředek: „Pravá příčina smrti R. Valentina je zjevná z této sentence: ‚Kdo nečte *Kino*, umře jako Rudolf Valentino.‘“ *Kino* 1, 1926, č. 1, s. 5.

55) Vilém Č a k a n, Valentino mluví. *Kinorevue* 6, 1939, č. 2, s. 21.

56) Pod vlivem podmanivého kouzla animovaných filmů někteří adepti dokonce inzerovali, že skvěle malují, a mohli by tak s pomocí redakce dobýt svět, stejně jako se to podařilo Waltu Disneymu.

57) Čtenář Jaroslav Pavel píše o svém nadšení z objevu W. Čakana v časopise *Kinorevue*. Píše: „Jsem omráčen. Kdo to na mně hledí? Heureka... Toť přece nový Valentino.“ Posléze usíná a má o něm sen. Jaroslav P a v e l, Valentino se stává příznakem. *Kinorevue* 6, 1939, č. 4, s. 62.

VALENTINO, DŮVĚŘUJ!

Ač těžký smutný den
 zas přijde noc a sen.
 Důvěřuj!
 I když srdce již otupělo
 a hrdé sklonilo se čelo.
 Důvěřuj!
 Po strašném bičování
 a „Jeho“ křížování
 přišlo i Vzkříšení.
 Tak přijde i den Tvůj!
 A proto — Důvěřuj!⁵⁸⁾

I přes občasné se objevující hlasy proti Čakanově strategii i přes určitou míru repetitivnosti dopisů tvrdohlavého zájemce se přesto jeho dopisy poměrně dlouhou dobu udržely nejen na stránkách časopisu, ale i na vrcholu popularity. Redakce přestala Willyho požadavky otiskovat až po třech letech pravidelného dopisování. Čakan v poslední zprávě ohlásil, že končí se svým dosavadním životem a jede do Prahy.

Tak to máme zde, totiž Nový rok 1940 a s ním i nového muže, který již déle čekati nemůže, neboť osud a zároveň jeho život to vyžaduje. Tedy neprodleně a to jest 21. března 1940 se bez dalšího prošení představím ve Vaší kanceláři; nedejte se překvapit.⁵⁹⁾

Přestože redakce *Kinorevue* deklarovala, že se na Čakanův příchod velmi těší, neúnavný dopisovatel výhrůžku nesplnil a do kanceláře časopisu se nikdy nedostavil. V druhém pololetí ročníku 1940 se redakce rozhodla Čakanův případ uzavřít, nikoli však z nedostatku dopisů od mladého holiče (ten mezitím fingoval vlastní sebevraždu a nadále psal jménem svých příbuzných), nýbrž se zdůrazněním dětinskosti, do níž se celá akce zvrhla.⁶⁰⁾ Poslední zmínku o něm bychom našli o rok později, kdy list zveřejnil oznámení o jeho nové proměně a jeho duševním „obrácení“, jež však spočívalo pouze v tom, že se Čakan rozhodl vzdát představy reinkarnace a chtěl nadále dobývat slávu pod svým občanským jménem. U posledního textu je nejen fotografie zachycující pohrbívání časopisu *Kinorevue* či spiritistickou seanci nad jeho stránkami, ale i zmínka, že pokud by jakýkoli režisér měl zájem ho obsadit do filmu, redakce ráda zprostředkuje jeho adresu.⁶¹⁾

Vymizení Willyho Čakana není dáno pouze „zdětinštěním“ celé kampaně, ale lze ho přičítat i roli populárních filmových časopisů a jejich působení v dobovém diskursu. Tyto časopisy sice existující v mnohačetném meziprostoru, a (ne)přímo tak kopírují hvězdnou praxi, avšak zastávají pouze voyeurskou, distanční úlohu. Nemohou proto překročit hranici pozo-

58) Kristina H., Valentino, důvěřuj! *Kinorevue* 6, 1939, č. 4, s. 62.

59) Rodolpho V a l e n t i n o [Vilém Čakan], Neuznaný herec. *Kinorevue* 6, 1940, č. 24, s. 461.

60) *Kinorevue* 6, 1939, č. 14, s. 262.

61) Anon., Obrácením nového Valentina. *Kinorevue* 7, 1940, č. 19, s. 362.

rovatelství a umožnit svým čtenářům, aby vstoupili do skutečného světa filmové praxe. Jedinou výjimkou tvořily ankety a soutěže oslovující potenciální filmové tvůrce a herce, které vycházely shora, tedy přímo z potřeb filmového průmyslu.

Ač Willy Čakan ze stránek časopisu zmizel, reakce, které vzbudil v době své „kariéry“, měly charakter velice obdobný těm, které vyvolávaly skutečné star. Čakana následovala řada nástupců, které povzbudila jeho neústupnost k vlastní aktivitě. Po běžných dopisech fanoušků, kteří žádali od redakce pouze adresu svého oblíbeného herce, se nyní vynořily desítky mnohdy až bizarních listů od podivínů, velmi podobných Čakanovi. Všichni resolutně požadovali roli ve filmu, zaštiťovali se přitom heslem: „Když může Čakan, mohu i já.“ Objevovaly se také reakce psané v nářečích, které zdůrazňovaly venkovský (tj. do jisté míry exotický) původ pisatele.

To sem chtěl pořad hrát a abech měl rutino a pragsu, tož sem miloval fšecky možný děfčata, abech to pragsu teda měl. Za tych patnáctí roku mám taková zkušenost, že f milovaňo přechím aj Rudolfo Valentino. A možu milovat pirátske, lópežnicke, aj f salóně, s fósama aj bez fósu. [...] Píšo Vám ze fším důrazem, že esli pomůžete p. W. Č. a mě [sic] ne — ktery umí milovat a lásko vyznávat ve fšelijakym stylo, tož stane se hrozny neščestí.⁶²⁾

Velký zájem o filmové role a zároveň nemožnost ji zprostředkovat vedly časopisy ke zcela protikladnému — i když souběžně se vyskytujícímu — postoji k adeptům. Redakce mnohého textů od čtenářů ironizovala, a tak se projevy naivních konzumentů stávaly zdrojem zábavy a nenáročného humoru, nebo otiskovala nejružnější varování zájemcům a publikovala obavy z tohoto populárního fenoménu. Redakční kruhy považovaly například za zhoubné, že by nevyléčitelné touze po filmování mohla brzy podlehnout veškerá mládež, a přijali-li by tento trend filmoví podnikatelé a do českého filmu vpustili tyto neškolené amatéry, došlo by k výraznému snížení kvality jednotlivých snímků. Vrcholem (sebe)reflexe pak byl šířící se názor, že v budoucnosti by mohli filmoví teoretici považovat za specifikum meziválečné kinematografie právě tuto nezdravou touhu laiků filmovat. Aktivita naivních konzumentů se opakovaně stávala objektem mravoličných proslovů, a zařadily se tak po bok boji proti brakové literatuře.⁶³⁾ Zájem filmových adeptů o hereckou profesi byl degradován na úroveň patologické úchyvky, jejich posedlost byla vnímána jako mentální porucha osobnosti, přičemž film ani filmové časopisy na stavu těchto jedinců nenesly žádnou vinu.

Časopisy zveřejňovaly bizarní příběhy o pokusech, kterými se adepti snažily proniknout do filmu, stejně jako o úplatcích a pracovních příležitostech, které nabízeli jejich redaktorům

62) Optimista, Po hanácku. *Kinorevue* 6, 1939, č. 5, s. 82.

63) Volání po ozdravení ducha mládeže se ozývalo ze všech dostupných médií a mnoha periodik; jeho tón pak naznačuje dobový komentář: „Rozkošné mládí, sladkých osmnáct let se ocitlo na scestí. Kéž by v nich [v mládeži] film již více nezabíjel něžnost a nepodněcoval v nich sobectví a samolibost. Následky, které jsou dnes vidět, jsou někdy žalostné.“ K. K a r l a s, Rada osmnáctiletým. *Kinorevue* 6, 1939, č. 2, s. 24. Jiný příklad je polemikou s dopisem jakéhosi Petra R.: „Proti Vaší vášni, že chodíte rád na bezcenné filmy, bych ani tak ničeho neměl, neboť každý z nás má jinou zálibu, jak správně píšete. Ale abyste se chtěl poučovat u takových filmů, to bych Vám nedoporučoval, vždyť sám uznáváte, že jsou nesmyslné.“ Pavel N., Diskuse o úkolech filmu. *Kinorevue* 4, 1938, 31, s. 362.

špatně oblečení podivíni pod maskou ředitele či bankéře za to, že jim tento vstup zprostředkují.⁶⁴⁾ Ve Spojených státech údajně: „[j]edna dáma poznala Joan Crawfordovou v transkontinentálním vlaku, ukradla jí nějaký stříbrný předmět, aby mohla později do studia věc jí vrátiti.“⁶⁵⁾ Schéma vyprávění z brakové literatury začalo sloužit i k popisu příběhů kariéristů, nikoli pouze jejich idolů; a doplňovaly jej však texty odrazující od touhy proniknout k filmu: „Uplatňujte sami sebe tam, kde jste. Tím můžete jenom získati. A chcete-li mermomocí dělat hlouposti, tak se vrhněte třeba na psaní románů. Anebo provozujte nějaké sporty; zkrátka všechno jiné, jenom film ponechte na pokoji. [...] Hodně štěstí ve skutečném životě — ne ve světě pohádek.“⁶⁶⁾ Ambivalentní koexistence povzbuzování zájmu o vstup do světa filmu a jeho současné potírání zcela odpovídá existenci populárních časopisů ve zmiňovaném prostoru mezi filmem a každodenností a jejich funkcím — časopisy mají oslovit velké množství čtenářů, uspokojit diváckou fascinaci životem hvězd, mobilizovat kolektivní aktivitu a dialogičnost diskursivního pole, sloužit jako příslib, porada i zábava k naplnění volného času, nikoli jako místo konkurzu.

Obraz „chorobné“ doby a aktivního diváka

Skrze nastíněný obraz, nebo chcete-li románový příběh, nejrůznějších „šílených“ aspirantů vedených Willy Čakanem a naivních čtenářů, kteří doufají v nejrůznější výhry i v to, že jejich námět bude zfilmován a jejich tvář a um jim přinese hvězdnou slávu (a v některých případech i oprávněně), můžeme zahlédnout, jaký obraz diváků filmové časopisy vytvářely a zároveň jakou reakci tento obraz vyvolával. Na rozdíl od jeho podoby v ostatních společensko-kulturních časopisech udržujících si od filmu větší distanci, reprezentace čtenářů filmových časopisů počítala s neustálou modifikací, za níž mohli samotní čtenáři. Můžeme vysledovat, že jednotlivé texty konstruují kruh (inter)akcí, po němž by se měl modelový čtenář v ideálním případě posouvat. Divák by si měl po zhlédnutí filmu přečíst časopis, prostudovat si rubriky seznamující ho se zákulisím filmu, zúčastnit se nejrůznějších soutěží, navázat komunikaci s daným periodikem, ztotožnit se s jedním z nabízených modelových postojů, začít toužit po svém vlastním hvězdném statusu, znovu navštívit kino, aby viděl hvězdy, na jejichž pozici by rád aspiroval, prostudovat časopisecké rady, které mu pomohou s přípravou na tuto pozici atd. Cyklický model propojující jednotlivé role se tedy nabízel jako ideální způsob permanentní stimulace konzumentovy pozornosti a odpovídala mu i celková struktura filmových časopisů — pro diváka byly primárně určeny kritiky a reklamní texty, pro čtenáře braku poutavé příběhy ze života hvězd a převyprávění filmových dějů, pro soutěžícího a komentátora motivační hry a ankety a pro aspiranta výzvy „pojdte k filmu!“ a doprovázené vysvětleními, proč se této touhy raději vzdát. Uzavřením tohoto cyklu či jeho symbolickým překročením pak byla nejen skutečnost, že čtenáři začali reagovat na Willyho Čakana obdobně jako na filmovou hvězdu, kterou se nikdy nestal, ale je jí i výzva z roku 1939: „Redakce prosí filmové a divadelní herce, aby jí zapůjčili obzvlášť zajímavé dopisy ctitelů. Při-

64) Anon., Pan centrální ředitel. *Svět ve filmu a obrazech* 3, 1934, č. 16, s. 13.

65) D. B l u m, Hollywood — ovoce zapovězené. *Filmové listy* 2, 1930, č. 10, s. 74.

66) Adam J a n u š k a, Drazí spoluobčané! *Kinorevue* 6, 1940, č. 34, s. 157.

pravujeme o tom článek“.⁶⁷⁾ Mezi soutěživé čtenáře se tak měli dostat samotné hvězdy a reprezentace čtenářské obce by byla doplněna o obraz fanouška komponovaného jeho idolem.

Je zřejmé, že tento model mohl začít fungovat právě až v době ustavujícího se hvězdného systému a zvyšujícího se volného času. Hvězda, již jsme definovali životem vně filmu, ve kterém rovněž „žije“ čtenář filmových časopisů, zakládá mnohoznačný prostor mezi diegézí a diskursem či veřejný intertext, z něhož bují filmová periodika a ve kterém počíná jejich neustálé pulsování mezi fikčním, nedostupným světem a světem každodennosti, kam může proniknout kdokoli — včetně jakéhokoli čtenáře. Tato programová mobilizace vede k jisté kolektivní aktivitě,⁶⁸⁾ která může mít dopad i na samotný filmový průmysl (minimálně v posílení návštěvnosti kina, vítané volnočasové aktivity dané doby), ale zejména na diváka, jež se rozhodl opustit tmu kinosálu a vstoupit na filmové plátno — a kterému se to zdařilo alespoň pomocí některých obrazů prezentovaných právě filmovými periodiky.

Citované filmy

Do panského stavu (Karel Anton, 1925), *Krb bez ohně* (Karel Špelina, 1937), *Matka Kráčmerka* (Vladimír Slavínský, 1934), *Osada mladých snů* (Oldřich Kmínek, 1931), *Panenství* (Otakar Vávra, 1937), *Páter Vojtěch* (Martin Frič, 1936), *Sejde s očí, sejde s myslí* (Josef R. Engl, 1933), *Sextánka* (Svatopluk Innemann, 1936), *Světlo jeho očí* (Václav Kubásek, 1936), *V panském stavu* (Václav Kubásek, 1927).

PhDr. Kateřina Svatoňová, Ph. D. (1978)

Je odbornou asistentkou na Katedře filmových studií FF UK v Praze. Věnuje se především mediálně-archeologickému výzkumu české modernity, meziválečné populární kultury, proměnám vnímání prostoru a času ve vizuální kulturu a vztahu filmu a jiných médií. (*Adresa:* Katedra filmových studií, Filozofická fakulta, Univerzita Karlova v Praze, Náměstí Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1; katerinasvatonova@gmail.com)

Mgr. Markéta Lošťáková (1986)

Absolvovala FF UK v Praze v oboru filmová věda — italština prací, která se zabývala diváckou / čtenářskou recepcí československých periodik první poloviny dvacátého století. (*Adresa:* marketa.lostakova@centrum.cz)

67) *Kinorevue* 6, 1939, č. 9, s. 161.

68) Miram Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge — London: Harvard University Press 1991, s. 248.

SUMMARY

Enter Film!***The Role of Popular Film Magazines in the Formation of (the Image of) Czech (Inter)War Film Audiences*****Kateřina Svatoňová — Markéta Lošťáková**

Since the beginning of the 20th century popular journals played a significant role in the formation of film audiences. The study focuses on the way film periodicals published in the Czech lands communicated with their readers during the interwar period and during the Second World War with their readers, what strategies editors employed to stimulate readers/spectators to buy journals and to participate on contemporary popular culture. The study tries to reconstruct the image of film spectators — it analyses what a film spectator represented in contemporary discourse and what image of the film world was offered to him or her. The textual analysis of cultural magazines, lifestyle magazines (*Eva*, *Hvězda*, *Humoristický týdeník* etc.) and entertaining film magazines (e.g. *Kinorevue*, *Český filmový svět*, *Český filmový zpravodaj*, *Český kinematograf*, *Divadlo budoucnosti*, *Kino*, *Kino a film*, etc.) is not limited to main texts and sections dedicated to e. g. sensational reports from the private lives of stars and the latest news from the world of film, but focuses also on seemingly peripheral parts of the magazines, e. g. ads, correspondence sections, competitions, quizzes, inquiries and texts inviting readers to take interest in the world of film.

The analysis reveals an image of the contemporary model spectator as well as an essential ambivalence of film magazines. The film spectator / reader of contemporary film magazines is presented as a modern individual whose elementary characteristics include good taste, education, healthy lifestyle, modern housing and meaningful use of expanding leisure time, which includes not only an interest in sports, taking care of the body as well as fashion, but also attending film theaters. In many cases, such activity turned into — also thanks to invitations from magazines — into a pathological desire to enter the film world and become a star. Film magazines continually encouraged spectators in this “illness” and at the same time warned them against it. Thus they created a cyclical model of reception that could ideally and permanently stimulate spectators’ attention and activities.

How does such ambivalence relate to contemporary discourse, intertextual relations in contemporary culture and particularly to the star system? What happens when a “pathological” reader appropriates the position of a star?

Translated by Jan Hanzlík