

Joseph Garncarz

Hvězdný systém ve výmarské kinematografii

Když se řekne výmarská kinematografie, vytanou nám na mysli velcí režiséři jako Friedrich Wilhelm Murnau, Fritz Lang nebo Georg Wilhelm Pabst, ne však herecké hvězdy jako Harry Liedtke, Alphons Fryland, Henny Portenová nebo Claire Rommerová. Jejich jména jsou dnes víceméně zapomenuta, jelikož se jejich filmy nestaly součástí kánonu, jenž utváří naši představu o výmarské kinematografii. Herecké hvězdy jsou často spojovány s filmovým médiem a filmové hvězdy zase s hollywoodským filmovým průmyslem.¹⁾ Pokud vezmeme americký systém filmových hvězd za standardní model, mohli bychom z toho mylně vyvodit, že hvězdné systémy v evropských zemích nikdy neexistovaly.²⁾ V rozporu s tímto pohledem tvrdím, že hvězdné systémy v Evropě vskutku existovaly, nicméně jejich fungování bylo v některých ohledech od amerického systému odlišné. Výmarská kinematografie, jak doufám prokáži, měla hvězdný systém dobře vyvinutý, přičemž kulturní specifická je pro efektivitu fungování hvězdného systému tou nejdůležitější podmínkou.

K analýze a vytvoření konceptu kulturně specifických hvězdných systémů nelze jednoduše použít teorii hvězd šitou na míru specifickému regionu či době, především tedy hvězdnému systému klasické hollywoodské kinematografie — namísto toho je třeba navrhnout teorii novou, dostatečně pružnou, aby pojala celé spektrum možných variací fenoménu hvězd. Kromě nutnosti analýzy kulturní specifickosti hvězdných systémů je dále třeba vysvětlit jejich zvláštní způsob existence. V případě Evropy bude užitečné, vezmeme-li v potaz dva kulturně specifické kontexty: zaprvé systém divadelních hvězd, který vznikl ještě před nástupem kinematografie, a zadruhé dlouhodobé náboženské tradice, jež do hloubky ovlivnily utváření kulturních identit různých zemí — včetně institucí typu divadla a filmu.

1) O národně specifických hvězdných systémech toho zatím nebylo mnoho napsáno. Srov. Lucy Fischer – Landy Marcia (eds.), *Stars: The Film Reader*. New York — London: Routledge 2004; Sean Redmond – Su Holmes (eds.), *Stardom and Celebrity: A Reader*. London: Sage 2007.

2) V překladu pracujeme s dvěma termíny — obecnějším „hvězdným systémem“ (v originále „star system“) a konkrétnějším „systémem filmových hvězd“ (v originále „film-star system“) — pozn. překl.

Teorie hvězdné slávy (přepracovaná)

Mohlo by se zdát, že analýza hvězd a hvězdných systémů v různých kulturních kontextech bude vyžadovat jasný koncept toho, co hvězdná sláva (stardom) obnáší, koncept překračující hranice zemí či médií. Žádnou obecně uplatnitelnou teorii hvězdné slávy ale zatím k dispozici nemáme. Většina studií, jako například průkopnická monografie Richarda Dyera, bere určitou definici jako samozřejmost, aniž by ji explicitně vysvětlovala.³⁾ Žádná současná teorie hvězd není s to uchopit rozmanitost tohoto fenoménu v rámci různých kultur, jelikož ve svých definicích zobecňují na základě Hollywoodu a opomíjejí individuální historické, kulturní a mediálně specifické charakteristiky. Například vlivná teorie Richarda deCordovy předpokládá, že dostupnost informací o soukromém životě hvězd a zájem veřejnosti o ně jsou nezbytnou podmínkou fenoménu hvězdné slávy.⁴⁾ Většina studií zabývajících se hvězdami dále považuje za hvězdy pouze herce.

Jak uvidíme, ve výmarském Německu byla hvězdná sláva herců definována jinak než ve Spojených státech (zejména pokud jde o informace o soukromém životě) a za hvězdy byli často považováni i filmoví režiséři. Případ Německa tedy ukazuje, že teorie, které formulují obecná tvrzení, jsou ve skutečnosti limitovány tím kterým historickým předmětem zkoumání.

Na následujících stránkách budu čerpat ze sociologického a kulturního přístupu používaného například Francescem Alberonim a Richardem Sennettem, přístupu vhodného k vytvoření obecné teorie hvězdné slávy.⁵⁾ Pro mé účely postačí poukázat z nejvýznamnějších vlastností zmíněného fenoménu na dvě: zaměříme se na význam hvězd pro jejich publikum — filmové hvězdy jsou jedinečné osobnosti, které vzbuzují u svého publika zvláštní zájem.⁶⁾ Hvězdou se v zábavních médiích v podstatě může stát osoba s téměř jakoukoliv úlohou — například herci, režiséři nebo hudebníci. „Jedinečné“ znamená, že hvězdy jsou od sebe okamžitě vzájemně rozeznatelné, a „zvláštní zájem“ jednoduše značí preferenci určitých herců či režisérů oproti ostatním. „Obraz hvězdy“ obsahuje nejen vizuální a diskursivní prezentaci hvězdy (tradiční definice), ale zahrnuje také výběr a interpretaci této prezentace publikem, na nichž teprve závisí úspěch.⁷⁾ Místo předpokladu homogenního jednolitého „publika“ je smysluplnější mluvit o více specifických druzích publika, které mají v oblíbě určité herce a režiséry. Jelikož si je specifické publikum vybírá v určitém historickém čase a místě, status hvězdy je obvykle omezen historicko-časovými a kulturně-prostorovými hranicemi. Mezinárodní hvězdy, či hvězdy populární v průběhu několika generací, jsou tudíž výjimkou. Za předpokladu, že popularita je základní podmínkou fenoménu hvězdné slávy,

3) Richard Dyer, *Stars*. London: British Film Institute 1982.

4) Richard de Cordova, *Picture Personalities: The Emergence of the Star System in America*. Urbana – Chicago: University of Illinois Press 2000.

5) Francesco Alberoni, *The Powerless „Elite“: Theory and Sociological Research on the Phenomenon of the Stars*. In: Dennis McQuail (ed.), *Sociology of Mass Communications*. Middlesex, NY: Penguin 1976, s. 75–98. Richard Sennett, *The Fall of Public Man*. New York: Knopf Inc. 1976.

6) Viz má teorie hvězdné slávy: Joseph Garncarz, *Die SchauspielerIn wird Star: Ingrid Bergman – eine öffentliche Kunstfigur*. In: Renate Möhrmann (ed.), *Die SchauspielerIn: Zur Kulturgeschichte der weiblichen Bühnenkunst*. Frankfurt am Main: Insel 1989, s. 321–344.

7) Annemone Ligena, *Stardom after the Event*. In: Günter Krenn – Karin Moser (eds.), *Louise Brooks: Rebellin, Ikone, Legende*. Munich: edition text + kritik 2006, s. 172–211.

nám pouhá analýza obrazu nestačí; musí být vždy doplněna o empirické důkazy, které ukazují popularitu dané hvězdy u jejího publika.⁸⁾ Hvězdy se jedna od druhé odlišují nejen na úrovni vizuálně-diskursivní (s ohledem na jejich veřejný obraz), ale také na úrovni ekonomicko-finanční (s ohledem na jejich tržní hodnotu). Podíl té které hvězdy na trhu lze například měřit pomocí údajů o příjmech ze vstupného nebo pomocí poměru hlasů v anketách popularity dané doby.

Filmový průmysl nemůže hvězdy vytvořit; vše, co může udělat, je takřkajíc nominovat kandidáty, které pak zvolí jejich publikum.⁹⁾ Pro filmový průmysl spočívá výhoda popularity hvězd u jejich publika v tom, že se nový film stává jistým druhem vypočitatelné komodity, jelikož účast hvězdy ve filmu již předem představuje potenciální prodejní hodnotu, nezávislou na filmu, ve kterém se tato hvězda objeví.¹⁰⁾ O „hvězdném systému“ můžeme mluvit tehdy, když je sláva hvězd systematicky budována a úspěšné image je záměrně využíváno ke komerčním účelům. Fenomén hvězdných systémů předpokládá existenci společnosti, jež mediálními obrazy dovoluje cirkulovat na veřejnosti ve velké šíři.

Národní hvězdný systém se může během své historie dramaticky změnit. Hollywoodský hvězdný systém je jedním takovým příkladem; postupem času se proměnil třeba diskurs o soukromém životě hvězd, stejně jako způsob vytváření a kontroly obrazu hvězdy. Podobně se hvězdné systémy mohou i významně odlišovat; výmarský hvězdný systém ve stejném časovém období fungoval jinak než hvězdný systém v Hollywoodu. Pokud přijmeme základní teorii hvězdné slávy tak, jak je tu předkládána, tedy že výběr publika je určen preferencí jasně identifikovatelných představitelů, ke kterým si návštěvníci kin vytvořili zvláštní vztah, pak je možné prokázat, že výmarská kinematografie měla hvězdný systém vskutku vysoce rozvinutý.

Analýza výmarského systému filmových hvězd

Výmarská kinematografie byla v první řadě kinematografií komerční. Hvězdný systém byl pro výmarský filmový průmysl nejdůležitějším prostředkem dosažení výjimečného finančního a ekonomického úspěchu na národním trhu. Primární ukazatel úspěchu u veřejnosti dané národní kinematografie lze nalézt v návštěvnosti kin a údajích o příjmech ze vstupného. Kristin Thompsonová na základě dat o nabídce na trhu, konkrétně o množství amerických filmů distribuovaných v Německu, tvrdí, že výmarská kinematografie měla na německém filmovém trhu problémy s nalezením pevné základny.¹¹⁾ Když ovšem zanalyzujeme dobové údaje o poptávce, tedy údaje o příjmech a žebříčky kasovního úspěchu, zjistíme, že

8) R. Dyer, c. d., s. 182.

9) F. Alberoni, c. d. Případová studie viz J. Garncaz, Playing Garbo: How Marlene Dietrich Conquered Hollywood. In: Gerd Gemünden – Mary R. Desjardins (eds.), *Dietrich Icon*. Durham – NC: Duke University Press 2007, s. 103–118.

10) John Sedgwick – Michael Pokorny, Movie Stars and the Distribution of Financially Successful Films in the Motion Picture Industry. *Journal of Cultural Economics* 23, 1999, č. 4, s. 319–323. Tíž, Stardom and the Profitability of Filmmaking: Warner Bros. in the 1930s. *Journal of Cultural Economics* 25, 2001, č. 3, s. 157–184.

11) Kristin Thompson, *Exporting Entertainment: America in the World Film Market, 1907–34*. London: British Film Institute 1985, s. 107.

výmarská kinematografie byla ve skutečnosti extrémně populární národní kinematografií: během dvacátých let 20. století vydělaly německé filmy dvě třetiny celkových příjmů na domácím trhu, oproti pouhé jedné třetině, která připadla na všechny zahraniční filmy dohromady, včetně těch ze Spojených států.¹²⁾

V Hollywoodu byly režisérské hvězdy, jako například Cecile B. de Mille, výjimkou, kdežto ve výmarském Německu byli režiséři jako například Fritz Lang, F. W. Murnau a G. W. Pabst běžně považováni za hvězdy. V mnoha filmech od slavných režisérů, jako byl Fritz Lang, nehrály žádné herecké hvězdy, a jejich marketing byl založen čistě na přitažlivosti jména režiséra a jeho pověstných uměleckých kvalitách a všestrannosti. Například některé z plakátů k Langovým filmům *NIBELUNGOVÉ* (1924), *METROPOLIS* (1927) a *VRAH MEZI NÁMI* (1931) uvádějí jen jeho jméno, namísto jmen účinkujících herců. Výslovné zaměření na jméno režiséra bylo nicméně výjimkou: kupříkladu pro produkci studia Ufa *KOUZLO VALČÍKU* (1925) používaly reklamy nejen jméno režiséra Ludwiga Bergera, ale také jména hereckých hvězd, Willyho Fritsche, Xenie Desni a Mady Christiansové.¹³⁾

Marketingová strategie s režisérem jako středobodem reklamy obecně nebyla žádnou zárukou diváckého úspěchu. Tato strategie obvykle dobře fungovala s Fritzem Langem, protože jeho jméno bylo synonymem pro určitý typ filmu, tj. film monumentálních rozměrů a překvapivých produkčních hodnot, jako vědecko-fantastické filmy *METROPOLIS* (1927) a *ŽENA NA MĚSÍCI* (1929). Účinkující se statusem hvězdy byli ovšem zpravidla u pokladen větším lákadlem než režiséři, jak ukazuje analýza nejpopulárnějších filmů sezón 1925/26 a 1926/27. To nám naznačuje, že používání prestiže režiséra jako marketingového nástroje nebylo reakcí na poptávku diváků, nýbrž spíše odráželo, slovy současníka, „velký význam [...] pro proces výroby filmu,“ který německé filmové elity připisovaly úloze režiséra.¹⁴⁾

Průzkumy prováděné mezi čtenáři fanouškovských časopisů, jež tvořily základ dobových žebříčků popularity, ukazují, jak silný zájem diváků o filmové hvězdy vlastně byl. Tyto průzkumy jsou k dispozici pro období mezi lety 1923 a 1926. Dokládají příznačné zaměření na velmi malý počet hvězd. Více než 80 procent čtenářských hlasů bylo přiděleno deseti nejpopulárnějším mužským a ženským hvězdám. Mezi pět nejvýše hodnocených ženských hvězd patřily Henny Portenová, Claire Rommerová, Lil Dagoverová, Lya Mara a Lya de Putti; mezi muži to byli Harry Piel, Otto Gebühr, Harry Liedtke, Conrad Veidt a Charles Willi Kayser.¹⁵⁾ Naproti tomu ve Spojených státech obdrželo deset nejvýše hodnocených hvězd jen mezi 20 a 40 procenty všech hlasů.¹⁶⁾ Tento rozdíl odhaluje jistou kulturní specifnost, zejména mnohem větší kulturní jednoduitost německých diváků v porovnání se Spojenými státy a mnohem výraznější shodu mezi německými návštěvníky kin v otázce oblíbenosti

12) Anon., 1138 Kinos gaben 4702 Stimmen. *Film-Kurier*, 2. 6. 1930. Viz také J. Garncarz, Hollywood in Germany: The Role of American Films in Germany, 1925–1990. In: David W. Ellwood – Rob Kroes (eds.), *Hollywood in Europe: Experiences of a Cultural Hegemony*. Amsterdam: VU UP 1994, s. 94–135.

13) Viz reklama na premiéru tohoto filmu v *LichtBildBühne*, 12. 12. 1925, s. 7; a 19. 12. 1925, s. 17.

14) Kurt Mühsam, *Film und Kino*. Dessau: Dünnhaupt 1927.

15) Seznam deseti nejvýše hodnocených výmarských filmových hvězd je v plném znění přetištěn v textu: J. Garncarz, Made in Germany: Multiple-Language Versions and the Early German Sound Cinema. In: Andrew Higson – Richard Maltby (eds.), *“Film Europe” and “Film America”: Cinema, Commerce, and Cultural Exchange, 1920–1939*. Exeter: University of Exeter Press 1999, s. 249–273 (zde s. 264).

16) Anon., Movies and Movie Stars. *Fortune*, červenec 1937. Za tuto informaci vděčím Annemoně Ligense.



Obr. 1. Henny Porten (1890–1960), nejslavnější německá ženská hvězda němého filmu. Sběratelská pohlednice pro fanoušky. Sbírká J. Garncarze.



Obr. 2. Harry Liedtke (1882–1945), idol ženských srdcí němého filmu. Sběratelská pohlednice pro fanoušky. Sbírká J. Garncarze.

jednotlivých herců. Tyto ankety popularity také ukazují výraznou preferenci domácích hvězd: skutečně všechny hvězdy z vrcholu žebříčku (jakkoliv ne všechny byly německého původu) udělaly kariéru především v německých filmech. Německý filmový průmysl si těchto seznamů vysoce cenil při plánování filmových projektů, což jim dodává jistou váhu a výpovědní hodnotu.¹⁷⁾ Strategie spoléhání se na divácké ankety se ukázala značně výnosnou: devět ze čtrnácti největších kasovních trháků v Německu během sezón 1925/26 a 1926/27 využilo pro hlavní role nejpopulárnější účinkující.¹⁸⁾

Nejenže byly hvězdy středobodem svých filmů, vládly také diskursu mimo rámec filmu. Marketing jednotlivých filmů se zpravidla točil okolo jejich hvězdy. Hvězdy na plakátech, reklamních materiálech a v programových brožurách byly vždy centrálním bodem propagace. Jméno a obličej hvězdy dominovaly vizuálnímu designu reklamních kampaní, zatímco specifický výběr témat a jejich obměna zajišťovaly efekt rozpoznání hvězdy — ale i jistý prvek překvapení — pro návštěvníky kin. V systému intertextově propojených reklamních materiálů se hvězda stala zvláštním garantem filmové kvality, a pro diváky tudíž i významnou pobídkou pro výběr určitého filmu. Tištěná média jako časopisy o filmu (například *Die Fil-*

17) Anon., Wer ist der beliebteste Filmstar? *Film-Kurier*, 18. 7. 1923.

18) Porovnej deset hvězd z vrcholu žebříčku v J. Garncarz, *Made in Germany: Multiple-Language Versions and the Early German Sound Cinema*, s. 264; se seznamem deseti filmů z vrcholu žebříčku přetištěném v J. Garncarz, *Hollywood in Germany: The Role of American Films in Germany, 1925–1990*, s. 122.

mwoche, s týdenním nákladem 35 až 40 tisíc), sběratelské obrázkové pohlednice (dávané do oběhu v desítkách tisíc kusů) a billboardové plakáty ukazovaly obraz hvězd všude.

Pomocí těchto médií se šířily jasně diferencované obrazy hvězd: idol ženských srdcí Harry Liedtke (1882–1945) byl hrdinou snů každé mladé dívky, jak stojí v názvu jednoho z jeho filmů (*HRDINA VŠECH DÍVČÍCH SNŮ*, 1929); nonšalantní Alphons Fryland (1889–1953) byl aristokratickým bonvivánem; vznešená Henny Portenová (1890–1960) představovala ideál německého ženství (obr. 1); kultivovaná Claire Rommerová (1904–1996) — atraktivní, skotačivá dívka; a rozpustilá Lya de Putti (1899–1931) vystupovala jako „nezbedné dítě“. Tyto obrazy byly různými způsoby podporovány, často pomocí obsazování herců do typových rolí. Pravděpodobně nejslavnějším případem typových rolí byl Otto Gebühr (1877–1954), kterého v zásadě živila jeho neobyčejná fyzická podobnost s Fridrichem Velikým, slavným pruským králem z osmnáctého století. Toho Gebühr ztvárnil v řadě takzvaných *Preußenfilme*, filmů usilujících o znovuoživení údajně velkolepé éry národní historie.

Výmarská filmová studia produkovala především tzv. *star vehicles* (filmy natáčené se zámerem podpořit kariéru hvězdy — pozn. red.) — slovy dobového komentátora byly tyto filmy „ovinuty kolem hvězd jako oblečení na zakázku“.¹⁹⁾ Například Harry Liedtke se objevil po boku Marlene Dietrichové ve snímku Roberta Landa *JÁ LÍBÁM RUČKU VÁM, MADAM* (1929) jako bývalý ruský strážní důstojník, který se nyní musí živit jako číšník v restauraci, kde má velký úspěch u žen. Lya de Putti hrála artistku na visuté hrazdě Bertu-Marie v E. A. Dupontově *VARIETÉ* (1925), mladou, temperamentní, krásnou a sexuálně přitažlivou ženu, čili roli, která se shodovala s její osobností, jak ji prezentovala na veřejnosti. Pohlednice s hvězdami, se stylizovanými portréty, které hvězdy činily „fyzicky“ dostupné soukromé sféře jejich fanoušků, ukazují, jak oblečení, účes a make-up mohou vytvořit jednotný obraz. Harry Liedtke vytvářel pomocí luxusně elegantního oblečení a puntičkářské péče o zevnějšek dojem muže pro dokonalou dámu; jeho upřený pohled, bezchybná pleť a neobvyklý tvar obočí mu dodávaly zvláštní půvab (obr. 2). Lya de Putti byla prezentována jako mladistvě nevinná a zároveň provokativně erotická moderní žena; objevovala se v ležérních šatech poněkud excentrického stylu, s tím nejnovějším účesem — módním mikádem či kudrnami.

Výmarský systém hereckých hvězd se od hollywoodského lišil nejen na úrovni kulturně specifického hvězdného obrazu, ale také na úrovni struktury. Jak je dobře známo, hollywoodský filmový průmysl byl ovládán malým počtem studií, která svazovala hvězdy dlouhodobými smlouvami a starala se o vytvoření a udržování jejich obrazu. I přesto několik amerických hvězd jako Mary Pickfordová, Douglas Fairbanks a Charles Chaplin vlastnilo své společnosti, a mělo tudíž možnost podobu svého obrazu kontrolovat.²⁰⁾ Naproti tomu ve výmarském Německu spolu o podíl na trhu nelítostně soutěžilo velké množství malých studií;²¹⁾ Ufa a Emelka byla jediná studia s poněkud větší mocí.²²⁾

19) Victor E. Pordes, *Das Lichtspiel: Wesen, Dramaturgie, Regie*. Vienna: Lechner 1919.

20) Richard Koszarski, *An Evening's Entertainment: The Age of the Silent Feature Picture, 1915–1928*. Los Angeles, London: University of California Press 1994, s. 260–341.

21) Viz J. Garncarz, *Art & Industry: Germany Cinema of the 1920s*. In: Lee Grieson – Peter Krämer (eds.), *The Silent Cinema Reader*. New York – London: Routledge 2004, s. 389–400.

22) O studiu Ufa viz: Rahel Lipschütz, *Der Ufa-Konzern: Geschichte, Aufbau und Bedeutung im Rahmen des deutschen Filmgewerbes*. Berlin: Energiadruck 1932, s. 33–44. Hans-Michael Bock – Michael Töteberg (eds.), *Das Ufa-Buch*. Frankfurt am Main: Zweitausendeins 1992. Klaus Kreimeier, *The Ufa Story*:

Například v roce 1926 vyrobilo 81 německých společností 185 celovečerních filmů a 42 z nich vyrobilo jediný film.²³⁾ Dokonce i dvě největší německé filmové společnosti dvacátých let, Ufa a Emelka, vyprodukovaly pouze relativně malé množství filmů: v roce 1926 vyrobila Ufa dvanáct a Emelka devět snímků. Na rozdíl od ostatních filmových společností té doby byly tyto dvě vertikálně integrované jako velká studia v USA, to znamená, že produkovaly, distribuovaly a předváděly své filmy.

Oproti svým hollywoodským protějškům si výmarské hvězdy ve velké míře udržely osobní kontrolu nad svým veřejným obrazem, někdy s pomocí agentů, a často také dostávaly značný podíl ze zisku z prodeje propagačních materiálů. Například podíl hvězd na zisku z prodeje série pohlednic vydaných Rossem byl dvakrát tak vysoký jako podíl dotyčné filmové produkční společnosti.²⁴⁾ Absence závazků k jednomu studiu či společnosti hvězdám umožňovala, aby se rozhodly, které projekty přijmou a jaké informace se o nich budou šířit na veřejnosti. Německé hvězdy většinu času pracovaly na volné noze a zavazovaly se určitému studiu pouze na krátkou dobu, nebo dokonce zakládaly své vlastní produkční společnosti. Asi nejznámějším příkladem této praktiky je dobrodruh Harry Piel (1892–1963); mezi lety 1919 a 1933 produkoval a režíroval desítky svých vlastních akčně dobrodružných filmů, ve kterých navíc účinkoval jako herec. Diváci věděli zcela přesně, co očekávat od filmu propagovaného jako „film Harryho Piela“ — napínavý kriminální příběh s překvapivými dějovými zvraty, vzrušujícími kaskadérskými kousky a supermoderními speciálními efekty (obr. 3). Podobně se v roce 1921 postavila do čela své vlastní produkční společnosti i Asta Nielsenová (1881–1972), možná úplně nejpobulárnější herečka předvýmarské kinematografie.

Další strukturální rozdíl spočívá v typu informací, jež o hvězdách šířil tisk. V Hollywoodu se hvězdy odlišovaly hlavně svým soukromým životem — tedy příběhy o rodině, partnerech, dětech, rozvodech, milostném životě, skandálech a tak dále²⁵⁾ — zatímco v Německu se veřejnost nedozvídala nic víc než základní biografické údaje (jako narozeniny a svatby), nikdy to však nebyly informace o rodině, manželských problémech, milostném životě, rozvodech či skandálech. Německé hvězdy měly svůj obraz pod kontrolou a obecně odmítaly zveřejňování informací o svém soukromém životě. „Kdykoliv se německý filmový reportér snaží napomoci popularitě nějaké německé filmové hvězdy, dotyčný filmový umělec či umělkyně se tomu obvykle úpěnlivě brání,“ poznamenává dobový pozorovatel.²⁶⁾ Tisk, celkově vzato, na snaze o ochranu soukromí hvězd spolupracoval, jak ostatně dokládají odpovědi na dotazy fanoušků v jednom populárním filmovém časopise: „[Fryland] nechce veřejnosti prozradit jméno své ženy“; „Alphons Fryland, milá Inge, ani v nejmenším neschvaluje odhalování svých soukromých záležitostí veřejnosti; můžete mu to mít za zlé?“²⁷⁾

A History of Germany's Greatest Film Company, 1918–1945. New York: Hill & Wang 1996. O studiu Emelka viz: Petra Putz, *Waterloo in Geiseltal: Die Geschichte des Münchner Filmkonzerns Emelka (1919–1933) im Antagonismus zwischen Bayern und dem Reich.* Trier: WVT 1996.

23) Alexander J a s o n, *Handbuch der Filmwirtschaft.* Berlin: Verlag für Presse, Wirtschaft und Politik 1930.

24) Gerold H e n s – Ursula N e e b, *Auf Wiedersehen im nächsten Film: Filmstars auf Bildpostkarten. Fotogeschichte: Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie* 18, 1998, seš. 67, s. 39–50 (zde s. 41 a 42).

25) R. d e C o r d o v a, c. d.

26) Anon., *Von glücklichen Ehen und unglücklicher Reklame. Filmwoche* 17, 1924, s. 334–335.

27) Anon., *Pazzo's Briefe. Filmwoche* 28, 1925, s. 652. Anon., *Pazzo's Briefe. Filmwoche* 44, 1925, s. 1046.



Obr. 3. Harry Piel (1892–1963), hvězda akčně dobrodružných filmů slavná svými troufalými kaskadérskými kousky na obálce fanouškovského časopisu *Die Filmwoche* (20. února 1929). Sbírka J. Garncarze.

Podobně se proti zprávám pojednávajícím o soukromém životě hvězd stavěla německá asociace vlastníků kin: její oborový časopis *Film-Kurier* vyjádřil nesouhlas s publikováním zpráv o skandálech (při příležitosti pádu Lyi de Putti z okna)²⁸⁾ a reakcím pubertálních fanynek („die kleinen Mädchen“) Harryho Liedtkeho na jeho svatbu časopis věnoval jen několik ironických poznámek, namísto toho, aby tuto událost náležitě zužitkoval.²⁹⁾ To nám naznačuje výrazný obecný kulturní konsenzus v rámci filmového průmyslu výmarského Německa na oddělování soukromí hvězd od jejich veřejné persony.

Výmarské filmové hvězdy diferencovaly svůj obraz na základě uměleckého diskursu, ne jejich soukromého života. Namísto zpráv o osobních záležitostech hvězd se hojně psalo o jejich profesních aktivitách, jako byly jejich divadelní kariéry, jejich herecký styl, oblíbené role a poslední filmové projekty. Německé hvězdy definovaly samy sebe jako umělce; nenazývaly se *Filmsterne* či *Filmstars*, ale *Filmieblinge* (doslova „filmoví miláčci“),³⁰⁾ čímž naznačovaly přímý citový vztah mezi účinkujícími a jejich obdivovateli.³¹⁾ Výmarští účinkující upřednostňovali termín *Filmiebling* před slovem *star* kvůli asociacím s hollywoodským fenoménem a anglickým původem slova — hvězdná sláva pro ně evokovala představu nedostatku talentu, senzační reklamy a patologické touhy po uznání. Herci ve Spojených státech, ze kterých se staly hvězdy, na to byli pyšní, zatímco němečtí herci si nepřáli být považováni za hvězdy a dokonce brali jako urážku, pokud se tak stalo.

28) Anon., Große Sensation gefällig? *Film-Kurier*, 19. 12. 1925.

29) Anon., Harry heiratet. *Film-Kurier*, 27. 3. 1928.

30) V českém filmovém tisku 20. let se častěji používal termín „miláček obecenstva“ (pozn. red.).

31) Joseph Delmont, Filmieblinge. *Neue illustrierte Filmwoche*, 1924, č. 23.

Hvězda jako umělec byl hlavní koncept publicity výmarského filmu, přičemž tradiční umělecké divadlo, z něhož systém hvězd vzešel, bylo stále kulturně dominantním médiem. Knihy o jednotlivých hvězdách a hesla v příručkách byly vystavěny jako biografie umělců, sledující kariéru člověka, který své umělecké poslání objevil v raném období života a ve filmu našel své naplnění (Portenová, Holberg, Liedtke, Lohmeyer). U většiny hvězd bylo známé přímé spojení s divadlem: Claire Rommerová, Mady Christiansová, Otto Gebühr, Conrad Veidt, Willy Fritsch, Ernst Hofmann i Emil Jannings údajně pracovali pro Maxe Reinhardta, slavného rakousko-německého divadelního režiséra. Filmová kariéra mohla být také představována jako něco, co odpovídá standardům vysoké kultury: Henny Portenová pocházela z divadelnické rodiny, Lee Parry z rodiny umělců a Lil Dagoverová se provdala za divadelního herce. Osmdesát jedna procent ze všech 300 biografických záznamů v knize *Lexikon des Films* (Encyklopedie Filmu) z roku 1926 odkazuje na umělecké pozadí herců a 73 procent herců prohlašovalo, že vycházeli z „opravdového“ divadla (tzn. že měli divadelní vzdělání nebo že kariéru zahájili na divadle); osm procent dále prohlašovalo, že začínali v baletu či v opeře. Po odečtení herců, kteří neposkytli žádné informace, nám tak zůstává pouhých devět procent těch, již začali kariéru rovnou u filmu.³²⁾ Pravdivost či nepravdivost těchto prohlášení není vůbec důležitá; závěr, který je třeba z těchto biografii vyvodit, je, že spojení s tradičním uměleckým divadlem bylo základem hercova obrazu i v případě, kdy se jednalo o největší filmové hvězdy. Tento diskurs o hvězdách-umělcích fungoval, mimo jiné, jako prostředek legitimizace herců pracujících v médiu, jež v Německu dvacátých ještě nebylo zcela společensky akceptované.

V rámci tohoto diskursu o umění byl úspěch hvězd obvykle vysvětlován jejich uměleckými přednostmi, jmenovitě jejich schopností ztvárňovat své role: „Popularita Harryho Liedtkeho nezávisí jen na jeho mužném vzhledu a umělecké všestrannosti; odvíjí se především z toho, že je jedním z herců, kteří se vnitřně ztotožňují se svým partem. Harry role studuje do nejmenších detailů, jelikož je prostě dokonalým umělcem.“³³⁾ Nicméně u diváků nebyly tyto umělecké kvality obecně hlavním důvodem popularity výmarských hvězd; ti byli spíše uchvázeni vlastnostmi osobnosti, jako jsou elegance a šarm. Průzkum provedený v roce 1927 časopisem *Deutsche Filmwoche*, kde se respondentů dotazovali na jména nejoblíbenějších herců, ale také na to, kteří z nich jsou v hereckém umění nejlepší, ukazuje relativně malý počet herců jmenovaných současně v obou kategoriích: pouze šest z nejpobulárnějších hereček a dva z řad nejpobulárnějších herců se objevují i v kategorii herců nejlepších. Například Harry Liedtke se dostal do prvních deseti v obou žebříčcích, ale zatímco v kategorii „nejpobulárnější herec“ dostal 1 556 hlasů, v kategorii „nejlepší herec“ získal pouze 400 hlasů.³⁴⁾

Neochota německého filmového průmyslu zapojit se do rozpravy o soukromém životě herců úplně neodpovídala poptávce diváků. Ve čtenářských sekcích oblíbených časopisů o filmu (například *Die Filmwoche*, *Neue Illustrierte Filmwoche*, *Film-Magazin* nebo *Filmfreunde*) pokládali fanoušci minimálně stejné množství otázek na soukromý život hvězd jako na

32) Kurt Mühsam – Egon Jacobson, *Lexikon des Films*. Berlin: Verlag der LichtBildBühne 1926.

33) Anon., *Das Harry Liedtke Buch*. Vienna: Film-Buch und Zeitungsverlag der Illustrierten Film- und Kinorundschau Mein Film 1928, s. 46

34) Anon., *Das Resultat unserer Rundfrage*. *Deutsche Filmwoche* 11, 1927 (18. 3.), s. 14.

jejich profesní aktivity. Nejčastější otázky se týkaly osobních charakteristik (např. barva očí, vlasů nebo osobnost herců mimo plátno), manželského stavu nebo jmen či povolání partnerů a partnerek. Oproti redakčním částem časopisů, kde se rozebíraly pouze filmy a profesní životy hvězd, byly čtenářské rubriky sázeny velmi malým písmem a svou vizuální úpravou tedy dopředu odsouvány na okraj zájmu. Tyto čtenářské sekce nejenže prokazují zvědavost diváků ohledně soukromí jejich hvězd, ale také odhalují, že tento požadavek byl ne vždy uspokojen, jelikož ne všechny otištěné otázky byly zodpovězeny (to mimochodem naznačuje, že s otázkami pravděpodobně nebylo manipulováno, a představují tedy poměrně přesný přehled zájmu čtenářů). Zdá se, že redaktori byli ochotní odpovídat pouze tehdy, když požadovaná privátní informace souvisela i s profesním životem dané hvězdy. Například jméno partnera, či partnerky a jejich povolání byly zveřejněny, pouze když i oni byli spojeni s filmem nebo divadlem:

Drahá filmová fanyňko Eriko [...], v odpověď na tvou žádost ti s politováním oznamuji, že ti nemohu říci jména manželky Alphonse Frylanda a Harryho Piel. Jelikož ale ani jedna z nich nemá s filmem co dočinění, jejich jména tě stejně nemusejí vůbec zajímat.³⁵⁾

Umělecké filmy, které často bývají ztotožňovány s německou kinematografií dvacátých let, tvoří pouze malou část celkové produkce německého filmu tohoto desetiletí. Jelikož větší společnosti měly i větší schopnost inovace a jelikož Erich Pommer, vedoucí produkce studia Ufa mezi lety 1923 a 1926, byl oddán rozvoji filmového umění, stala se Ufa centrem kreativní filmařiny. Díky nekompromisním uměleckým ideálům, přesprátiš extravagantním metodám produkce a špatnému odhadu v marketingu Ufa málem zkrachovala. V březnu 1927 převzala vedení Ufy skupina mediálního magnáta Adolfa Hugenberg a Ludwig Klitzsch společnost zcela reorganizoval. Cílem bylo filmy důsledně cílit na diváckou poptávku a ekonomicky zefektivnit výrobní postupy. Na přelomu let 1928 a 1929 Ufa v souladu se svým novým směřováním na trhu přiblížila prezentaci svých hvězd přáním diváků.³⁶⁾ V porovnání s ostatními publikacemi začaly časopisy nějakým způsobem spojené s Ufou odhalovat více informací o soukromí hvězd. Novým postulátem bylo: „Filmové hvězdy nemají žádné ‚soukromé záležitosti‘. Je nepřijatelné, aby nějaké měly. S kým se zasnoubí, koho si vezmou, s kým se rozvedou a proč, a proč nemají děti — to všechno je nutné otevřeně rozebírat na veřejnosti.“³⁷⁾ Počínaje rokem 1929 se informace o partnerech a partnerkách vyskytují častěji, i když se nejedná o umělce z povolání. Například čtenář, jenž by o to projevil zájem, se mohl dočíst, že Henny Portenová si vzala Dr. Wilhelma von Kaufmanna, lékaře, a Claire Rommerová byla ženou Adolfa Strengera, obchodníka. Na každý pád však ve středu diskursu zůstala hvězda-umělec a skandály byly dále tabu.

Zajímavé je, že na rozdíl od hvězd německých bylo soukromí amerických hvězd typu Mary Pickfordové a Normy Talmadgeové v redakční části německých filmových časopisů obšírně rozebíráno.³⁸⁾ Jakkoliv byly informace o soukromých aktivitách hvězd pro fanoušky

35) Anon., Pazzo's Briefe. *Filmwoche* 28, 1925, s. 652.

36) Viz Zápisy z jednání rady studia Ufa ze dne 29. května 1928 a 10. srpna 1928. Bundesarchiv-Filmarchiv, Berlín.

37) R. Roth, Sind Stars Privatpersonen? *Filmwoche* 27, 1929, s. 635 a 638.

38) Anon., Von glücklichen Ehen und unglücklicher Reklame. *Filmwoche* 17, 1924, s. 334–335.

důležité, nebyly dost důležité na to, aby němečtí fanoušci obrátili svůj zájem k americkým hvězdám. Všichni oblíbení herci dané doby sdíleli stejnou kulturu se svým německým publikem. I nový způsob informování o soukromí hvězd zůstal na sklonku dvacátých let věrný základní kulturní shodě mezi producenty a publikem, což byla podmínka přijetí hvězd v Německu, ale zároveň vyplnil předešlou mezeru mezi nabídkou a poptávkou.

Kulturní specifičnost výmarského systému hvězd

Obrysy výmarského systému filmových hvězd byly v mnoha ohledech načrtnuty dříve, v době vilémovského Německa. Systém filmových hvězd se objevil okolo roku 1910 v souvislosti s víceaktovým hraným filmem, pozdějším základním kamenem filmového programu stálých kin. Před první světovou válkou a během ní se hlavním prostředkem marketingu populárních filmů staly série s předními herci. Jednotlivé filmy byly uváděny do kin jako části série nesoucí jméno účinkující hvězdy, například dánská herečka Asta Nielsenová stala v čele vlastní „Asta Nielsen-Serie“, režírované Urbanem Gadem. Někteří populární herci dokonce založili vlastní produkční společnosti, například Ellen Richterová (1893–1969), která od roku 1913 až do poloviny dvacátých let hrála ve vlastních filmech o exotických dobrodružstvích, známých jako „Ellen Richter Serie“.

Jak lze navíc dokázat, systém filmových hvězd následoval model dříve ustanoveného a velmi úspěšného modelu divadelních hvězd z devatenáctého století. V té době se v Německu vyvinul systém založený na elitě virtuózních herců, současníky nazývaný *Virtuosentum*.³⁹⁾ Spíše než hra nebo dramatik byly hlavní atrakcí pro publikum herecké hvězdy. Tito oslavovaní herci jezdili na turné s různými divadelními společnostmi a objevovali se jak v klasických hrách, tak i v moderní zábavě.

Režiséři v německém systému filmových hvězd následovali model *Regietheater*, divadelní tradice z počátku 20. století, která dala divadelnímu režisérovi primární uměleckou a manažerskou kontrolu.⁴⁰⁾ Režisérovi tím náležela možnost interpretace a jevištního ztvárnění dané hry přesně podle jeho umělecké vize. Navíc tak, jak později činily německé filmové hvězdy, se hvězdy německého divadla odlišovaly uměleckými kvalitami a schopností zaskvít se v rolích různého charakteru. Hvězdy divadla byly považovány za talentovanější a technicky zdatnější herce, virtuózy svého umění, jak v roce 1881 poznamenal dobový pozorovatel.⁴¹⁾ Aby se odlišily od ostatních herců, hvězdy často rozvíjely svérázné herecké styly, například Charlotte Wolterová svůj slavný výkřik. Tím netvrdím, že americké divadelní hvězdy nerozvíjely svůj osobitý styl hraní, ale ve Spojených státech se herci odlišovali především svými individuálními charakterovými vlastnostmi, jež ukazovali v soukromém životě.⁴²⁾ Dá

39) Ulrich Berns, *Das Virtuosengastspiel auf der deutschen Bühne*. Cologne: Selbstverlag 1959. Anna Stettner, „Wer ist ein Virtuose der Schauspielkunst?“ *Das Phänomen des Virtuosentums im deutschen Sprechtheater des 19. Jahrhunderts*. Munich: microfiche edition 1998.

40) Michael Hays, Theater and Mass Culture: The Case of the Director. *New German Critique* 29, 1983, s. 133–146. Theo Girschhausen, Regietheater. In: C. Bernd Sucher (ed.), *Theaterlexikon* vol. 2: *Epochen, Ensembles, Figuren, Spielformen, Begriffe, Theorien*. Munich: dtv 1996, s. 348–352.

41) Siegwart Friedmann, Über das Virtuosentum in der Schauspielkunst. In: Josef Lewinsky (ed.), *Vor den Coulissen: Originalblätter von Celebritäten des deutschen Theaters*. Berlin: Hofmann & Comp. 1881, s. 43–47.

42) Benjamin McArthur, *Actors and American Culture, 1880–1920*. Iowa City: University of Iowa Press 2000.

se tedy říci, že příslušné divadelní systémy byly předzvěstí a přispěly k vytvoření rozdílných dynamik pozdějších systémů filmové slávy v Německu a Spojených státech.

Ptáme-li se, jak tak národně specifický systém filmových hvězd v Německu vznikl, potřebujeme také vzít v úvahu ústřední rozdíl v mentalitě obecnosti v Německu a Spojených státech tím, že provedeme analýzu diskursu a společenských institucí, jež byly motorem pro utvoření dominantních národních a kulturních identit. Kulturní specifická amerického systému filmových hvězd se svým morálním diskursem o soukromí hvězd je založena na puritánské tradici. Podle nauky o předurčení kalvínského protestantismu je světský úspěch znamením boží vyvolenosti. Úspěšný člověk je tím pádem dobrým člověkem, který nemá co skrývat — nebo by jím měl být. Pokud takto vyvolená osoba selže ve svém morálním chování, bude potrestána více než kdo jiný. Ve Spojených státech je, jak podotkl sociolog Max Weber, tento trest vykonáván ne církví, nýbrž veřejností, neboť puritánská sekta postavení církve coby centralizované instituce zrušila.⁴³⁾ Veřejnost se tudíž stala centrální dozorcí mocí nad morálně poctivým a ctnostným chováním, obzvláště co se týče dohledu nad úspěšnými členy společnosti. Jako ostatní Evropané nebyla většina Němců podrobena neustálé potřebě obstat v běžném životě — ačkoli dvě dominantní náboženské víry, luteránský protestantismus a římský katolicismus, uznávají pojem prvotního hříchu, vždy se tu nabízel možnost přijmout rozhřešení nebo odčinit své hříchy pomocí rutinních církevních praktik. Hříchy byly považovány za soukromou záležitost a chování jednotlivce sankcionovala církev, nikoliv veřejnost. Nepřísnějším trestem byla v amerických sektách exkomunikace hříšníků, v Evropě ovšem církev své členy vypovídala jen zřídka. Přetrvávání zmíněných náboženských a kulturních tradic nám vysvětluje, jak a proč filmové elity výmarského Německa odmítaly zveřejňovat své soukromé záležitosti — protože kultura, ve které se pohybovaly, opravdu tyto záležitosti považovala za soukromou věc.

Ve Spojených státech byl diskurs o umění podřízen morálce, kdežto v Německu byl tento diskurs na morálních požadavcích poměrně nezávislý. Vzhledem k vysokému postavení umění v rámci buržoazního systému německé kultury se všichni němečtí herci — hvězdy i ti ostatní — vždy snažili definovat sebe samé jako umělce. Vysoké postavení umění v německé kultuře bylo zase hluboce zakořeněné v náboženských tradicích. Zatímco američtí puritáni umění zatracovali, dvě hlavní náboženské tradice v Německu k němu zaujímaly jiný postoj: římskokatolická církev jej podporovala a luteránský protestantismus nikdy nedokázal potlačit jeho význam v německé kultuře. Navíc, zavázány německé tradici *Bildung* — hodnotě přisuzované kultivaci estetické vytríbenosti chování pomocí vzdělání —, filmové elity výmarského Německa v konstrukci své veřejné osoby stavěly umělecký úspěch nad masovou popularitu. Jak vidno, herci, režiséři a producenti se snažili legitimizovat své postavení umělce tím, že se hlásili ke kulturnímu odkazu opravdového divadla.

Tato tendence dost často vytvářela poněkud podivnou asymetrii mezi nabídkou a poptávkou: jelikož samy sebe definovaly jako umělce a odmítaly zveřejnění svých soukromých záležitostí, zdá se, že hvězdy — obdařené do velké míry kontrolou nad výrobou a šířením svého veřejného obrazu — ne zcela uspokojovaly požadavky diváků na sdílení intimních informací. Němečtí diváci se vykazovali zapáleným zájmem o osobní a soukromé životy svých

43) Max Weber, Die protestantischen Sekten und der Geist des Kapitalismus (1919/20). Přetištěno in Týž, Die protestantische Ethik I: Eine Aufsatzsammlung. Gütersloh: Mohn 1984, s. 279–317.

„filmových miláčků“ — bez toho, aby z hvězd vytvářeli modelové případy a vzory morálních norem —, zatímco samotní herci se snažili dosáhnout ocenění a obdivu pouze na základě svých uměleckých kvalit. V jádru výmarské filmové kultury tak nacházíme zajímavý rozpor: filmový průmysl se staral o masové publikum se značným ekonomickým a finančním úspěchem, jakkoliv zároveň odmítal zcela ustoupit požadavkům tohoto tržního prostředí. Ačkoliv výmarská kinematografie pracovala podle pravidel tržní ekonomiky, její hvězdný systém naznačuje, že zisk nebyl pro klíčové hráče jedinou — nebo dokonce hlavní — motivací.

Přeložil Pavel Smutný

Přeloženo z anglického originálu: Joseph Garnarz, *The Star System in Weimar Cinema*. In: Christian Rogowski (ed.), *The Many Faces of Weimar Cinema*. Rochester: Camden House 2010, s. 116–134.

Citované filmy:

Hrdina všech dívčích snů (Der Held aller Mädchenträume; Robert Land, 1929), *Kouzlo valčíku* (Ein Walzertraum; Ludwig Berger, 1925), *Já líbám ručku vám, madam* (Ich küsse Ihre Hand, Madame; Robert Land, 1929), *Nibelungové* (Die Nibelungen; Fritz Lang, 1924), *Metropolis* (Fritz Lang, 1927), *Varieté* (E. A. Dupont, 1925), *Vrah mezi námi* (M; Fritz Lang, 1931), *Žena na Měsíci* (Frau im Mond; Fritz Lang, 1929).

Poznámka o autorovi:

Joseph Garnarz je německý filmový historik působící na Univerzitě v Kolíně nad Rýnem. Zabývá se především dějinami evropského, zejména pak německého filmu a ve svých pracích představil originální metody studia filmových verzí, filmových hvězd a diváckých preferencí. Na tato témata publikuje v německých, britských a amerických filmologických časopisech (*Film History*, *Cinema & Cie*, *montage A/V* aj.). K jeho novějším publikacím patří soubor studií o počátcích kinematografie v Německu *Maßlose Unterhaltung. Zur Etablierung Des Films in Deutschland 1896–1914* (2010) a sborník *Digital Tools in Media Studies: Analysis and Research. An Overview Media Upheavals* (eds. Michael Ross, Joseph Garnarz, Manfred Grauer, Bernd Freisleben, 2009).