

## Články

## „DOČASNÍ OBČANÉ AMERIKY“

*Kulturní obavy a průmyslové strategie  
při amerikanizaci evropského filmu*

Richard Maltby – Ruth Vaseyová

*Film bývá často nazýván „mezinárodním jazykem“.  
Možná že nástup zvuku poněkud oslabil sílu tohoto výroku,  
film však i nadále zůstává mezinárodním problémem.<sup>1)</sup>*

Jestliže měl film po první světové válce někdy hovořit „mezinárodním jazykem“, byli průmyslníci amerického filmu rozhodnutí, že to bude ekvivalent americké angličtiny. Americký filmový obchod se od roku 1916 internacionalizoval mnohem rozsáhleji než kterákoli jiná národní kinematografie, takže v roce 1932, kdy britská zpráva o filmu v životě národa *The Film in National Life* prohlásila film za „mezinárodní problém“, nebylo vůbec nutné dodávat, že tímto problémem je Hollywood a jeho všeprostupující amerikanizace ostatních národních kinematografií a kultur, z nichž tyto kinematografie vyrůstaly. Texty v tomto sborníku<sup>2)</sup> z různých stran popisují úsilí, jež americký průmysl vynakládal, aby si ve dvacátých a třicátých letech udržel svoji nadvládu, i pokusy evropských filmových průmyslů této nadvládě vzdorovat. Zápas mezi filmovou Amerikou a filmovou Evropou byl v první řadě soubojem průmyslů, současně se ale projevovaly i obavy, které byly mnohem ideologičtějšího rázu. Buržoazní komentátory namnoze znepokojovalo potlačování původních kulturních a zvláště pak národních identit a tyto obavy byly nejen jednou přizívané i mluvčími evropského filmu usilujícími o prosazení restriktivních ekonomických strategií a politiky obhajujícími tržní omezení. Přítomná studie chce prozkoumat okolnosti těchto debat, především momenty, kdy se dotýkají otázek morálky a kulturní identity, a nabídnout kontext, do nějž bude možné souboj mezi filmovou Evropou a filmovou Amerikou zasadit. Druhá část studie se zaměřuje zejména na přechod ke zvuku, takže celé toto pojednání může rovněž sloužit jako úvod k dalším příspěvkům v této knize, jež podrobněji zkoumají specifické problémy, jaké pro mezinárodní směnu filmů představoval synchronizovaný dialog a mluvená řeč.

1) *The Film in National Life: Being the Report of an Enquiry Conducted by the Commission on Educational and Cultural Films in the Service which the Cinematograph May Render to Education and Social Progress*. London : Allen and Unwin 1932, s. 26.

2) Andrew Higson – Richard Maltby (eds.), „*Film Europe*“ and „*Film America*“. *Cinema, Commerce and Cultural Exchange 1920–1939*. Exeter : Exeter University Press 1999.

Nástup zvuku vyhrotil problémy kulturní identity nastolené mezinárodním obchodem s filmy a přiměl producenty, diváky i vlády k přehodnocení vztahu k tomuto médiu i ke skutečnosti americké nadvlády. Kvóťová legislativa a případy mezinárodních koprodukcí nastolily již v průběhu dvacátých let otázky ohledně toho, co utváří produkt národní kultury, ale zavedením zvuku získaly tyto otázky na naléhavosti. Ozvučení filmů vyvolalo kulturní obavy všude, nevyjímaje Spojené státy, kde byla otázka regulace průmyslu předmětem živých debat po téměř celé období třicátých let. K těmto americkým obavám, zdali Hollywood odpovídá tomu, co jeden z výzkumů Paynovy nadace<sup>3)</sup> nazval „morální normy“, připojili Evropané své znepokojení nad přiměřeností amerických norem kulturní konformity. Zvuk v bezprostředně materiálním smyslu filmy standardizoval, ubral jim na tvárnosti a omezil jejich kulturní adaptabilitu.<sup>4)</sup> Americkou identitu Hollywoodu bylo najednou slyšet, a když fanoušci začali napodobovat hollywoodské řečové vzorce, začal být slyšet i její dopad. Zvuk přiměl Hollywood k tomu, aby se konfrontoval s kulturní a jazykovou různorodostí svého mezinárodního obecnství; pro ty členy evropských kulturních elit, které již od filmu odcizoval jeho mechanický modus reprodukce, znamenal zvuk další *Verfremdungseffekt*.

Tato „amerikanizace světa“ představovala ale komplikovaně oboustranný proces. Zákonem dané definice toho, co je „národní“, snadno podléhaly komerčním taktikám: britský zákon o kinematografii (British Cinematographic Act) z roku 1927 například určoval, zdali lze film počítat jako „britský“ ne na základě kulturních kritérií, nýbrž podle podílu mzdových nákladů vyplacených britským státním příslušníkům. Podobně ani komerční taktiky, které se snažily národní identitu filmu obejít, nedosáhly vždy zamýšleného efektu, jak ukazují dějiny evropských mezinárodních koprodukcí a investice Hollywoodu do jazykových verzí (*multiple-language versions*). Možná nejdůležitější ze všeho bylo, že se Hollywood svým publikům nejevil jako národní kinematografie. Nataša Đurovičová shrnuje argumenty producentů B. P. Schulberga a Josepha Schencka z poloviny dvacátých let a ukazuje, že prezentovaly americkost nikoli jako specifický národní jev, ale „jako samotný znak univerzálního lidského vývoje, jemuž podřizovaly veškerá lokální oběživa kulturní směny, jako bezedný tavicí tyglík zvyklostí, národů a tříd“.<sup>5)</sup> Filmová Amerika prezentovala sama sebe ne jako geografické území, ale spíše jako území imaginární, které se záměrně nabízelo k přijetí v nejrozličnějších kulturních kontextech. Geografická poloha Hollywoodu byla vždy čímsi nepostižitelným: Amerika, jak ji prezentovaly americké filmy, byla pro obyvatele města Des Moines (hlavní město státu Iowa) nebo Atlanty (hlavní město Georgie) stejně imaginární jako pro obyvatele Bruselu či Budapešti.<sup>6)</sup>

3) *Payne Fund Studies* – přelomová série empirických výzkumů dopadu filmů na děti a mládež, které v letech 1929–1932 v USA realizoval široký tým sociologů, psychologů a vychovatelů za finanční podpory soukromé dobročinné nadace The Payne Fund (pozn. red.).

4) Alan Williams, *Historical and Theoretical Issues in the Coming of Recorded Sound to the Cinema*. In: Rick Altman (ed.), *Sound Theory, Sound Practice*. New York : Routledge 1992, s. 128–129.

5) Nataša Đurovičová, *Translating America: The Hollywood Multilinguals 1929–1933*. In: R. Altman (ed.), c. d., s. 11.

6) Pro rozsáhlejší pojednání na toto téma viz Ruth Vasey, *The World According to Hollywood, 1918–1939*. Exeter : University of Exeter Press 1997.

V roce 1935 vydal Angličan major Rawdon Hoare, bratranec ministra zahraničních věcí v Indii, knihu s názvem *This Our Country*. V ní vypráví, jak ho u jedné čerpací stanice na předměstí Londýna obsluhoval pumpař, který v řeči napodoboval americký přízvuk. Major, jehož vnímání bylo zbystřené kulturním konzervatismem, z příhody vyvodil toto:

Mocný vliv filmu proměnil tohoto mladíka z londýnské čtvrti East End v něco, co není ani ryba ani rak – zbavil jej řady dobrých vlastností obyvatel této části Londýna, ale zároveň zoufale selhal, když mu měl vtisknout onen americký punc, po kterém mladík tolik toužil. Jde jen o jednoho z milionů lidí, kteří celým svým životem propadli vlivu amerického filmu. Co dobrého z toho všeho může plynout pro Anglii? Zvedne se vlna patriotismu? Vzroste touha udržet naši velkou říši pohromadě? Pochybuji. Ale zcela jednoznačně tím vzniká nové pokolení mladých všech tříd, jejichž životní zkušenost je z velké části založena na drásavých a nezřídka nechutných příbězích amerických filmů.<sup>7)</sup>

Takové argumenty o kulturním vlivu Hollywoodu tvořily součást vše prostupujícího pan-evropského diskursu antiamerikanismu, rozšířeného mezi evropskými kulturními elitami; toho, co André Visson nazval „základním předsudkem evropské intelektuální elity vůči americkému pojetí ‚obyčejného člověka‘ (*common man*)“.<sup>8)</sup> Či možná obyčejné ženy: jeden konzervativní poslanec v debatě dolní sněmovny o legislativě filmového průmyslu v roce 1927 citoval článek z *Daily Express* prohlašující, že britští diváci „americky hovoří, přemýšlejí i sní. Máme několik milionů lidí, většinou jsou to ženy, kteří jsou de facto dočasnými občany Ameriky.“ Komentáře tohoto typu byly intelektuálně mdlými, ale urážlivými odrazy toho, co Patrick Brantlinger označil jako „negativní klasicismus“ konzervativních kulturních teoretiků, kteří

mají sklon vidět masovou kulturu jako něco mechanického, opak organického, sekulárního, opak posvátného, komerčního, opak svobodného a nepodmíněného, plebejského, maloměšťáckého a vulgárního, opak aristokratického a „ušlechtilého“; je podle nich založena na soukromých zájmech, ne na vysokých ideálech, a dovolává se v lidech těch nejhorších pudů; není trvalá, ale laciná a podřadná a je městská, byrokratická a centralizovaná, místo aby měla blízko přírodě, společenství a aby byla individualizovaná.<sup>9)</sup>

Masová kultura měla podle svých pomlouvačů dvě další charakteristické vlastnosti: byla nahlížena jako ženská a v úzce nacionalistickém smyslu jako „americká“.<sup>10)</sup> Jak v roce

7) Major Rawdon Hoare, *This Our Century*. London 1935, s. 43–45, cit. dle Jeffrey Richards, *The Age of the Dream Palace: Cinema and Society in Britain 1930–1939*. London: Routledge and Kegan Paul 1984, s. 57.

8) André Visson, *As Others See Us*. Garden City, NJ: Doubleday 1948, s. 232–233, cit. dle Paul Swann, *The Hollywood Feature Film in Postwar Britain*. London: Croom Helm 1987, s. 3.

9) Patrick Brantlinger, *Bread and Circuses: Theories of Mass Culture as Social Decay*. Ithaca: Cornell University Press 1983, s. 3.

10) Andreas Huyssen, *Mass Culture as Woman: Modernism's Other*. In: *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*. Bloomington: Indiana University Press 1989, s. 188–207.

1932 poznamenala britská zpráva o filmu v životě národa (*The Film in National Life*), „Je snadné stigmatizovat Hollywood, říkat ‚americké‘ filmy s intonací, která naznačuje, že všechny takovéto filmy jsou podřadné a morálně zkažené.“ Zpráva vycházela z předpokladu, že pojem „národní život“, jak jej chápala, je již zavedený a známý; cíl navrhovaného Národního filmového institutu (National Film Institute) spatřovala v zacelování „propasti mezi národní kulturou a filmovou aktivitou“. <sup>11)</sup>

Podobně jako jinde v Evropě se zde jako „kultura naší země“ ve skutečnosti prosazovaly specifické vlastnosti britských středních vrstev. Zpráva popisovala „filmovou veřejnost“ jako pyramidu. V jejím základě, tvořícím devět desetin celkového objemu, stojí „všeobecná veřejnost“. Vrcholek tvoří členové filmových společností. Ale nejdůležitější je oslovit třetí skupinu, označenou jako „vrstvu vzdělaného názoru“ (nacházející se převážně mimo velkoměsta), která je ochotná zhlédnout dobré filmy, jestliže jsou jí zprostředkovány, ale zpravidla je nevyhledává. Pokud by se podařilo toto kritické maloměstské obecnstvo přesvědčit, že „film je seriózní umělecká forma, hodná uctivého zvážení“, zacelila by se tím propast mezi národní kulturou a filmovou činností. <sup>12)</sup> Je dosti příznačné, že zpráva *The Film in National Life* pojímá představu národní kinematografie výhradně ve smyslu produkce a vyhlíží

dobu, kdy filmový průmysl v Británii nabude sil a bude vyrábět filmy představující jednoznačný výraz britského života a myšlení, jejichž povaha a inspirace bude pramenit z našeho národního dědictví a které se budou těšit všeobecnému uznání i na mezinárodním poli. <sup>13)</sup>

Jak ale poukázal Andrew Higson, otázky národní a kulturní identity by se značně zkomplikovaly, kdyby se parametry národní kinematografie měly vymezovat ne na straně produkce, nýbrž konzumpce. <sup>14)</sup>

Úspěch amerických produktů vyvolal konflikt mezi sektory ostatních národních filmových průmyslů, neboť zájmy producentů a provozovatelů kin se výrazně rozcházel. Evropští provozovatelé kin se téměř vždy stavěli proti jakýmkoli omezením dovozu filmů z Ameriky, které představovaly nejtrvalejší úspěšný produkt. Podle plukovníka Edwarda G. Lowryho, informujícího v roce 1928 o evropské situaci,

jediný, koho uspokojuje [...] převaha našich filmů, [...] jsou provozovatelé kin a velká masa lidí, kteří navštěvují filmová představení. Provozovatelé kin nechtějí být omezováni v uvádění amerických filmů, protože jejich zákazníci na ně rádi chodí. Chodí na ně rádi, protože jsou lepší než kterékoli jiné zde uváděné snímky. <sup>15)</sup>

11) *The Film in National Life*, s. 4, 41.

12) Tamtéž, s. 83.

13) Tamtéž, s. 142–143.

14) Andrew Higson, The Concept of National Cinema. *Screen* 30, 1989, č. 4, s. 36.

15) Col. Edward G. Lowry, Certain Factors and Considerations Affecting the European Market. Interní oběžník MPPDA, 25. října 1928, Motion Picture of America Archive, New York (dále MPA), s. 20. (Vědecká edice tohoto memoranda přetištěna in: A. Higson – R. Maltby /eds./, c. d., s. 353–379.)



Pro producenty naopak Hollywood představoval přímou konkurenci v přístupu k místům uvádění na domácím trhu i v zahraničí. Lowry poukazuje na skutečnost, že to byli „místní domácí producenti“, kdo „stál za rozruchem ohledně kontingentů, kvót a dalších restriktivních opatření“, a stručně jejich pohled vysvětluje:

My (ať už v Rakousku, Francii, Německu či Anglii) nemůžeme vyrábět filmy za stejných podmínek jako Američané, kteří díky svým velkým kapitálovým a jiným zdrojům, nashromážděným v době, kdy jsme bojovali za svoje životy, ovládají nyní naši zem. Dokážou vyrobit, a opravdu vyrábějí, mnohem více filmů než my všichni dohromady. Návratnost nákladů a zisk jim zajišťuje bohatý a obrovský domácí trh. Mohou nám prodávat filmy za jakoukoli cenu, neboť je to vše nebo téměř vše pro čistý zisk. Nepřijmou-li se v naší zemi opatření na naši ochranu, neuvidíte brzy nic než americké filmy. [...] Máme právo vyrábět své národní snímky, ale budeme o ně připraveni, nebude-li tento mocný cizinec držen pod kontrolou. [...] Máme-li znovu vidět ve filmech svůj vlastní národní život, je třeba omezit americký dovoz.<sup>16)</sup>

Evropské vlády uskutečňující politické kroky na ochranu domácích výrobních odvětví se ale prostřednictvím zavádění kvót pro americký dovoz postavily proti sektoru uvádění, který byl v rámci jejich domácího průmyslu ekonomicky dominantní. Vzhledem k popularitě amerického produktu a jeho převaze na trhu i vzhledem k všeobecně přezírávému pohledu na film ze strany kulturních elit, mohly jednotlivé vlády přimět k akci pravděpodobně pouze argumenty zdůrazňující, nakolik Hollywood škodí sociálnímu a morálnímu systému.

Hrozba, kterou americká populární kultura představovala pro evropský kulturní nacionalismus, byla zákeřná. Za obavami z mechaničnosti v masové kultuře se ukrývaly rozsáhlejší politické problémy, pramenící z proměn kulturní autority, bdící nad rozvojem konzumerismu. Kulturním elitám nedělaly hlavu ani tak samotné filmy, jako spíše to, co se následkem sledování těchto filmů děje s kulturně podřízenými třídami. Obzvláště je zneklidňovalo to, co Paul Swann nazval „jejich údajným homogenizujícím účinkem“, jehož vlivem se „vnější rozdíly v oblékání, mluvě a chování, jež byly dříve jasnými ukazateli třídy a původu“, stávaly čím dál nejednoznačnějšími.<sup>17)</sup> Z Hollywoodu, jenž byl vnímán jako hlavní průmysl masové kultury, se v rámci procesu přesouvání zodpovědnosti za společenskou změnu stával obětní beránek. O ztrátě citlivosti na straně Američanů se zdál svědčit i americký argument, že film není kulturní formou, nýbrž průmyslovou komoditou. Buržoazní obhájci *statu quo* typu majora Hoarea líčili konzumenty americké kultury jako jednodušší, než ve skutečnosti byli – jako relativně intelektuálně zaostalejší jedince, kteří přijímají americkou kulturu s tupostí stáda. Odmítnutí filmu jakožto kulturní formy ale připravilo evropské kulturní elity o jejich hegemonickou roli při utváření populární kultury a nechtěně tak napomohlo ještě dalekosáhlejší amerikanizaci evropské masové kultury.<sup>18)</sup>

16) Tamtéž, s. 39.

17) P. Swann, c. d., s. 22.

18) Peter Miles – Malcolm Smith, *Cinema, Literature and Society: Elite and Mass Culture in Interwar Britain*. London : Croom Helm 1987, s. 165.

Třebaže se kulturní argumenty bezesporu zakládaly na upřímně zastávaných předsudcích vůči Americe, v legislativní rovině, která určovala přístup Hollywoodu k evropským národním trhům, fungovaly spíše jako rétorické ospravedlnění politických postojů ekonomického protekcionismu. Vezmeme-li v úvahu, jak malou roli hrála výroba filmů v národní ekonomice, bylo třeba uvést zvláštní argumenty pro přijetí upřednostňovaného přístupu, jež se opíraly o zdůrazňování všudypřítomného kulturní vlivu Hollywoodu. K ospravedlnění kvót se v politických prohlášeních používalo výroků o kulturní důležitosti filmu, které tak vyjadřovaly směsici motivů komerčních a kulturních. V roce 1932 kupříkladu francouzský státní tajemník pro výtvarná umění<sup>19)</sup> reprezentantům francouzského průmyslu sdělil, že:

množina podnikatelských aktivit, mezi něž patří i film, které se dotýkají ekonomických, intelektuálních, morálních a estetických zájmů celého demokratického národa, nemůže existovat nezávisle na vládě, stejně jako vláda nemůže existovat nezávisle na vás. [...] [Mluvicí film] musí přinášet zisk. [...] [Je proto nezbytné] výrobu ve Francii organizovat, neboť pouze ve Francii vyrobený film může reprezentovat francouzskou kulturu. [...] Je vaší povinností [...] spolupracovat s francouzskou vládou, a to takovým způsobem, aby mohl být francouzský filmový průmysl nasměrován k těm nejvyšším a nejvznešenějším cílům a aby si francouzské produkce mohly udržet na celém světě své přední místo.<sup>20)</sup>

V praxi ale – jak poukazují Margaret Dickinsonová a Sarah Streetová v souvislosti s Británií – „na výroky o tom, že je film ‚vzdělávací a kulturní médium‘, nebyl brán téměř žádný zřetel.“<sup>21)</sup> Britská vláda přijala pravdu jednoho z mnoha výroků Willa Hayse o tom, že trh již nesleduje národní vlajku, nýbrž „trh sleduje film“, a na těchto základech ospravedlnila svou protekcionistickou politiku. Široké společenství evropských průmyslníků, reprezentované průmyslovým a bankovním konsorciem, podporujícím v Německu společnost UFA, a v Británii federací britských průmyslových odvětví (FBI – Federation of British Industries), rozšířilo svůj zájem o otázky filmu z důvodu hrozby, kterou pro jejich vlastní komerční zájmy představovala údajně vše prostupující moc Hollywoodu propagovat zboží.

Stěží nás překvapí, že americký filmový průmysl oprávněnost kulturně založených argumentů bez ustání odmítal. V roce 1927 americký obchodní atašé v Berlíně sdělil představitelům hlavních společností, že základním zdrojem opozice vůči americkým filmům v Německu jsou „profesionální novinoví kritici reprezentující tisk, který je rovněž zapojen do filmového obchodu a touží se osvobodit od konkurence“. Naštěstí „k této opozici není třeba přihlížet, neboť široká veřejnost buď rady kritiků vůbec nečte, nebo se jimi neřídí.“<sup>22)</sup> Major F. L. Herron, ředitel zahraničního oddělení MPPDA, byl toho názoru, že:

19) Sous-Secrétaire d'État aux Beaux-Arts Maurice Petsche, ve funkci 1931–1932 (pozn. red.).

20) M. Petsche, cit. dle *International Review of Educational Cinematography* 4, 1932, č. 2, s. 144.

21) Margaret Dickinson – Sarah Street, *Cinema and State: The Film Industry and the British Government, 1927–84*. London: BFI 1985, s. 2.

22) Douglas Miller, proslov na setkání rady Studio Relations Committee, 25. listopad 1927, MPA.

kulturní argument je jen dalším alibi. I když přijmeme jejich názor, že filmy mají kulturní vliv na komunitu, každá ze zemí, které proti nám nyní prosazují zákon, disponuje státní cenzurní komisí. Každý zahraniční snímek, který do té které země míří, musí být před uvedením schválen touto komisí. Je-li na dotyčných filmech z kulturního hlediska něco škodlivého, mají být zastaveny právě zde.<sup>23)</sup>

Herronův argument se snažil oddělit kulturní otázky od ekonomických a přitom popřít význam kulturních problémů poukazem na to, že jde jen o maličkost. Navzdory veřejné podpoře, které se průmyslu dostávalo od jednotlivých amerických vlád, ale někteří vládní činitelé na americkém ministerstvu zahraničí opodstatněnost evropského kulturního argumentu v soukromí uznávali.

Spojené státy poprvé ovládly světová filmová plátna během první světové války, kdy byla jejich evropská konkurence z velké části oslabena. Své postavení upevnily v průběhu dvacátých let prostřednictvím agresivních marketingových postupů. V roce 1922 vytvořily hlavní vertikálně integrované společnosti obchodní sdružení nazvané Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA), aby prosazovaly své společné, nekonkurenční zájmy, a jmenovaly prezidentem ministra pošt Willa H. Hayse. Jak ve své studii pro tento sborník podrobně popisuje Jens Ulf-Møller,<sup>24)</sup> spadalo do této kategorie mnoho aspektů zahraničního obchodu a sdružení MPPDA bylo nesmírně úspěšné v získávání podpory ministerstva zahraničí, částečně díky široce uznávanému vlivu filmů na zvyšování zahraniční poptávky po americkém konzumním zboží. Když se MPPDA koncem dvacátých let dohadovalo o spolupráci s ministerstvem zahraničí, opakovaně se odvolávalo na těžko prokazatelnou statistiku ministerstva obchodu, která ukazovala, že každých třicet centimetrů filmu vyvezeného ze Spojených států přinese obchodu jeden dolar.<sup>25)</sup>

Kromě těchto případných komerčních faktorů představovaly americké filmy pro evropské vlády a producenty problém svojí evidentní univerzální působivostí. Proč byla produkce Hollywoodu tak populární? Zcela jistě přinášela mnohem větší zisky než kterýkoli jiný filmový průmysl a diváky navíc tehdy stejně jako dnes přesvědčoval reklamní stroj amerického průmyslu, aby okázalost výrobních nákladů ztotožňovali s kvalitou produktu. Pro německé či francouzské provozovatele kin spočíval ekonomický zázrak Hollywoodu v tom, že za vyrábění filmy utrácel mnohem více, než si mohl dovolit kterýkoli

23) Herron Haysovi, 13. března 1929, Will Hays Papers, Department of Special Collections, Indiana State Library, Indianapolis (dále Hays Papers).

24) Jens Ulf-Møller, Hollywood's „Foreign War“: The Effect of National Commercial Policy on the Emergence of the American Film Hegemony in France, 1920–1929. In: A. Higson – R. Maltby (eds.), c. d., s. 181–206.

25) Viz např. Julius Klein, What are Motion Pictures Doing for Industry?; Frank A. Tichenor, Motion Pictures as Trade Getters; C. J. North, Our Foreign Trade in Motion Pictures. In: *The Motion Picture in Its Economic and Social Aspects. Annals of the American Academy of Political and Social Science* 128, 1926, s. 79–93, 100–108. Klein byl ředitelem Úřadu Spojených států pro domácí a zahraniční obchod (United States Bureau of Foreign and Domestic Commerce) a North byl vedoucím filmového oddělení ministerstva obchodu, založeného v roce 1926, aby „udržovalo ministerstvo a skrze něj i celý filmový průmysl v co nejúžším kontaktu s příležitostmi zahraničního trhu, ale též s aktivitami naší konkurence, usilující o to omezit uvádění amerických filmů na svém území“. *Film Daily Yearbook*, 1926, s. 854.

tuzemský výrobce, a přitom je prodával mnohem levněji. Už jen tímto samotným faktem promítal Hollywood obrázek amerického materiálního bohatství, jenž byl nezanedbatelným faktorem jeho přitažlivosti.

Ve dvacátých letech prosazoval Hollywood myšlenku, že filmy vytvářejí „mezinárodní jazyk“, který může sdělovat obsahy napříč národními a jazykovými hranicemi.<sup>26)</sup> Némé filmy byly obzvláště dobře uzpůsobené pro konzumpci v širokém rozmezí různých kulturních kontextů, ale nebylo to ani tak tím, že by promlouvaly nějakým jednotným univerzálním jazykem, jako spíše skutečností, že byly otevřené širokému rejstříku různých interpretací. Jakožto texty byly němé filmy ze své podstaty proměnlivé: měly titulky v různých jazycích, promítaly se různými rychlostmi, byly různě tónované či virážívané a uváděly se s nejrůznějšími hudebními doprovody. Na začátku dvacátých let se evropské distribuční kopie vyráběly z jiných negativů než americké domácí kopie, a to z toho důvodu, že dvojí kopírování negativu mělo za následek nízkou kvalitou. Celá řada filmů se natáčela dvěma vedle sebe stojícími kamerami, ale v případě snímků, které takto natáčeny nebyly, se evropská verze sestříhávala z druhých jetí (*takes*) nebo alternativních ustavení kamery (*set-ups*), čímž občas vznikaly rozdíly, zasluhující obdobu „komentovaných vydání“ (*variorum commentary*).<sup>27)</sup> Obecněji bylo v povaze tohoto média, že zde převládaly metafory a náznaky. K „upravení“ významu scény bylo možné použít mezititulků, ty však samy o sobě mohly zůstat vágní a eufemistické a diváci narativ konstruovali převážně na základě vizuálních vodítek.

Současně bylo možné němé filmy snáz modifikovat, a tak přizpůsobovat široké škále různých kulturních kontextů. Zásahem státní či regionální cenzury, která postihovala prakticky veškeré hollywoodské produkty vyvážené do zahraničí, často docházelo k odstranění či novému uspořádání scén. Existovaly ale i jiné důvody pro úpravu základního produktu. Distributoři i provozovatelé kin kopie běžně stříhali, aby zkrátili program nebo „vylepšili“ děj. Ve Švýcarsku například provozovatelé kin sestříhávali všechny získané snímky, aby se jim do dvouhodinového programu vešly dva celovečerní filmy, což vedlo americké ministerstvo obchodu ke stížnosti, že „dochází k vystřihávání celých částí, jež jsou nanejvýš důležité pro jasné porozumění snímku“.<sup>28)</sup> V roce 1927 se již mezititulky, představující hlavní prostředek mezinárodní adaptability, běžně překládaly do šestatřiceti jazyků. Části obrazové stopy filmů byly vystřihávány či přeskupovány, ale titulky bylo možné nápaditě měnit a přizpůsobovat tak, aby vyhovovaly různým národním a kulturním skupinám.<sup>29)</sup> Hollywoodské postavy tak mohly hovořit jakýmkoli jazykem či nářečím; a vskutku, třeba v případě baltských států mluvily třemi jazyky

26) Viz např. Lamar Trotti, *The Motion Picture as a Business*. Proslov Carla Millikena, tajemníka MPPDA, 3. dubna 1928, MPA. Trotti zastával funkci hlavního tiskového úředníka MPPDA.

27) Viz např. popis rozdílů mezi americkou a evropskou verzí filmu ČTYŘI PŘÍŠERNÍ JEZDCI Z APOKALYPSY ve stati Kevina Brownlowa *Burning Memories*. *Sight and Sound* 2, 1992, č. 7, (NS), London Film Festival Supplement, s. 13. Viz také Stanley Fish, *Interpreting the Variorum*. *Critical Inquiry* 2, 1976, č. 3, s. 465–486.

28) *Trade Information Bulletin*, 1930, č. 694, s. 54. Viz také Richard Abel, *French Cinema: The First Wave 1915–1929*. Princeton: Princeton University Press 1984, s. 54.

29) Edward W. Hullinger, *Free Speech for the Talkies?* Brožura, místo vydání neuvedeno, červen 1929, přetištěno z *North American Review*.



současně, neboť historické a politické okolnosti vyžadovaly, aby se meztitulky překládaly do němčiny, ruštiny a příslušného místního jazyka. Proces překladu tak přinejmenším teoreticky umožňoval změnu čehokoli nevhodného či potenciálně urážlivého. Dalo se vyjít vstříc i těm nejmenším kulturním rozdílům, jak v roce 1927 vysvětlil ve své přednášce pro harvardské posluchače Sidney Kent, generální ředitel společnosti Paramount Famous-Lasky: „Titulky, které používáme zde, nelze použít například v Anglii. Mnoha zdejších výrazů tamní obyčejní lidé nerozumějí, a tak se titulky překládají do standardního jazyka dané země.“<sup>30)</sup>

Srozumitelnost nebyla jediným předmětem diskusí. „Naturalizací“ filmů vedli distributoři diváky k tomu, aby přijali imaginární obsah filmů jako součást vlastního kulturního teritoria. Svět Hollywoodu tak pro fanoušky nepředstavoval cizí zemi, ať byla jejich národnost jakákoli. Diváci prostřednictvím aktivní interpretace chápali hollywoodské filmy v rámci vlastního kulturního kontextu. Chození do kina představovalo po celém světě běžný, zdomácnělý rituál a americké filmy i jejich hvězdy tvořily pro miliony lidí mimo Ameriku významnou součást jejich každodenní zkušenosti. Diváci v zahraničí představovali trh nejen pro samotné filmy, ale také pro fanouškovské časopisy, které posilovaly osobní identifikaci s americkými hvězdami. David Morley a Kevin Robin ve svém článku o dopadu moderních komunikačních technologií na kulturní identitu a „přeměnu Evropy“ vyslovují názor, že „americká kultura posunuje hranice – sociální, kulturní, psychické, lingvistické, geografické. Amerika je nyní uvnitř nás. Stala se součástí evropského kulturního repertoáru, evropské identity.“<sup>31)</sup> Americká populární kultura se již v roce 1921 pro značné části evropské populace stala složkou jejich kulturní identity. V roce 1926 jeden vedoucí pracovník amerického ministerstva zahraničí zaznamenal, že:

pokud by neexistovaly hranice, které jsme vybudovali, nepochybně by k nám americké filmy přiváděly záplavu imigrantů. Za současné situace je ve většině případů přání přijít do této země zmařeno a touha emigrovat se mění v touhu napodobit.

V důsledku toho podle něj „národy Evropy nyní považují Ameriku za arbitra mravů, módy, sportovních zvyklostí a životních norem“.<sup>32)</sup> Tito diváci si ale Ameriku představovali v rámci svých vlastních kultur, kde napodobovali Hollywood a popouzelí tím domácí buržoazní nacionalisty. Ke konkrétním případům zdomácnění hollywoodského vlivu docházelo třeba tehdy, když britští rodiče z dělnické třídy svým dětem ve třicátých letech dávali jména Shirley, Marlene, Norma nebo Gary.<sup>33)</sup>

Jednou z ironií amerického kulturního imperialismu v meziválečném období bylo, že stejně jako evropská elitářská kritika zvráceně zveličovala vliv americké kultury, bylo

30) Sidney Kent, Distributing the Product. In: Joseph P. Kennedy (ed.), *The Story of the Films*. Chicago: Shaw 1927, s. 206, 208.

31) David Morley – Kevin Robins, Spaces of Identity: Communications Technologies and the Reconfiguration of Europe. *Screen* 30, 1989, č. 4, s. 21.

32) James True, Printer's Ink, 4. února 1926, cit. dle Charles Eckert, The Carole Lombard in Macy's Window. *Quarterly Review of Film Studies* 3, 1978, s. 4–5.

33) J. Richards, c. d., s. 27.

v zájmu amerických producentů propagovat představu, že Hollywood patří světu, nikoli pouze Spojeným státům. Producenti na citlivých trzích zastírali původ amerických filmů, čímž umožňovali, aby na sebe tyto filmy braly kulturní zabarvení národů svých spotřebitelů, a chytře tak potlačovali jakýkoli spotřebitelský odpor, jenž by mohl být podnícen otevřenými projevy fangličkaření; a distributoři na několika zahraničních trzích americkou vlajku opravdu vystřihávali. Slavný film PETER PAN (1924) společnosti Player-Lasky byl natočen v „množství“ verzí, kde Peter Pan pokaždé na lodi kapitána Hooka vztyčuje jinou národní vlajku: jak informoval deník *Christian Science Monitor*, „dětí dnes v jedné zemi za druhou mluví o Peteru Panovi, ujištěny pohledem na známý národní prapor o tom, co se beztak celou dobu skrytě domnívaly, že tento vítězný pohádkový hrdina pochází od nich“.<sup>34)</sup> Původ amerických filmů pomáhala občas zastírat i zahraniční cenzura, když mezititulky typu „Návrat do Ameriky“ měnila na „Návrat domů“.<sup>35)</sup>

Evropští cenzoři amerických snímků se ale projevíli jako mnohem choulostivější v přístupu k zobrazením vlastních kultur než k americkým obrazům Ameriky. Kupříkladu háklivost Francouzů na hollywoodská pojetí cizinecké legie byla sama o sobě pověsná.<sup>36)</sup> Americký průmysl dělal prostřednictvím MPPDA vše možné, aby těmto dosti specifickým obavám vyšel vstříc.<sup>37)</sup> Úředníci konzulátů a ambasád, včetně samotných velvyslanců, byli často přivoláváni k projednávání nuancí zápletky nebo zobrazení lokálních prostředí v hollywoodských operetách či melodramatech. Major Herron v roce 1928 poradil studiu Universal, aby přemístilo dějiště rozpracovaného snímku *Grease Paint* z Vídně jinam:

V Rakousku již podléháme kontingentnímu systému. Navrhoval bych, bude-li to možné, přemístit dějiště do Ruska, kde nám nehrozí protesty. Samozřejmě si uvědomuji, že to možná kvůli vídeňskému valčíku a atmosféře nepůjde, je ale lepší ustoupit takovýmto způsobem, než pokračovat a riskovat, že vyvoláme negativní publicitu.<sup>38)</sup>

Jestliže technická i sémantická tvárnost němého média přispěla k úspěchu amerických filmů v zahraničí, vystává otázka, jak si Hollywood dokázal udržet svoji moc na zámořských trzích i po zavedení zvuku na konci dvacátých let. Třebaže se zvukové stopy často omezovaly na synchronizované zvukové efekty a hudbu, nová technologie znamenala, že filmové médium bylo náhle oproti dřívějšímu méně přizpůsobitelné různým kulturním kontextům. Již nebylo možné vystřihovat či přeskupovat sekvence, aniž by došlo ke zničení celých cívek. Sama nahraná hudba mohla způsobit problémy: italští a němečtí provozovatelé kin, zvyklí dodávat k filmům svůj vlastní hudební doprovod, si stěžovali,

34) Rufus Steele, 7 News Stories About the Movies. New York : MPPDA, nedatováno, přetištěno z *Christian Science Monitor*, 3. července 1926, s. 10.

35) Arthur Kelly, oběžník pro ostatní zahraniční distributory, 20. září 1929, 1929 Censorship – Eliminations – Foreign file, Reel 6, MPA.

36) Viz např. Herron Joyovi o BEAU GESTE, 16. května 1928, MPA.

37) Viz např. fond Production Code Administration o případu filmu PLASTERED IN PARIS, 1928. Jason S. Joy, Resume of Dinner-Meeting of the Studio Relations Committee, 17. května 1928, MPA.

38) Herron, oběžník, nedatováno (1928), MPA.

že nové zvukové stopy znějí na vkus jejich zákazníků „příliš americky“. <sup>39)</sup> Když začal „zvuk“ znamenat „mluvení“, problém jazykové specifičnosti a ztráta nejednoznačnosti v přístupu k citlivým tématům jen znásobily těžkosti spojené s distribucí nového média do zahraničí. Američtí producenti sice připouštěli, že bude nutné překonat určité problémy, mnozí z nich ale nevyjadřovali žádné obavy z toho, že by jim měl zvuk způsobit ztrátu kontroly nad neanglicky mluvícími trhy. Pro pochopení tohoto optimistického postoje je zapotřebí vzít v úvahu několik faktorů, které ovlivňovaly ekonomický výkon průmyslu mimo Spojené státy.

Načasování přechodu ke zvuku bylo sice diktováno převážně faktory ovlivňujícími domácí trh, došlo k němu však i v relativně příznivé době pro americký exportní obchod, když ještě ostatní evropské průmysly byly jen nedostatečně připraveny na razantní změny v podobě takového zásadního technického pokroku. Po několik let před rokem 1929 byla zahraniční odbytí Hollywoodu zahlcována snímky, jež vytvářely trh kupujících, a to zejména v Evropě. <sup>40)</sup> Zavedení zákonů předepisujících kvóty přimělo na konci dvacátých let americké distributory k větší selektivnosti při výběru hollywoodských snímků, které vyváželi. Americké společnosti kvůli tomu, aby naplnily předepsané kvóty pro distribuci v tuzemsku vyrobených filmů, nahradily své vlastní levnější produkce snímky, kterým se v Británii přezdívalo „kvótové rychlovky“ (*quota quickies*), tedy levnými, místně vyráběnými tituly, vznikajícími převážně jako balast, který měl naplnit požadavky kvót. <sup>41)</sup> V důsledku tak vzrostla prestiž a přitažlivost amerického produktu. Za těchto podmínek znamenala zvýšená viditelnost místního domácího produktu dvojsečnou zbraň.

Nástup zvuku zvýšil investice do filmového obchodu na každé jeho úrovni. Zavedení nové zvukové technologie omezilo počet dostupných filmů a zvýšilo hodnotu každého snímku pro distributora. Ještě výraznější byly změny v uvádění. Némé filmy se do té doby promítaly prakticky kdekoli, kde byla rovná plocha, včetně malých sálů na zapadlém venkově, jež se jednou či dvakrát do týdne navečer proměnily v kino. Tyto drobné aktivity na cizích územích měly pro americké producenty a distributory mizivou, ne-li nulovou hodnotu, neboť oni vydělávali naprostou většinu svých zisků v klíčových kinech, situovaných do velkých měst. Ve Spojených státech přibližně osmdesát procent tržeb pocházelo z třetiny kin a v zámoří byl rozdíl mezi premiérovými a reprízovými kiny stejně dramatický. V Belgii v roce 1928 mohl být například prestižní americký film půjčen velkému premiérovému kinu za 50 tisíc franků, ale v malém kině pro pozdější uvedení se dalo doufat pouze v obnos čtyř set franků. V Rumunsku byla tato nerovnost ještě větší, sahající od dvou tisíc k šesti stům tisíc lei. <sup>42)</sup>

39) Guy Croswell Smith Arthur Kellymu, 16. května 1930, O'Brien Legal File, Box 6, Folder 1, United Artists Archive, Wisconsin Center for Theater and Film Research, Madison (dále UA); The European Motion-Picture Industry in 1929. *Trade Information Bulletin*, č. 694, s. 26.

40) George R. C a n t y, The European Motion-Picture Industry in 1927. *Trade Information Bulletin*, 1928, č. 542, s. 15.

41) Ekvivalentní produkce v Německu byly známy pod označením „Kontingent Filme“; některé z nich nebyly nikdy veřejně uváděny. Němci tento systém opustili v roce 1928, kdy jej nahradili systémem importních povolení.

42) George R. C a n t y, The European Motion-Picture Industry in 1928. *Trade Information Bulletin*, 1929, č. 617, s. 34, 58.

Američané vždy spatřovali ve velkých počtech malých a středně velkých kin v Evropě pohromu celé oblasti.<sup>43)</sup> V éře zvuku mnoho těchto menších kin zavřelo, neboť nová technologie pro ně byla příliš nákladná a němé filmy přestaly být dostupné. Tato kina byla nahrazena novými, většími a centralizovanějšími zařízeními, vybudovanými pro účely zvukového filmu.<sup>44)</sup> V dražších kinech a s dlouhou uváděcí dobou se hrál menší počet pečlivě vybraných snímků. Obecně se pak změny způsobené příchodem zvuku americkým společnostem v zahraničí jevily jako příslib větších a lepších obchodů, a to navzdory specifickým problémům spojeným se zvukovou technologií.

Hlavním faktorem, který na konci dvacátých let v Evropě působil proti Američanům, byla vládní legislativa, specificky zaměřená na to, aby omezila hollywoodský dovoz. Legislativa kvót a kontingentů již byla zavedena, nebo se na její zavedení čekalo v celé řadě evropských zemí, včetně Německa, Británie, Rakouska, Francie a Maďarska. Tyto zákony měly vést k omezení objemu amerického dovozu, ale ve stejné míře posílily tendenci zvukové éry k pečlivějšímu výběru produktů pro vývoz a urychlily vyřazení méně kvalitní části nabídky. Americké ministerstvo obchodu reagovalo na kroky Velké Británie ke zvýšení podílu domácí produkce v britských kinech slovy:

Umírněné odhady dnes uvádějí americký podíl na [britském] ročním dovozovém trhu s celovečerními filmy jako prakticky sedmdesátiprocentní. Tento stav je prospěšnější než předchozí vyšší procenta, neboť posílená britská a kontinentální konkurence tím, že donutila americkou stranu k tomuto počtu, jen eliminovala slabší produkci amerických společností, tedy snímky, jež se dříve objevovaly hlavně v takzvaném vázaném prodeji filmů (*block-booking*).<sup>45)</sup>

Podobný model převládl i v mnoha ostatních kvótami se řídících zemích Evropy. Německo, kde kontingentní zákony skutečně snižovaly americké zisky, bylo výjimkou spíše než pravidlem, především proto, že německý průmysl měl mnohem dokonaleji vertikálně integrovanou strukturu než Francie nebo Británie a jeho sektor produkce byl natolik silný, že mohlo dodávat do kin potřebných padesát procent domácích snímků. Z amerického hlediska nebylo hlavním problémem většiny kvót, že byly restriktivní, ale že podléhaly neohlášeným změnám, čímž se z dlouhodobého plánování pro zahraniční oblast stávala marketingová noční můra.<sup>46)</sup>

V roce 1929 americké společnosti nějakou chvíli doufaly, že rozvoj zvuku povede k všeobecnému upuštění od kontingentních zákonů.<sup>47)</sup> Uvažovaly tak, že jestliže veřejná potřávka po zvukových filmech potrvá, většina zahraničních společností nebude mít potřebný kapitál a expertizu k tomu, aby naplnily svou stranu kvótových dohod.<sup>48)</sup> Restriktivní

43) Velká Británie, kde se kina často vyznačovala okázalými rozměry a vybavením, tvořila výjimku z obecného evropského modelu.

44) The Motion-Picture Industry in Continental Europe in 1931. *Trade Information Bulletin*, č. 617, s. 19.

45) *Trade Information Bulletin*, č. 617, s. 19 (*block booking* – dohody o půjčování filmů, které nutí kina objednávat si několik filmů naráz; pozn. red.).

46) *Trade Information Bulletin*, s. 694, s. 4.

47) *Trade Information Bulletin*, s. 694, s. 7.

48) Harold Smith pro MPPDA, 14. února 1930. O'Brien Legal File, Box 97, File 5, UA.



zákony ve skutečnosti v různých formách přežívaly dál. Ale přechod ke zvuku opravdu v jednom důležitém smyslu zkřížil plány na omezení cirkulace amerického produktu v Evropě – nikoli v rovině národů, ale napříč kontinentem jako celkem. Různé mezinárodní průmyslové iniciativy, které utvářely hnutí „filmové Evropy“, byly ambiciózní už za němčiny, v neposlední řadě proto, že Evropané, aby mohli soupeřit s Američany dle svých vlastních ekonomických pravidel, museli získat podíl na širším globálním trhu a také dosáhnout rozhodujícího vlivu na svých vlastních územích. Jak ukázal Richard Abel, přinejmenším v jednom ohledu evropské „mezinárodní“ koprodukce prosazované prostřednictvím iniciativ filmové Evropy pouze potvrzovaly americkou dominanci, neboť čím dál víc svým vystupováním napodobovaly Hollywood, „odrážejíce moderní životní styl, jehož hlavní rysy materiálního blahobytu a okázalé konzumpce byly v zásadě americké“.<sup>49)</sup> Jak ale dokládají jiní přispěvatelé tohoto sborníku, v roce 1928 již byla vytvořena řada dočasných seskupení pro evropské koprodukce a zároveň byly uzavřeny dohody a dosáhlo se několika ukázek evropské solidarity. Části této defenzivní spolupráce – spojení a kontrola zvukových patentů soustředěných kolem koncernu Tobis-Klangfilm – se po dvanáct měsíců, od poloviny roku 1929 do poloviny roku 1930, dokonce dařilo bránit vstupu Ameriky na německý zvukový trh; americkému vpádu na evropský zvukový trh překáželo i několik dalších zemí.<sup>50)</sup> V důsledku ale mluvící filmy způsobily roztržství vznikajícího evropského zvukového trhu na dílčí jazykové skupiny. Veškerý pocit soudržnosti, který na počátku pramenil ze společného odhodlání vzdorovat americkému průmyslu, vzal za své lokálním kulturním požadavkem slyšet přízvuky vlastního jazyka. V Itálii například italská cenzurní komise zakazovala po roce 1929 dialog amerických a ostatních zahraničních filmů s vysvětlením, že by vedly Itálie k učení se jiným jazykům na úkor jejich vlastního. Jedno nařízení z roku 1931 požadovalo, aby byly veškeré zahraniční filmy nadabovány, a v roce 1933 bylo uvaleno clo na filmy nadabované mimo Itálii. Podobná omezení dočasně zavedlo i Portugalsko a Španělsko.<sup>51)</sup>

Stížnost podaná u MPPDA vedoucími představiteli francouzského průmyslu ukázala, na kolik byla již v roce 1930 možnost evropské spolupráce v troskách. Američtí distributoři zahájili bojkot francouzských provozovatelů kin na protest proti místním kontingentním návrhům a Francouzi vzápětí Američany žádali, aby podobně zakročili i proti nové německé legislativě.<sup>52)</sup> Producenti Francie a Německa se také stále více distancovali od lukrativního britského trhu, čímž ponechávali široké pole Američanům. Sami britští výrobci přijali zvukovou výrobu s nadšením, a projevovali více zájmu o fungující anglický mluvící trh britského impéria nežli o problematickou evropskou arénu. Doufali také v nové příležitosti na americkém trhu a s některými výjimkami byli pochopitelně více motivováni navazovat reciproční distribuční smlouvy přes Atlantský oceán než přes

49) R. Abel, c. d., s. 38.

50) Douglas Gomery, *Economic Struggle and Hollywood Imperialism: Europe Converts to Sound*. *Yale French Studies* 60, 1980, přetištěno in: Elizabeth Weis – John Belton (eds.), *Film Sound: Theory and Practice*. New York: Columbia University Press 1985, s. 28–29.

51) James Hay, *Popular Film Culture in Fascist Italy: The Passing of the Rex*. Bloomington: Indiana University Press 1987, s. 86.

52) Herron Haysovi, 29. července 1930, Hays Papers.

Lamanšský průliv.<sup>53)</sup> Několik hollywoodských společností včetně Warner Bros., United Artists, Universal a RKO navázalo obchodní spojení s producenty v Anglii nebo tam samy zahajovaly produkce, vedeny potřebou zajistit výroby uspokojující britské kvóty. Problém mluvení různými jazyky ovšem zůstal překážkou v úspěchu amerických zvukových filmů v zahraničí, stejně jako byl významným faktorem selhání evropského obchodního bloku, jak ukazuje několik příspěvateľů tohoto sborníku. Na konci roku 1929 se již neanglicky mluvícímu světu začínaly zajídat narychlo spíchnuté synchronizované verze a nesrozumitelný dialog.<sup>54)</sup> C. J. North, vedoucí filmového oddělení při ministerstvu obchodu, producentům oznámil, že:

Mluvicí filmy přestaly před rokem být novinkou, anglické dialogové snímky se ale tehdy dál promítaly s dosti velkým úspěchem. [...] Tato situace se nyní dramaticky změnila. Filmy v angličtině mají nyní ve většině neanglicky mluvících oblastech mizivou, ne-li nulovou šanci.<sup>55)</sup>

Ministerstvo obchodu bylo nicméně přesvědčeno o tom, že průmysl se s touto situací vypořádá metodou „rozvahy a experimentu“.<sup>56)</sup> Opuštění velké a výnosné části zahraničního obchodu nepřipadalo v úvahu. Průmysl se jednoduše musel přizpůsobit novým podmínkám prostřednictvím ekonomicky racionálních úprav obchodních a výrobních postupů, a to formou experimentů s dabingem, titulkováním a jazykovými verzemi. Během tohoto období experimentování, když Hollywood odhalil relativní nepopulárnost jazykových verzí, se zdálo, že se americký průmysl paradoxně ocitl ve stejné souhře okolností, která přiváděla k zoufalství jeho zahraniční konkurenty již od časů první světové války. Americké jazykové verze se vždy jevily jako kompromis – nebyly ani opravdovým výrazem lokálních pocitů, ani nedosahovaly věhlasu Hollywoodu. Vyšší kapitálové vybavení nebylo v případě těchto snímků možné, neboť cílové trhy byly příliš malé na to, aby vykompenzovaly velké investice, ale méně nákladným produkcím zase scházela přitažlivost, jež by ospravedlnila jejich relativně nízké náklady.

Otitulkované filmy se setkaly na řadě trhů s uspokojujícím ohlasem, obzvláště v Latinské Americe, kde se takovýmto produktům dávala přednost před filmy nadabovanými či vyrobenými ve standardní kastilské španělštině. Z podobných důvodů připadala divákům v Portugalsku nesnesitelná brazilská portugalština herců, obsazovaných americkými

53) Viz např. pojednání Adrewa Higsona v tomto svazku o Dupontových koprodukcích.

54) Objevily se dokonce i zprávy o polských a francouzských divácích, kteří se bouřili při promítání fušersky převedených amerických filmů. Viz Ginette Vincendeau, *Hollywood Babel: The Coming of Sound and the Multiple Language Versions*. In: A. Higson – R. Maltby (eds.), c. d., s. 207–224 (český překlad: *Hollywoodský babylon. Nástup zvukového filmu a jazykových verzí. Iluminace* 16, 2004, č. 2, s. 5–20). Viz též Martine Danan, *Hollywood's Hegemonic Strategies: Overcoming French Nationalism with the Advent of Sound*. In: A. Higson – R. Maltby (eds.), c. d., s. 225–248; Joseph Garnicarz, *Made in Germany: Multiple Language Versions and the Early German Sound Film*. In: A. Higson – R. Maltby (eds.), c. d., s. 249–273; Mike Walsh, *Options for American Foreign Distribution: United Artists in Europe, 1919–1930*. In: A. Higson – R. Maltby (eds.), c. d., s. 132–156.

55) C. J. North, *Meeting Sound Film Competition Abroad*. *Commerce Reports*, 10. listopadu 1930, s. 374.

56) *Trade Information Bulletin*, č. 694, s. 4.

společnostmi, a požadovali místo toho verze s titulky.<sup>57)</sup> Jak ukazují tyto příklady, podtitulky v některých případech mohly nejen vyřešit problém překladu, ale také zmírnit některé z problémů, pramenících z kulturní specifičnosti, kterou se vyznačovala zvuková výroba, a to tím, že znovu zavedly některé z výhod sémantické přizpůsobivosti, kterou dříve skýtaly němé mezititulky. Diváci sice slyšeli, že se děj odehrává v cizím jazyce, význam byl ale méně specificky určen tím, že byl pouze naznačen ve zhuštěné podobě a v místním jazyce. Se specifickými kulturními problémy se bylo možné vyrovnat prostřednictvím drobných změn a úprav v samotných titulcích. Současně ale existence zvukové stopy znamenala, že radikální změny obsahu na lokální úrovni byly obecně nemožné a zodpovědnost za splnění širších požadavků mezinárodního publika se tedy vracela do bodu výroby. Proces titulkování byl sám o sobě nenáročný a levný: dialog byl v newyorských kancelářích hlavních výrobců analyzován a zhuštěn na základní soupis anglických titulků, které bylo možné během distribuce přeložit do libovolného počtu cizích jazyků. V Evropě byl ale úspěch otitulkovaných kopií nespolehlivý, zejména na větších trzích, kde vždy existovala konkurence ze strany místních produkcí. Právě s ohledem na evropský trh proto americké společnosti pokračovaly v experimentech s dabingem.

Prvotním problémem dabingu bylo, že existující technologie nedokázaly smíchat či přesně synchronizovat jednotlivé zvukové stopy. Na konci roku 1930 se pomocí vynálezu vícestopé Movioly podařilo tato omezení překonat a hudba a efekty tak mohly být míchány s odděleně zaznamenanými hlasovými stopami. Dabing jedné kopie nebyl zvlášť nákladný – v roce 1933 Spojené státy odhadovaly náklady na dabing filmu do španělštiny na tři apůl tisíce dolarů – ale závisel na vlastnictví či pronájmu dabingové dílny a příslušného personálu.<sup>58)</sup> To bylo ekonomicky uskutečnitelné jen v případě hlavních jazykových skupin – španělštiny, němčiny a francouzštiny – a italštiny, která představovala zvláštní případ vzhledem k vládnímu zákazu cizích jazyků ve filmu. Německo a Francie zavedly omezení požadující, aby se dabing do jejich národních jazyků vyráběl na jejich domácí půdě, čímž si chtěly zajistit podíl na hollywoodském podnikání a snad i udržet určitou kontrolu nad používáním vlastního jazyka.<sup>59)</sup> Ani pro tyto trhy nebyly zdaleka všechny produkty dabovány, neboť se tento proces pokládal za vhodný pouze v případě akčních snímků s minimem dialogů. Důvody nebyly pouze technického rázu. Jak ukazuje Ginette Vincendeauová ve svém textu pro tento sborník, i když si neanglicky mluvící obecnstvo nakonec na rozpojení hlasu a těla zvyklo, pocit zcizení se vždy mohl vrátit. Řešením byl pro Hollywood modus produkce vyznačující se estetikou zaměřenou na akci: jedna z otřepaných pravd zahraniční distribuce říkala, že snímkům, u nichž objasnění zápletky a vývoj příběhu závisely na dialogích, známým v průmyslu jako filmy typu „walk and talk“ („chodí a mluví“), se na neanglicky mluvícím trhu dařilo podstatně hůř

57) *Trade Information Bulletin*, 1932, č. 797, s. 56.

58) G. F. Morgan Arthuru Kellymu, 21. července 1933, W. P. Philips file, Box 2, Folder 3, UA.

59) To nemělo vždy vytoužený efekt, neboť Harold L. Smith v roce 1935 konstatoval, že nikdo z těch, kdo v Paříži řídili dabingový proces, nebyl ve skutečnosti Francouz. MGM se ideálu přiblížilo nejvíc s ženou polského původu, která, jak se Smith domníval, byla naturalizovaná ve Francii. Smith Herronovi, 7. února 1935, W. P. Philips file, Box 2, Folder 3, UA.

než snímkům akčním.<sup>60)</sup> Skutečnost, že Hollywood upřednostňoval filmy akce, alespoň zčásti vyplývala z jeho závazků vůči zahraničnímu trhu.

Dabované verze byly kulturně a sémanticky mnohem méně tvárné než ty otitulkované, ale i ony skýtaly jistý prostor pro úpravy na cestě filmu ze studia k divákům. Potenciálně urážlivé drobnosti bylo možné odstranit v procesu překladu a v Evropě zpravidla použití mateřského jazyka místního obyvatelstva často pomohlo děj lokálně zasadit a zastříti zahraniční původ produktu. Publika se mohla dále oddávat konzumpci produktu, jenž byl diplomaticky umístěn někde mezi „autentickým“ světem Hollywoodu s jeho mezinárodními konotacemi kouzla a fantazie na jedné straně a domáctější a osobnější sférou, odpovídající kultuře a zkušenosti diváka, na straně druhé. Třebaže dabing a titulky představovaly pouze částečná řešení zcizujících účinků cizojazyčných hlasů, úpravy dialogů dále představovaly hollywoodský originál jako mezinárodní a sjednanou verzi, která tím či oním způsobem oddělovala zvukovou a obrazovou stopu, jako lokální variantu. Toto rozštěpení zvuku a obrazu stavělo do popředí akt konzumpce místo hollywoodského aktu produkce.

Paradoxně tedy začátkem třicátých let působila nutnost připravovat různé verze pro různé jazykové skupiny ve prospěch hollywoodského globálního obchodu, nikoli proti němu: za prvé narušovala soudržnost filmové Evropy a za druhé znovu obnovovala část oné flexibility formy a významu, která v minulosti usnadňovala přijetí němých filmů po celém světě. Největší výrobní problém vyvstávající ze zavedení zvuku představovala pro Hollywood po zbytek desetiletí asi anglicky mluvící oblast. Tento kolektivní trh, sestávající zejména z britského impéria a tvořící více než padesát procent zahraničních tržeb, bylo třeba zásobovat americkým domácím produktem, a to pokud možno s minimem kulturních zásahů. Problémů s tím spjatých bylo tolik, že MPPDA dokonce diskutovalo o možnosti vyrábět zvláštní britské verze „všech snímků, které by jinak mohly být vykládány jako cizí jejich politice [...], aby se dalo maximálně těžit z tržeb, kterých se tam dá dosáhnout“; a opravdu, stejná mixážní technologie, která umožnila dabing, umožnila též „rekonstrukci“ zvukových filmů pro neamerické anglicky hovořící trhy.<sup>61)</sup> Tato nákladná varianta byla ovšem obhajitelná pouze jako východisko z nouze; anglicky mluvící trh bylo třeba brát v úvahu víc než kterýkoli jiný trh již v průběhu běžného psaní scénáře a výroby hollywoodských filmů.

Podobné přizpůsobení detailů nemohlo ovšem uspokojit obecnější kulturní obavy majora Hoarea z vlivu amerických filmů, mravů a jazyka. Nic by je neuspokojilo. Major pravděpodobně řekl víc, než tušil, když naznačil, že Hollywood hrozí vytvořit „pokolení mladých, kteří budou náležet všem třídám“. Velká část převládajících obav z vlivu americké kultury souvisela s jejím zvláštním ohlasem u dělnických publik. Elitářské kritice, která masovou kulturu líčila jako něco, co je ve svém pojetí americké a co konzumují jen dělnické vrstvy a ženy, se podařilo pouze potvrdit, že část oblíbenosti této kultury spočívala v jejích ideologicky podvrtných demokratických předpokladech. Tyto filmy nabízely

60) Sam Morris Jacku Warnerovi, 12. listopadu 1937, JLW Correspondence, Box 59, Folder 8, Warner Bros. Archive, Department of Special Collections, University of Southern California.

61) Jason Joy E.A. Howeovi, 16. června 1931, Milly Case File, Production Code Administration Archive, Academy of Motion Picture Arts and Sciences, Los Angeles.



evropským dělnickým publikům únik do imaginární utopické společnosti zvané „Hollywood“, ve které neúprosnost třídních kategorií buď neexistovala, nebo nebyla zřetelně kódována. Používání amerických idiomů a sémiotických systémů obecně nabídlo evropským publikům imaginární možnost nikoli odmítnutí třídních rozdílů, nýbrž útěku před nimi. Ačkoli jazyková bariéra fungovala do určité míry jako místo odporu, utopičnost Hollywoodu byla posílena i vzdáleností zahraničních publik od specifických forem amerického společenského kódování, jež bylo v hollywoodských filmech vepsané. Přízvuk Jamese Cagneyho tak ztratil své specifické třídní kódování a byl zevšeobecněn jako „americký“, neodlišen, řekněme, od přízvuku Williama Powella. Naopak v každé evropské národní kinematografii po příchodu zvuku vstoupily do hry různé přízvuky jako nevyhnutelné znaky společenské třídy. Je známo, že britská dělnická obecnost protestovala proti britským filmům, které podle nich byly, jak uvádí *World Film News*, „zuřivě snobské“ (upper-class).<sup>62)</sup>

Očekávání, že diváci raději uslyší britské než americké hlasy, se dočkalo nepřijemného zklamání, když dělnická publika zejména ve Skotsku a na severu Anglie reagovala nenávisťně a posměšně na přízvuky a manýrismus londýnské scény. Paradoxně jim tak byly bližší filmy, které se ve třicátých letech považovaly za cizí kulturu.<sup>63)</sup>

Utopičnost Hollywoodu náležela k tomu, co z Hollywoodu složitým způsobem činilo součást evropských kultur a zároveň něco od nich odděleného, „známou cizí“ zemi ve sférách uvnitř evropských představ. „Americká“ kultura – přinejmenším ta, kterou reprezentoval Hollywood, americká populární hudba a konzumní zboží v americkém stylu – se tak zálučně „naturalizovala“ uvnitř hostitelských kultur. Bylo asi jen málo Francouzů, kteří by chtěli být Němci, málo Italů, kteří by chtěli být Brity, ale téměř každý toužil být Gary Cooperem nebo Jamesem Cagneyem, a Greta Garbo či Marlene Dietrich ukazovaly, že je to možné i navzdory vlastní národnosti či dokonce přízvuku. Jestliže byl Hollywood cizí zemí, představoval rovněž imaginární domov pro každého, koho oslovoval. A jestliže oslovoval především ženy a dělnickou třídu, znamenalo to další hrozbu buržoaznímu nacionalismu. Proto ten hysterický tón v Hoareově obavě o mladé, jež byli svedeni cizí kulturou stejnosti. Philip Schlesinger ukázal, že národní či etnická identita souvisí stejně tak se zahrnutím, jako s vyloučením, a že „rozhodujícím faktorem pro definici společenské skupiny se takto stává sociální hranice, která tuto skupinu vymezuje vůči ostatním skupinám [...], nikoli kulturní realita uvnitř těchto hranic“.<sup>64)</sup> V tomto smyslu je identita „systémem vztahů a reprezentací“, jenž nese v samotném svém jádru rozdíl a rozlišování. „Za rasismem, výrazným misogynstvím a fobiemi z cizí kultury, cizích ideologií a nepřátel mezi námi“ se podle Jamese Donalda „skrývá hrůza z toho, že bez známých hranic se všechno zhroutí do nediferenciovaného, miasmatického chaosu;

62) *World Film News*, 2, 1937, č. 2, s. 13, cit. dle J. Richards, c. d., s. 32.

63) Robert Murphy, Coming of Sound to the Cinema in Britain. *Historical Journal of Film, Radio and Television* 4, 1984, č. 2, s. 158.

64) Philip Schlesinger, On National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticised. *Social Science Information* 26, 1987, č. 2, s. 235.

že identita se rozpadne“.<sup>65)</sup> Buržoazní kulturní nacionalismus definoval masovou kulturu jako americkou, aby se vymezil vůči ostatním národním kulturám. Tyto nacionalismy ve svém prosazování představy hranic vyžadovaly nějaké Jiné, vůči němuž by se vymezily. „Americká kultura“ byla pro tento účel využívána různými evropskými elitami ve dvacátých a třicátých letech, stejně jako v jiných dobách. Napětí mezi evropskými národy ve třicátých letech ale bránilo rozvoji jakékoli koherentní strategie odporu proti „americké invazi“. Jestliže se vznikající evropské kulturní nacionalismy v této době významným dílem definovaly právě vědomou opozicí k „americké kultuře“, byly rovněž vymezeny jeden vůči druhému a jejich nacionalistické antagonismy směřovaly ve skutečnosti více k sobě navzájem než proti americkému modelu, využívanému jako kontrastní pozadí pro vlastní definici.

Přeložil Jakub Kučera

Přeloženo z anglického originálu:

Richard Maltby – Ruth Vasey, „Temporary American Citizens“:  
Cultural Anxieties and Industrial Strategies in the Americanisation of European 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. 32–55.

#### Citované filmy:

*Beau Geste* (Herbert Brenon, 1926), *Čtyři příšerní jezdcí z Apokalypsy* (*The Four Horsemen of the Apocalypse*; Rex Ingram, 1921), *Peter Pan* (Herbert Brenon, 1924), *Plastered In Paris* (Benjamin Stoloff, 1928).

#### Poznámka o autorech:

**Richard Maltby** (1952) je profesorem screen studies na Flinders University v Adelaide v Austrálii, kde od roku 1997 působí jako ředitel School of Humanities. Dříve působil na University of Exeter ve Velké Británii, kde založil Bill Douglas Centre for the History of Cinema and Popular Culture. Je autorem a editorem řady knih o recepčních dějinách amerického filmu a mezinárodních obchodních a kulturních vztazích Hollywoodu. Americkou mainstreamovou produkci chápe primárně jako komerční kulturu (bez hodnotícího zabarvení) a zkoumá ji empiricky založenými historickými metodami. Z bibliografie: *Harmless Entertainment: Hollywood and the Ideology of Consensus* (Metuchen, N.J. : Scarecrow Press 1983), *Dreams for Sale: Popular Culture in the Twentieth Century* (ed.; London : Harrap 1989), *Hollywood Cinema: An Introduction* (1995; 2. vyd.:

65) James Donald, How English Is It? Popular Literature and National Culture. *New Formations* 6, 1988, s. 32.

Malden, MA : Blackwell 2003), *American Movie Audiences: from the Turn of the Century to the Eearly Sound Era* (ed. s Melvyn Stokes; London : BFI 1999), *Identifying Hollywood's Audiences: Cultural Identity and the Movies* (ed. s Melvyn Stokes; London : BFI 1999), *Hollywood Spectatorship: Changing Perceptions of Cinema Audiences* (ed. s Melvyn Stokes; London : BFI 2001), *Hollywood Abroad: Audiences And Cultural Exchange* (ed. s Melvyn Stokes; London : BFI 2005). Sborník „*Film Europe*“ and „*Film America*“: *Cinema, Commerce and Cultural Exchange, 1920–1939* (ed. s Andrewem Higsonem; Exeter: University of Exeter Press 1999) získal v roce 2000 cenu Jeana Mitryho za filmovou historii.

**Ruth Vaseyová** je specialistkou na historii amerického filmu, na systémy regulace a cenzury v kinematografii, japonský film a globalizaci audiovizuálních médií. Doktorát získala z amerických studií na University of Exeter, nyní působí na Flinders University v Adelaide. Její monografie *The World According to Hollywood, 1918–1939* (Madison, Wis. : University of Wisconsin Press 1997) získala cenu „Kraszna-Kraus Moving Image Book Award“. V současnosti pracuje se svým manželem R. Maltbym na knize *Reforming the Movies: Politics, Censorship, and the Institutions of the American Cinema, 1908–1939* a na projektu digitální verze archivu MPPDA.