

Vitja Dominkuš Dreu

Hollywoodski studijski sistem ter filmska blagovna forma 1. del

Lansko leto, natančneje 27. oktobra 2023, se je v Slovenski kinoteki zgodila prav posebna filmska predstava. V kinu je ponovno oživela hollywoodska filmska klasika, spektakel **King Kong** (1933, Merian C. Cooper in Ernest B. Schoedsack). Po premieri, marca 1933 v New Yorku, je **King Kong** postal najbolj obiskan ter prodajan film tistega leta. Zdelo se je, kot da se celotna mesta trumoma zgrinjajo nad kinodvorane, v večjih newyorških dvoranah pa so razprodali tudi po deset projekcij na dan. Čeprav se v Kinoteki publika ni drenjala pred vhodom in dvorana ni pokala po šivih, ker bi jo preplavila množica filmskih oboževalcev, je glede tega, zdaj že več kot 90 let starega filma po koncu projekcije ostal presenetljivo poznan priokus. Seveda smo filmski navdušenci dobro seznanjeni s filmom in njegovim osrednjim likom, a vendar se ne zgodi prav pogosto, da skoraj stoletje staro filmsko delo deluje tako »domače«. Vprašanje, ki se postavi, pa je, ali to priča o genialnosti filma, ki še danes po svoje deluje sveže in aktualno, ali pa se za to domačnostjo skriva nekaj drugega? Na to vprašanje morda lahko hitro odgovorimo s citatom kritika Joeja Bigelowa, ki je film ob njegovi premieri na začetku 30. let označil za »čisti prikaz studijske in snemalne tehnologije – in nič več kot to«. Velja torej premisliti, od kod izvira ta spontani občutek domačnosti pri filmu, kot je **King Kong**. Zakaj njegova struktura, zgodba, junaki in slog danes niso le neki arhaični ostanki pretekle filmske forme, temveč spominjajo na vse preveč znan model filmskega izdelka?

King Kong je nesporni prvak med filmskimi pošastmi. Svojega pečata ni pustil le na filmskem platnu, temveč tudi na številnih tiskanih platnicah šund literature, igračah (za otroke, a tudi za odrasle), v 80. letih pa je zaživel še v svetu videoiger (odgovoren je na primer za enega najpopularnejših Nintendovih junakov – Donkey Konga). **King Kong** kot film predstavlja fantastično doživetje, divjo avanturo in filmski spektakel, ki se je za vse večne čase zapisal v anale popularne kulture. Z uporabo vseh možnih tehnik posebnih učinkov, ki so bili ustvarjalcem na voljo – še danes so lahko v navdih uporaba *stop-motion* animacije, večkratnih ekspozicij, *rear* projekcij, pa tudi čudovito narisane scenografije in izklesani modelčki –, so filmski mojstri oživili opičjo pošast in jo naredili velikansko ter strašno. Bila je celo tako izjemna, da je splezala na najvišjo stavbo sveta – newyorški Empire State Building. Prav to naj bi bila prva misel, ki se je utrnila režiserju, piscu in producentu filma Merianu C. Cooperju, zgodbo filma pa so nato zgradili prav okrog te ikonične podobe. Na pripoved in na vizualni stil **King Konga** sta pomembno vplivala tudi priljubljen roman Arthurja Conana Doylea **Izguljeni svet** (ta je svojo filmsko različico dobil že leta 1925 v režiji Harrya O. Hoyta) ter nekoliko manj poznan »dokumentarni« eksplatacijski film **Ingagi** (1930, William S. Campbell). Slednji je med drugim prikazoval (izmišljene) afriške rituale, v katerih divja plemena mlade ženske izročijo gorilam (samcem) kot seksualne sužnje.

Poleg izjemne rabe že omenjenih posebnih učinkov je film v svoj prid izkoristil še eno (takrat) novo filmsko tehnologijo – zvok. Sinhronizirani filmski zvok je takrat filme spremljal komaj dobrih pet let, miksanje zvoka v postprodukciji je bilo še v povojih, slaba snemalna oprema pa je marsikateri zvočni film naredila bolj tog ter statičen – sploh v primerjavi z razgibanimi nemimi komedijami. **King Kong** pa je zvočno podlago celostno obrnil sebi v prid. Učinkovali niso zgolj dialogi, pač pa tudi ločeno posneta simfonična glasba in seveda nepozabno kričanje glavne igralka Fay Wray, ki še poudari strah in primarnost čustev filmskih likov ter udarno učinkuje na (grozo ali zabavo) gledalcev. Film je bržkone eden najbolj gledanih v vsej filmski zgodovini; njegov uspeh je spodbudil številna nadaljevanja (prvo se je pojavilo že istega leta – **Kongov sin** [The Son of Kong, 1933, Ernest B. Schoedsack]), *spin-offe* (**King Kong proti Godzili** [King Kongu tai Gojira, 1962, Ishirō Honda]) ter *remake* (danes skoraj popolnoma pozabljeni **King Kong** [2005, Peter Jackson]). Navdihnil pa je tudi marsikatero filmsko franšizo, od **Vojne zvezd** (Star Wars, 1977–), **Indiane Jonesa** (1981–), **Jurskega parka** (Jurassic Park, 1993–) in **Gospodarja prstanov** (The Lord of the Rings, 2001–2004) do **Avatarja** (2009–) ter še mnoge druge.

Tu pa pridemo do srčike na začetku zastavljene dileme in do teme tega prispevka. **King Kong** ni le uspešna filmska klasika, je kultni lik, pop ikona, prepoznavna znamka ter blago, ki se ga že skoraj stoletje v takšni ali drugačni obliki proizvaja, prodaja in konzumira po vsem svetu. Je produkt ene najuspešnejših svetovnih tovarn – tovarne sanj, ki sliši na ime Hollywood. Da bi bolje razumeli njene filmske produkte, ki so v marsičem povsem različni, a vendar tako zelo podobni, se je treba zazreti v zgodovino ter si pobližje ogledati strukturo in produkcijski proces tega megalomanskega in megalomansko uspešnega podjetja, ki še vedno zaseda osrednje mesto v naši popularni kulturi.

VZPOSTAVLJANJE FILMA KOT INSTITUCIJE

20. stoletje je bilo zaznamovano s filmsko podobo; ta se je pojavila kot definitivna umetniška forma ter kot ena najbolj razširjenih oblik prostočasne zabave. Kinodvorane so bile (vsaj pred izumom televizije) katedrale, kamor so ljudje na tedenski ali celo dnevni ravni romali, da bi bili del magije, ki je ustvarjala svetove, junake in pripovedi, izvite iz človeške domišljije.



KING KONG | 1933

Ameriška kultura je bila v 20., 30. in 40. letih prejšnjega stoletja še kako zaznamovana s filmsko izkušnjo. Kinopalače z več tisoč sedeži so postajale nov prostor čaščenja, filmske zvezde pa ljudski apostoli. V dvajsetletnem obdobju med 1929 in 1949 je ameriške kine obiskalo med 80 in 90 milijonov ljudi na teden – praktično vsak Američan v starosti od 6 do 60 let je vsaj enkrat tedensko obiskal lokalni kino.¹ Kljub izjemni popularnosti pa se filmska industrija ni kar čez noč pojavila kot ena bistvenih (ameriških) institucij: za to je bil zaslužen specifičen produkcijski način s specifično poslovno strukturo. Kljub mnogim spremembam, ki jih je (ameriška) filmska industrija doživela v preteklih 130 letih, so njeni temelji ostali enaki – in dobili svojo izpopolnjeno formo v zlati dobi hollywoodskega studijskega sistema (1928–1960).

Zgodnje začetke vzpostavljanja filmske institucije najdemo že leta 1891, ko se na trgu pojavi naprava *kinetoskop* podjetnika in izumitelja Thomasa A. Edisona. Vendar pa je projekcija s *kinetoskopom* potekala skozi kukalo in tako filmsko izkušnjo omogočala le eni osebi naenkrat. Šele ko se je na sejmiščih in zabaviških film pojavil v obliki javnih projekcij za množice, je dobil svojo pravo formo in moč. Fotografija in (kasneje) film sta s svojo tehnologijo omogočila novo konceptualizacijo prostora in časa – ne le da ju »ujame« objektivi kamere ter s tem za »večno« vtisne na filmski trak; ta posnetek lahko potem tudi vedno znova predvajamo, prodajamo in reproduciramo – s tem se dogodek, ki je bil prej le stvar spomina, pretvori v objekt, ki ga gledalcem ponudimo kot blago za njihovo konsumpcijo. Filmski medij je v tem zgodnjem obdobju (1895–1905) deloval predvsem kot spektakel za ljudske množice, tehnološki in zabavni fenomen, ki mu ni bilo para.

Resnično popularnost in razmah filmskih vsebin v ZDA je omogočil razcvet *nickelodeonov* – improviziranih filmskih dvoran, pogosto postavljenih v praznih skladiščih ali opuščenih gledaliških dvoranah. Obiskovalci so že za en *nickel* (5 centov; pozneje se je cena dvignila na 10 centov) lahko obiskali predstavo, kjer pa je film predstavljal samo del zabavnega programa. Zraven so sodili tudi plesni, glasbeni in komični nastopi. Film je tako resnično postal del množične zabave, ki je bila dosegljiva vsem družbenim slojem. Zaradi porasta priljubljenosti filma med pripadniki delavskega razreda in migrantskih skupnosti, ki so se množično zbirali v *nickelodeonih*, je kmalu zavladata tudi moralna panika. Tako je decembra 1908 takratni župan New Yorka s podporo religijskih in drugih moralističnih križarjev začel s kampanjo zapiranja teh filmskih dvoran. Prikazovalci in distributerji pa so že hiteli snovati nove prostore, namenjene izključno filmskim projekcijam: začel se je oblikovati sodobni kino.

Velja opozoriti, da je vznik kina pravzaprav ekonomski izum. »Izum tistih, ki so ugotovili, da je prikazovanje istega filmskega traku množici – namesto zgolj enemu paru oči – veliko bolj dobičkonosen podvig.«² Priložnostne dvorane so se umikale tehnično bolj dodelanim prostorom za prikazovanje. Vrhunec tega trenda se je manifestiral v gradnji filmskih palač – dvoran z več tisoč sedišči, zgrajenih v izrazito kičastem in baročnem slogu. Te so bile namenjene predvsem višanju zaslužkov ter širjenju filmskih vsebin med družbene elite, ki so film pogosto zavračale.

Film je hitro pridobil svojo zvesto publiko in s tem vse večjo popularnost. *Nickelodeoni* in nove kinodvorane so se izkazali za obetaven posel in vanje je vlagalo vse več podjetnikov in evropskih priseljencev – bratje Warner (Warner Bros.), Wiliam Fox (20th Century Fox), Carl Laemle (Universal), Adolph Zukor (Paramount), Marcus Loew in Louis B. Mayer (MGM). Do leta 1910 je kar 26 milijonov Američanov na tedenski ravni obiskalo več kot 10 tisoč *nickelodeon* projekcij po ZDA.³ V tem času sta se prva ameriška studijska konkurenta, Biograph in Edisonova filmska družba, ki sta se skoraj deset let tožila zaradi različnih patentov, združila pod imenom *Motion Picture Patents Company* (MPPA). Podjetje je na pobudo Thomasa Edisona nastalo kot zaščitnik bistvenih filmskih patentov, prav tako pa je izvajalo nadzor nad produkcijo, distribucijo in prikazovanjem. Pod svoje okrilje je kmalu združilo tudi druga večja filmska podjetja – Vitagraph, Pathé in še nekatera. Pri tem je šlo za oligopol, ki je majhnemu številu podjetij omogočal nadzor nad vso poslovno panogo.

Vendar je bila vladavina MPPA relativno kratka. Leta 1915 se je končala tri leta trajajoča sodba zoper poslovne prakse MPPA, ki so jo sprožili neodvisni prikazovalci in distributerji – med bolj vidnimi sta bila William Fox in Carl Laemmle. Ameriška vlada je zoper MPPA razsodila v prid neodvisnih. S tem se je sprostil prostor za nova filmska podjetja, ta pa so zelo hitro vzpostavila nov monopolistični model, utemeljen na vertikalni integraciji, ki je v celoti zajemala produkcijo, distribucijo in prikazovanje filmskih vsebin. Ta filmska podjetja so nam poznana še danes, takrat pa so se delila v dve glavni kategoriji: velikih pet (Paramount, MGM, Fox, Warner, RKO) in tri majhna (Universal, Columbia, United Artists). Poleg tega so nastali tudi manjši studii

¹ Belton, John. *American Cinema/American Culture*. New York: McGraw-Hill, 2009, str. 4.

² Meden, Jurij. *Kaj je kinoteka. Nekaj pogledov na ohranjanje in prikazovanje filmske dediščine v 21. stoletju*. Ljubljana: Slovenska kinoteka, 2021, str. 25.

³ Belton 2009, str. 11



Studio je deloval kot dobro naoljen stroj, ki se ni ustavil. Projekti so si sledili neprekinjeno, zanje pa je bil značilen 6-tedenski snemalni termin. Tovarna sanj je izpopolnila blagovno produkcijo.

B-produkcije (Republic, Monogram, PRC). V obdobju med 1915 in 1920 se je praktično vsa filmska produkcija preselila iz New Yorka (in nekaterih drugih metropol Vzhodne obale) v Kalifornijo, natančneje v okoliš takrat cvetočega Los Angelesa. Temu premiku je botrovala predvsem geografska lega – suho in jasno vreme je omogočalo snemanje na prostem vse dni v letu, raznolika pokrajina (ocean, gore, puščava, gozdovi) pa se je ponujala kot nekakšna naravna scenografija. Medtem ko so se nove bleščeče filmske tovarne selile na Zahodno obalo, pa je finančni ter vrhovni sektor filmske industrije ostal v New Yorku (sem so sodili predvsem vrhovni direktorji studiev, izvršni direktorji, finančni investitorji ter del pravnih zastopnikov) – ta strukturna delitev je v veliki meri prisotna še danes.

TOVARNA SANJ

Novonastala hollywoodska studijska produkcija se je organizirala po modelu industrijske proizvodnje tekočega traku, ki jo je v svojih avtomobilskih tovarnah utemeljil Henry Ford. Ta model je temeljil na treh bistvenih procesih: centralizaciji produkcije, večji delitvi dela ter specializaciji in profesionalizaciji delovne sile. Vsi ti trije procesi so potekali ob nenehnem tehnološkem razvoju produkcijskih sredstev – eden izmed temeljev hollywoodske filmske industrije je bil razvoj snemalne, zvočne ter druge produkcijske tehnologije, ki naj bi razvijala filmsko podobo, jo delala bolj privlačno, senzacionalno, grandiozno ter postavljala nove trende in standarde filmske industrije. Tovrstna produkcija je temeljila tudi na razdelanem zvezdniškem sistemu, ki je služil sistemu vzpostavljanja ter reprodukcije prepoznavnih blagovnih znamk, ki so jih poosebljale filmske zvezde – predvsem igralke in igralci, nekoliko manj pa tudi režiserji. Zvezdniški sistem je temeljil na pravni pogodbi, s katero si je studio za več let prisvojil igralce (isti mehanizem je veljal tudi za vse druge zaposlene); tako so ti lahko nastopali le v filmih v produkciji določenega studia, ta pa je lahko oblikoval, spreminjal in izkoriščal filmsko, javno in zasebno podobo igralca – kar komično in kritično izpostavlja brata Coen v svojem filmu *Ave, Cezar!* (Hail, Caesar!, 2016).

Vsak izmed osmih omenjenih studiev je imel svojo zasedbo zvezd, režiserjev, scenaristov in scenografov ter množico tehničnega in strokovnega osebja. Vsi zaposleni so bili pod strogim nadzorom produkcijskih menedžerjev in studijskih direktorjev. Delovne razmere so pogosto spominjale na industrijsko proizvodnjo 19. stoletja: 6- ali 7-dnevni delavniki, ki so trajali od 12 do 14 ur. Studii so delovali kot samozadostne enote, odrezane od zunanjega sveta – z lastno policijsko in gasilsko enoto, zdravstveno pomočjo, komunalno ureditvijo, energetskim oddelkom ter izborom restavracij, telovadnic in drugih prostorov, ki so armadi zaposlenih omogočali neprekinjeno delo. Vsi ti gradniki in vsi zaposleni so bili med seboj prepleteni in odvisni drug od drugega, čeprav velikokrat niso zapustili oziroma stopili preko svojega specializiranega kroga delovnih nalog. Studio je deloval kot dobro naoljen stroj, ki se ni ustavil. Projekti so si sledili neprekinjeno, zanje pa je bil značilen 6-tedenski snemalni termin. Tovarna sanj je izpopolnila blagovno produkcijo.

V Hollywoodu so v 30. letih producirali okoli 500 do 600 filmov letno. Poleg tega so imeli studii, kot smo že omenili, popoln nadzor nad filmsko distribucijo in prikazovanjem. Posebnega pomena za nadzor potrošniških praks in distribucijskih strategij je bilo lastništvo kinodvoran. Čeprav si veliki studii niso lastili vseh kinodvoran v ZDA – v letu 1945 so si jih 3000 od približno 18.000⁴ –, pa so bile te odgovorne za 70 odstotkov vsega zaslužka od filmskih projekcij. Neodvisne dvorane so si podredili s posebnimi distribucijskimi strategijami, ki so zahtevale najemanje filmov v velikem številu. To je pomenilo, da so morali neodvisni prikazovalci odkupiti praktično ves studijski katalog, če so želeli prikazovati bolj donosne in uspešne filme. Prav tako so si studii zagotovili, da so bili njihovi *blockbusterji* najprej predvajani ekskluzivno v njihovih dvoranh. Ta praksa je skoraj v celoti odpravila tržno konkurenco, poleg tega pa je zmanjšala nujno produkcijo filmskih kopij. Namesto 10.000 filmskih kopij, ki bi jih distribuirali naenkrat, je za posamezen film zadostovalo 400 kopij, ki so nato krožile po tržišču. Filmske uspešnice so najprej predvajali na območjih z večjo kupno močjo in šele kasneje v revnejših okrajih. Te prakse so skoraj v celoti odpravile konkurenčnost neodvisnih prikazovalcev na trgu, zato so prinesle prvi kamen spotike, ki je napovedal konec zlate dobe studijskega sistema.

⁴ Gomery, Douglas. *The Hollywood Studio System*. London: Macmillan Publishers, 1986, str. 13.

Z začetkom druge svetovne vojne je Hollywood doživel šok, saj je izgubil dostop do mnogih mednarodnih trgov. Vendar pa je na drugi strani požel rekordne uspehe na domačem tržišču, ti pa so se s koncem vojne razširili tudi na svetovno raven – ZDA so kot (ena izmed) zmagovalk vojne poskrbele za svojo gospodarsko in kulturno širitev po svetu, predvsem na osvo(bo)jenih ozemljih vzhodne Azije in Evrope. Trženje hollywoodskih filmov je bilo v polnem razmahu, vendar je z letom 1940 ameriška vlada sprožila pomemben sodni proces. Podobno kot leta 1915 je studije obtožila monopolističnega delovanja in se postavila na stran neodvisnih prikazovalcev. Sodni proces je trajal vse do leta 1948, v končni fazi pa so bili studii obtoženi nepoštenega delovanja in primorani k prekinitvi spornih distribucijskih praks. Prav tako so studii do 60. let izgubili lastništvo kinodvoran.

Ob vsem tem so potekali tudi drugi procesi, ki so postopoma najedali strukturo in vladavino klasičnega studijskega sistema. Že proti koncu 30. let se je začelo pojavljati sindikalno organiziranje delavcev v filmski industriji. Sindikalno povezovanje je bilo močno predvsem med scenarističnimi delavci – več manjših sindikatov pa se je leta 1954 združilo v *Writers Guild of America* (WGA). Mnogi ustvarjalci, rešeni izkoriščevalskih pogodb, so ustanavljali svoja neodvisna produkcijska podjetja. Režiserji Frank Capra, William Wyler in George Stevens so ustanovili Liberty Films (in propadli po dveh produkcijah – **Čudovito življenje** [It's a Wonderful Life, 1946, Frank Capra] in **Stanje Unije** [State of the Union, 1948, Frank Capra]), Alfred Hitchcock in Sidney Bernstein sta leta 1948 ustanovila Transatlantic Pictures, v okviru katerega je nastal film **Vrv** (Rope, 1948, Alfred Hitchcock), Humphrey Bogart pa je podjetje Santana Productions poimenoval po svoji jahti – to so le nekateri primeri bolj ali manj uspešnih novih (neodvisnih) studiev po 2. svetovni vojni.

Tudi pojav in širitev televizije v 50. letih sta dodobra pretresla studijski sistem, vendar pa je Hollywood že v 60. letih uspel v svojo strukturo integrirati tudi televizijsko produkcijo. Poleg tega se je v 70. letih pojavil novi Hollywood, ki je pomenil institucionalno preobrazbo ter pravo estetsko revolucijo: ta se je zgledovala po tradiciji evropskega avtorskega filma, kjer je režiser (in ne producent) prevzel vodilno kreativno ter odločevalsko vlogo. Seveda to ne pomeni, da veliki režiserji – avtorji niso delovali že v času zlate dobe studijskega sistema, vseeno pa je v 70. letih prišlo do velikih strukturnih sprememb. Razpad klasičnega studijskega sistema so spremljala množična odpuščanja ter postopna prekarizacija delovnih odnosov. Studii so v tem času vse pogostejše oddajali tehnično opremo in prostore novim produkcijskim podjetjem. Studijska praksa, ki je do tiste točke temeljila na neposrednem nadzoru delovne sile ter lastništvu produkcijskih sredstev

in delovnih prostorov, se je vse bolj usmerjala ekskluzivno k distribucijskim poslom in trgovanju z intelektualno lastnino.

S 60. leti so filmski studii začeli postajati del medijskih konglomeratov – korporacija Gulf and Western je pridobila Paramount; Kinney National Service je kupil Warner Bros.; MCA (*Music Corporation of America*) pa Universal – ter do danes zamenjali veliko lastnikov in postali le še delček v sestavljanju globalne mreže korporacij zabavne industrije. Filmi tako niso bili več vezani le na prodajo kart, temveč so za sabo potegnili celo paleto potrošnih blag. Franšiza, kot je na primer danes **Vojna zvezd**, zajema produkcijo igrač, digitalnih iger, zbirateljskih predmetov, glasbe, stripov, zabaviščnih parkov ter animiranih in igranih filmov.

Ker studii ne nadzorujejo lastnih produkcijskih sredstev, se je v zadnjih desetletjih filmska produkcija močno podražila ter časovno podaljšala – če so nekoč produkcije trajale le nekaj mesecev, so se danes raztegnile tudi v celoletne projekte. Ne glede na to, da smo skozi desetletja doživeli korenite spremembe na področju filmske produkcije ter celostne organizacije delovnega procesa, pa je končna forma filmskega produkta ostala nespremenjena – navsezadnje gre za blago, katerega namen je ustvarjanje dobička znotraj širše kapitalistične proizvodnje. Vendar pa gre pri filmu za prav posebno blagovno formo, ki umetniško delo pretvori v potrošni material zabavne industrije. Kot tako jo definira specifičen narativni in stilistični kod, ki se je vzpostavil prav skozi sistem masovne produkcije hollywoodskih studiev. Prav ta specifični aspekt vsebine in forme ter njunih ideoloških razsežnosti bo stvar naše naslednje razprave.

VIRI IN LITERATURA

Belton, John. *American Cinema/American Culture*. New York: McGraw-Hill, 2009. | **Gomery, Douglas.** *The Hollywood Studio System*. London: Macmillan Publishers, 1986. | **Meden, Jurij.** *Kaj je kinoteka. Nekaj pogledov na ohranjanje in prikazovanje filmske dediščine v 21. stoletju*. Ljubljana: Slovenska kinoteka, 2021. | **Thompson, Kristin in Bordwell, David.** *Svetovna zgodovina filma*. Ljubljana: Umco in Slovenska kinoteka, 2009.

