



TOVÁRNA NA SNY

TAJNÉ PŘÍBĚHY
HOLLYWOODSKÝCH TRHÁKŮ

VÁCLAV RYBÁŘ & MATĚJ SVOBODA

xyz

Továrna na sny

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na
www.xyz.cz
www.albatrosmedia.cz



Václav Rybář, Matěj Svoboda

Továrna na sny – e-kniha
Copyright © Albatros Media a. s., 2021

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.

ALBATROS  **MEDIA**

xyz

© Václav Rybář, Matěj Svoboda, 2021
Cover Illustration © Lukáš Vodrážka/BCreative, 2021
© NAKLADATELSTVÍ XYZ, 2021

ISBN tištěné verze 978-80-7683-001-1
ISBN e-knihy 978-80-7597-933-9 (1. zveřejnění, 2022) (ePDF)



VÁCLAV RYBÁŘ & MATĚJ SVOBODA



Hollywood alias Továrna na sny, to byla, je a vždy bude instituce dvou tváří, jak je patrné i z naší obálky. Filmová studia se svým obchodním partnerům – ať už jste to vy, diváci, kteří přihazujete po stokorunách za vstupné, nebo jsou to investoři, přihazující po milionech, aby se alespoň na chvíli mohli stát součástí filmového snu – snaží prezentovat obraz skvěle fungující továrny a manufaktury, která spolehlivě a předvídatelně umí ze všech klíšé a osvědčených vzorečků postavit film, jako když něco budujete z kostiček lega podle návodu. Výsledek se dá předem spočítat, zařadit do tabulek a finančně zhodnotit.

Zároveň však existuje odvrácená tvář filmového průmyslu, poháněného magií chaosu. Výroba filmu je stále ještě soukolím, v němž nelze všechny součástky spolehlivě zaúkolovat. Občas se dá dokonce říct, že za volantem nikdo nesedí a jen šťastnou shodou náhod se podaří natočit úspěšný hit.

Některé žánry a formáty jsou do značné míry prefabrikáty jedoucí na autopilota, předurčené k úspěchu neprůstřelnou analýzou armády účetních, ale častěji, než byste si mysleli, Hollywood skutečně sází na úspěch v ruletě, aniž by tušil, kde se kulička zastaví.

Naše kniha se snaží představit obě tyto tváře a ukázat, že výraz Továrna na sny má hned několik různých významů. Pokud se chcete ponořit pod fazónu mnohdy falešných úsměvů a vydat se po cestičce dlážděné mnohdy čestnými úmysly, račte otočit list. Možná jste filmovými fanoušky už dlouho. Příliš dlouho, než abyste se u hollywoodských spektaklů či oscarových dramát jen bavili. Chcete vědět, jak fungují zevnitř. Nejen co se týče řemesla, ale i co se týče byznysu. Snažíme před vámi toto zákulisí otevřít z pozice poučených fanoušků a zkušených filmových novinářů s dvacetiletou praxí v oboru.

Nemusíte se bát toho, že po několika stránkách přijdete o svou nevinnost a začnete se na filmy dívat pokřivenou optikou studiového cifršpiona. Naopak si budete oblíbené trháky užívat novým způsobem a zkoumat je z doposud netušených úhlů. Pochopíte totiž, jak moc museli jejich tvůrci bojovat, aby proklíčovali studiovým systémem a dotáhli své „dítě“ až na stříbrné plátno.

Pohled pod pokličku Hollywoodu občas vyděsí, jindy pobaví, nebo dokonce nadchne. Mnohdy ale přináší historky a příběhy zajímavější než to, co nakonec zažili diváci v kinech.

Václav Rybář a Matěj Svoboda



ZROD HOLLYWOODU

Hollywood, jak ho známe dnes, se rodil v bolestech a patentových bitvách. Přežil hospodářské krize i světové války, aby lidem nabídl zábavu, radost a další pozitivní emoce spojené s továrnou na sny.

Továrna. Průmysl. Pásová výroba. To jsou termíny často spojované s americkou komerční kinematografií alias Hollywoodem. Neuvěřitelně efektivní systém, umožňující chrlit velké množství velkolepých filmů, se začal doopravdy rozvíjet až v roce 1908, jen pár let předtím než pásovou výrobu zpopularizoval automobilový génius Henry Ford. Ještě než se však tzv. studiový systém uchytil, muselo dojít ke splnění určitých podmínek. Pojdme si na úvod velmi zjednodušeně zrekapitulovat řetězec událostí, který vedl k rozvoji tzv. klasického Hollywoodu.

Za otce americké kinematografie bývá často považován Thomas Edison, ačkoliv jeho kinetoskop byl spíše kombinací již dříve vynalezených technologií. Edison si však svou kameru (kinetograf) a promítací zařízení (kinetoskop) nechal patentovat a v podstatě tím ovládl domácí trh. Jakmile se objevila konkurence, včetně jeho bývalého spolu-

1 Původní nápis Hollywoodland vznikl v roce 1923. O 26 let později ho město nechalo opravit a zkrátit na aktuálnější Hollywood.

2 V Americe existuje celá řada kin pojmenovaná po Lincolnovi. Není to náhoda, tato kina často hrála primárně pro černošské publikum.

3 Thomas Alva Edison svými patenty na začátku 20. století rozpoutal bouři, z níž vzešel Hollywood tak, jak ho známe dodnes.

4 Když se filmaři přestěhovali z východního na západní pobřeží, Hollywood byl čerstvě součástí Los Angeles a měl nárok na veškeré zázemí s jednou malou výjimkou. V celém okrsku byl přísně zakázán prodej alkoholu.

pracovníka W. K. L. Dicksona, Edison ji okamžitě a často úspěšně zažaloval. Právě on založil první americké filmové studio, když v roce 1892 na svých pozemcích postavil ateliér přezdívaný Black Maria (Černá Máří), v němž natáčel krátké filmy s herci z amerických varieté (vaudevillů).

Kinetoskop byl kinem pro jednoho diváka. Tak jako dnes sledujeme klipy na YouTube na svých telefonech, zírali malou dírkou do tajemné krabice první diváci a sledovali taneční čísla, boxerské zápasy, pózující kulturisty nebo nejrůznější výjevy ze života. Kinetoskopy i s natočenými filmy Edison pronajímal, a přestože šlo o drahou zábavu, lidé se jí nemohli nabažít. Z událostí se stala komodita, kterou lze prodat. A nešlo samozřejmě jen o aktuality či zpravodajství, Edison i ostatní rychle zjistili, že krátké filmy s dějem mají nepoměrně vyšší hodnotu v opakovatelnosti.

W. K. L. Dickson přišel na trh se svou společností Biograph, a protože Edisonův agresivní obchodní styl dobře znal, dával si pozor, aby jeho řešení nezasahovalo do již existujících patentů. Edison ho nemohl ohrozit, ale v roce 1908 se mu podařilo ho přesvědčit, ať vstoupí do jeho Motion Pictures Patent Company – společnosti a komise, která se z rozhodnutí soudu stala jediným orgánem oprávněným k natáčení a projekci filmů na území Spojených států amerických. Ostatní filmaři museli Edisonovi platit výpalné a přijmout mnohá omezení. V opačném případě porušovali



1 Oskáři se začali předávat v roce 1929. O rok později už ceremoniál přenášel rozhlas a v roce 1953 se poprvé vysílal v televizi.

2 Legendární chodník slávy vznikl v roce 1960. Je přes dva kilometry dlouhý a je na něm cca 2700 hvězd. Ročně se po něm projde 10 milionů turistů.

zákon a nedostali se ani k filmovému materiálu, protože jeho výrobce byl taktéž členem komise. Jedinou alternativou bylo dovážet již hotové filmy z Evropy, na ty se Edisonovy patenty nevztahovaly.

Filmový průmysl tehdy sídlil na východním pobřeží, v New Yorku (sídla společností) a v New Jersey (ateliéry), ale patentové bitvy vyhnaly nezávislé producenty do Kalifornie. Dnes se traduje, že to bylo kvůli většímu množství slunečních dnů, levným pozemkům v kopcích nad Los Angeles a různorodým lokacím, vhodným pro tehdy populární westerny, ale jedním z důvodů bylo

také to, že na druhém konci Ameriky byli nezávislí tvůrci daleko od Edisona a jeho zvědů. Soudy v Kalifornii patenty vymáhaly spíš laxe, a když došlo na nejhorší, mohli filmaři i s drahým vybavením utéct za hranice do Mexika, kde na ně byl každý krátký.

Edisonova patentová komise neměla dlouhého trvání. Jeho detektivové nezvládali držet krok s desítkami nadšených filmařů a jejich projektů, které vznikaly doslova přes noc. Eastman Kodak jako dodavatel filmového materiálu začal nabízet své zboží i subjektům mimo Edisonovu sféru vlivu. Podíl nezávislých filmů v kinech tak skokově vzrostl z jedné třetiny na polovinu a kvůli vypuknutí první světové války přišel Edison i o lukrativní odbytí své produkce v Evropě. V roce 1915 definitivně Nejvyšší soud Edisonovu komisi označil za nelegální monopol a s okamžitou platností ji zrušil.

Filmařům se v Kalifornii zalíbilo, ať už z výše uvedených důvodů, nebo díky levné pracovní síle. Vedení produkčních společností často setrvalo v New Yorku, ale filmy se v čím dál tím větší míře točily nad Los Angeles. V průběhu dalších dekád se téměř veškerý filmový průmysl přestěhoval do Kalifornie. Filmaři přišli do Hollywoodu ve chvíli, kdy už měla oblast své jméno a developeři ji stihli zasítovat, zastavět a připojit k Los Angeles. Slavný bílý nápis v kopcích zněl původně Hollywoodland, protože lákal na volné pozemky (land) a nové příležitosti. Až když jméno začalo být spojované výhradně s filmovým průmyslem, nechalo město nápis koncem 40. let opravit a slovíčko „land“ z něj vypustilo.

Překotný růst tzv. niklakových kin a později i majestátních filmových paláců zvýšil v letech 1908–1927 (začátek éry klasického Hollywoodu) poptávku po filmech natolik, že se řada menších hráčů spojovala a vytvořila tzv. Velkou studiovou pětku (Warner Bros., RKO, MGM, Paramount Pictures, 20th Century Fox). K té se přidala i tzv. Malá studiová trojka (Columbia Pictures, United Artists, Universal) a později také produ-

centi béčkových filmů z tzv. Poverty Row a ve třicátých letech studio Walta Disneyho, zaměřené na produkci animovaných filmů. Studia si byla navzájem konkurencí, zároveň ale jejich šéfové dobře věděli, že žádné z nich není samo o sobě schopné uspokojit hlad amerického a později i globálního publika.

Ve zlaté éře Hollywoodu, tj. ve 30. a 40. letech minulého století, produkovala filmová studia až 500 filmů ročně a týden co týden oslovovala domácí publikum o velikosti až 90 milionů diváků. Každé ze studií mělo svůj nezaměnitelný styl, diktovaný trendy, ale také jeho vlastními hereckými a tvůrčími hvězdami. Mluvíme o období tzv. studiového systému, který si pečlivě rozebereme v následující kapitole. S příchodem zvukového filmu se definitivně sjednotilo to, čemu dnes říkáme hollywoodský produkt. Nejde jen o mainstreamovou filmovou produkci, tedy hollywoodské trháky pro nejširší masu diváků, ale také o její technické parametry, zaběhnuté vzorce vyprávění a především standardizovanou – chcete-li pásovou – výrobu, která umožňuje minimalizaci rizik a maximalizaci zisků.

Naše továrna na sny ovšem není o bezduché kompletaci součástek podle předem stanovených plánů, nejde o pouhou replikaci stále stejného výrobku. Hollywoodská studia se neustále honí za novými trendy, snaží se inovovat filmový jazyk, nasát do sebe to nejlepší od konkurence, z nezávislé scény i ze zámoří. Pohltit všechny možné inspirace a přeměnit je v univerzální produkt, na jehož výrobě se podílí stovky až tisíce lidí. Už jen oním mnohokrát násobeným personálním rozměrem se zábavní průmysl od všech ostatních průmyslů liší. Sebelepší plán získává po cestě nepředvídatelné trhliny, protože lidé nejsou stroje. Za každým filmem je bezpočet příběhů, zažehnaných krizí i nečekaných náhod, které určují jeho osud a potažmo i osud jeho tvůrců a samozřejmě producentů.

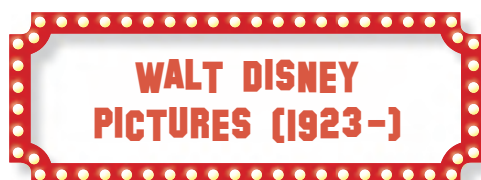
Pozice jednotlivých studií v hollywoodské hierarchii se postupem času mění, některá studia dokonce zanikají nebo jsou pohlcena jinými, pří-

TOVÁRNA NA SNY NENÍ O BEZDUCHÉ KOMPLETACI SOUČÁSTEK PODLE PŘEDEM STANOVENÝCH PLÁNŮ. FILM JE NEVYZPYTATELNÝ ORGANISMUS, JENŽ OD PRVNÍ KLAPKY ŽIJE SVÝM ŽIVOTEM.

padně se jim podaří i několikrát za dekádu změnit majitele. Na následujících stránkách najdete krátké medailonky současných hollywoodských hráčů – velkých jmen, která jsou dnes v područí ještě větších korporátů. Pro takové je vlastnictví rodného stříbra zábavního průmyslu nejen otázkou prestiže, ale také smysluplnou investicí. Tato kniha je plná průšvihů a propadáků. Některé jsou selháním jednotlivce, jiné vedou do horních pater celého systému. Nenechte se však mýlit, Hollywood ustál všechny krize dvacátého i jednadvacátého století a vždy z nich vyšel silnější než kdy předtím. Můžeme to svádět na sílu filmového vyprávění, nutkavou touhu publika snít a unikat za horizont všedních dnů, ale to je jen blyštivé PR symbolizované bělostným nápisem v kopcích nad městem andělů. Základem úspěchu a jeho zdánlivě neotřesitelné trvanlivosti je však již zmíněný studiový systém. Ukovaný ve zlaté éře Hollywoodu, přežívající v různých tvarech a obměnách dodnes. Lze ho zvráceně obdivovat, krátkozrace ztracovat i donekonečna analyzovat, protože část jeho DNA najdeme v každém studiovém filmu. Mezi řádky následujících stran najdete mnohá psaná i nepsaná hollywoodská pravidla a stejně tak se dočtete o tvůrčích, kteří je vědomě i nevědomě porušovali. Fascinující mozaika příběhů ze zákulisí stříbrného plátna zas a znovu dokazuje jediné – film jako dílo, ale i jako produkt, je unikátní a nevyzpytatelný organismus, který si od první klapky žije svým vlastním životem. Až půjdete příště do kina, vězte, že za hitem i propadákem, snímkem dobrým i špatným, malým i velkým, se skrývá fascinující mozaika utkaná ze zkušenosti stovek lidí.



WALT DISNEY
PICTURES



Tržní podíl (2019):
33,5%

Nejcennější značky:

Marvel, Pixar, Star Wars, Ledové království, Disneyho klasické pohádky a animované filmy

Logo:

Animovaná znělka s palácem Šípkové růženky se objevuje až od roku 1985. Od roku 2006 existuje úplně nová, kompletně digitální verze.

Studio vzniklo v roce 1923 ještě jako animátorská dílna a v plnohodnotného hollywoodského hráče se proměnilo až v roce 1937 s uvedením celovečerní *Sněhurky a sedmi trpaslíků*. Obrovský úspěch motivoval Walta Disneyho a jeho bratra Roye k přestěhování do Kalifornie a vybudování dnešního impéria, které zahrnuje filmové studio plné cenných značek nebo zábavní parky, jejichž provoz dalece převyšuje příjmy z produkce filmů a seriálů. Od 50. let minulého století si Disney sám zařizoval distribuci svých filmů skrze společnost Buena Vista a v roce 1957 na zdi kanceláře velkého šéfa visel kompletní korporátní model s mnoha navzájem se proplétajícími strategickými kanály příjmů a výdajů. Je to náskok, kterým se studio řídí dodnes, což dokazuje sílu Disneyho vize. Od konce 40. let se Disney věnoval i produkci hraných snímků. Vzhledem k menšímu počtu produkcí se pohyboval uprostřed pelotonu. Až úspěšnými akvizicemi v posledních dvou dekáдах se Disney vyšvihl na pozici jedničky.



Tržní podíl (2019):
13,9%

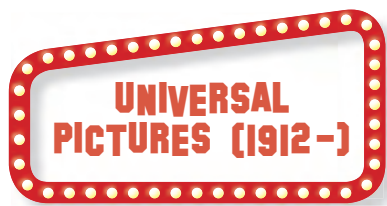
Nejcennější značky:

DC Comics, Harry Potter, Matrix, LEGO filmy, Sherlock Holmes

Logo:

Slavný štít s písmeny W a B se objevuje od roku 1925, stejně jako nezaměnitelná hudební fanfára.

Harry, Albert, Sam a Jack Warnerové byli polští emigranti, kteří se už od úsvitu kinematografie o filmy zajímali a živilo se jejich promítáním. Když vypukla první světová válka, řešili výpadek evropských importů tím, že začali produkovat vlastní filmy a v roce 1923 založili hollywoodské studio. Už o pár let později investovali do nástupu zvuku a vyšvihli se do tzv. Velké pětky, kam patří dodnes. Investovali i do animace, ostatně Bugs Bunny je stále jedním ze symbolů studia, ale od konce padesátých let začalo studio rychle střídat majitele. V 60. letech jej dokonce vlastnili provozovatelé podzemních garáží a krematorií, společnost Kinney, která si k nim přikoupila i komiksové vydavatelství DC Comics. Poté se obojí stěhovalo pod křídla obřího konglomerátu Time Warner, ale ani to není konečná. Jen v posledních pěti letech stříдалo studio a veškeré jeho příslušenství, mezi něž patří i HBO, majitele hned dvakrát.



Tržní podíl (2019):
11,5%

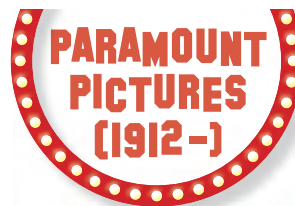
Nejcennější značky:

Rychle a zběsile, Mimoní, Halloween, Jurský park, Jason Bourne

Logo:

Nápis obíhající kolem zeměkoule jako výraz celosvětové (univerzální!) obliby produkovaných snímků.

Carl Laemmle a několik dalších majitelů niklákových kin se po rozpoutání patentových válek rozhodli založit vlastní společnost a produkovat filmy v New Jersey. Laemmle navzdory Edisonovým doporučením uváděl před filmy jména herců, čímž k sobě nalákal řadu tehdejších hvězd, a následně uprchnul do Kalifornie, aby měl od patentových špehů klid. V Hollywoodu vybudoval zdaleka největší ateliéry a už od začátku myslel na turisty a měl v plánu stavět i zábavní parky s různými atrakcemi. Během třicátých let Laemmle ztratil nad studiem kontrolu, přičemž noví majitelé nastartovali hororovou éru, kterou si mnozí dodnes s Universalem spojují. Během následujících dekád vlastnila studio talentová agentura MCA, výrobce japonské elektroniky Matsushita (dnes Panasonic), producent kanadské pálenky Seagram a mnozí další. Momentálně spolu s televizní stanicí NBC patří pod kabelový konglomerát Comcast.



Tržní podíl (2019):
5%

Nejcennější značky:

Mission: Impossible, Star Trek, Transformers, Kmotr, Jack Ryan

Logo:

Majestátní hora s hvězdami na nebi, přímo odkazující na filmové hvězdy, které pro Paramount tehdy točily.

Spolu s Universalem nejstarší hollywoodské studio (ve Francii ale už v letech 1895 a 1896 vznikly Gaumont a Pathé). V roce 1912 s pomocí zisků z niklákových kin Adolph Zukor založil Famous Players Film Company a o rok později se k němu přidal Jesse L. Lasky. Přes několik názvů se ve třicátých letech Zukor propracoval k názvu Paramount Pictures a spoléhal na ty největší hvězdy. Paramount v té době produkoval zdaleka nejvíc filmů, byl skutečně továrnou v tom dobrém i špatném slova smyslu. Studio investovalo i do animáků a vymyslelo postavičku Pepka námořníka. Koncem 40. let bylo největším hollywoodským hráčem, a také primárním cílem rozsudku, který ukončil studiový systém. Paramount se z toho těžko vzpamatovával, ale pod novým vlastníkem, industriálními barony Gulf+Western se mu podařilo rozjet několik úspěšných značek. Od devadesátých let patří studio pod mediální konglomerát Viacom, ale období jeho největší slávy je dávno pryč. Tržním podílem patří spíše k menším hráčům.

COLUMBIA PICTURES



COLUMBIA PICTURES (1918-)

Tržní podíl (2019):
12,1%

Nejcennější značky:
Spider-Man, Jumanji, Krotitelé duchů, Mizerové,
Karate Kid, Muži v černém

Logo:
Columbia je ženskou personifikací celé Ameriky
a drží v ruce pochoděň, protože je inspirována
mj. sochou Svobody.

Své jméno získala Columbia Pictures až po šesti letech, v roce 1918 vznikala jako CBC, podle příjmení tří investorů, bratří Cohnů a jejich nejlepšího přítele Brandta. Harry Cohn zůstal na postu šéfa studia neuvěřitelných 34 let. Studio se prodralo na špičku díky groteskám s Three Stooges, později stoupalo díky filmům Franka Capry a angažmá Caryho Granta. Columbia navíc nevlastnila žádná kina, takže rozsudek z roku 1948 ji nijak nepoškodil, naopak vystřídala v seznamu tehdejší Velké pětky krachující studio RKO. Po smrti Harryho Cohna na konci 50. let se začalo finanční zdraví studia rychle hroutit. Další dvě dekády přežilo díky rozprodeji majetku, ale pak už to dál nešlo. Studio překvapivě koupila Coca-Cola, ale po sérii propadáků jí to investoři vyčítali tak hlasitě, že se ho zbavila a prodala ho Japoncům. Sony vlastní Columbiu už přes třicet let a lidé si kvůli neobratnému PR stále pletou, zda se jedná o produkci Sony, nebo Columbie. Ani my si občas kvůli různým pobočkám a větším japonského konglomerátu nejsme úplně jistí. Columbia navíc byla spolu se CBS a HBO součástí produkční trojky TriStar, ale nakonec v ní zůstala sama, takže TriStar = Columbia = Sony.

20th CENTURY STUDIOS

**20TH CENTURY FOX
(1935-2019)**

Tržní podíl (2018):
9,1%

Nejcennější značky:
Avatar, X-Men, Věřelec, Smrtonosná past, Predátor,
Kingsman, Deadpool

Logo:
Ikonické logo symbolizující zlatou éru Hollywoodu bylo navrženo malířem českého původu Emilem Kosou jr.

Co bylo, už není. V Hollywoodu se občas studia rodí, občas spojují a občas mizí. Když několik odbojných producentů prchalo v třicátých letech z United Artists, aby založili vlastní produkční společnost 20th Century Films, pravděpodobně netušili, že o pár dekad později se United Artists spojí s MGM, které však postupem času vypadne z Velké pětky a stane se tzv. malým studiem. 20th Century se naopak spojí s Fox Film Company a 20th Century Fox se stane jedním z nejúspěšnějších hollywoodských studií vůbec. A co pak? Pak přijde konkurenční studio a pokusí se vás za obscénní částku koupit a vymazat z historie. Přesně to se stalo na sklonku roku 2017, kdy Disney za cca 71 miliard 20th Century Fox odkoupil. O studio měl zájem i konkurenční Comcast (ten už vlastní Universal), ale nakonec to byl právě Disney, kdo mohl slavit. Studio funguje dál pod názvem 20th Century Studios, ale jeho nový majitel už ho stihl zeštíhlit a vyzobal si z něj lukrativní značky pro svou vlastní potřebu. Není to nic osobního, je to prostě byznys.

HOLLYWOOD VČERA A DNES

Abyste se v bláznivém světě Hollywoodu snadno zorientovali pokaždé, když se vám v jednotlivých textech začnou vršit jména studií a producentů, připravili jsme pro vás malou infografiku.

Mějte však na paměti, že už zítra může být neaktuální. Původně Velká šestka se v roce 2017 pohlcením 20th Century Fox proměnila ve Velkou pětku, čímž vlastně kopíruje stav z tzv. zlaté éry, kdy taktéž v kopcích nad Los Angeles operovalo pět velkých studií (majors) a tři malá (mini-majors). Od těch dob se mnoho změnilo a zemětřesení

v šoubyznysu rozhodně není konec. Jen v několika měsících přípravy této knihy změnilo vlastníka studio Warner Bros. a nového majitele má čerstvě také MGM. Příští týden, měsíc nebo rok to zas může být úplně jinak. Kdo chvíli stál, stojí opodál. V Hollywoodu se totiž rychlým tempem točí nejen filmy, ale hlavně peníze.

ZLATÁ ÉRA 1941



WARNER BROS.

Metro-Goldwyn-Mayer



SOUČASNOST 2021



WALT DISNEY
PICTURES



A VIACOM COMPANY



COLUMBIA
PICTURES

LIONSGATE

STX
ENTERTAINMENT



STUDIOVÝ SYSTÉM

ALIAS PÁSOVÁ VÝROBA V TOVÁRNĚ NA SNY

Filmový průmysl. Křehké spojení dvou nesourodých termínů, umění a komerce, nebo chcete-li vize a výdělku, provází Hollywood už od úplného počátku. Pojdme si ve zkratce odvyprávět historii produkčních třenic, díky níž je v naší knize tolik třaskavých zákulisních příběhů.

Propadněte se s námi hned na úvod o sto let zpátky, do dvacátých let minulého století. Zvukový film je ještě v nedohlednu, ale při návštěvě obrovského studiového areálu Universal City byste měli pocit, že přesně takhle má vypadat ona zlatá éra Hollywoodu. Ateliéry o velikosti fotbalového hřiště, kompletně elektrifikované a osazené výkonnými světly, bohaté zázemí různých obchodů a hotelů. Našli byste tu vlastní policejní služebny, kancelářské budovy či domy, v nichž se vyvolává filmový materiál, střihají filmy nebo šijí kostýmy. Nechybí dokonce zoologická zahrada, a to jak pro koně, tak pro exotická zvířata. Neuvěřitelné měřítko plně vyjadřující tehdejší rozmach filmového průmyslu. Universal zaměstnával na plný úvazek tisíce zaměstnanců, kteří dennodenně chodili do práce a přispívali svou troškou do mlýna výroby filmů. Díky industriálnímu systému dělby práce a plnému využití všech profesí mohl Hollywood v tomto období filmy doslova chrlit.

Tuto na první pohled romantickou iluzi továrny na sny dnes marně hledají turisté v kopcích nad Los Angeles. Poblíž slavného nápisu Hollywood přece leží ona slavná studia, v nichž vznikají všechny ty slavné filmy, nebo ne? Za oněch sto let se ovšem ve filmovém průmyslu mnohé změnilo. Samotné studio je dnes častěji investorem, který zajišťuje vývoj, financování, marketing a již zmíněnou distribuci. Produkci, nebo chcete-li výrobu filmu obstarávají

tzv. na klíč zpravidla nezávislé produkční firmy. Při návštěvě filmových studií v Los Angeles nebo bezprostředním okolí zjistíte, že už jde spíše o lunaparky a muzea, v nichž se tu a tam natáčí nějaký ten televizní seriál, ale celkově se jedná primárně o turistickou atrakci. Na srovnání zlaté a současné hollywoodské éry si ale ukážeme, že jakkoliv se v mnohém liší, systém natáčení filmů nakonec stále čerpá ze základů položených právě ve dvacátých a třicátých letech minulého století.

Jako učebnicový příklad si můžeme vzít vzestup studia Warner Bros. Začínalo jako jeden z menších hollywoodských hráčů, ale moudře vsadilo na nástup zvukového filmu a bohatě na tom vydělalo. Úspěch jeho prvních zvukových filmů umožnil studiu nákup velké sítě kin a konkurenčního studia First National, díky čemuž Warner Bros. získal velké pozemky a ateliéry. Studio tak velmi rychle dosáhlo plné vertikální integrace, což znamená, že bylo vlastníkem kompletního dodavatelského řetězce: vyprodukované filmy si samo distribuovalo do vlastních kin, jejichž tržby šly přímo do kapsy studia.

Vertikální integraci už dříve měla i další hollywoodská studia. Pokud vnímáme Hollywood jako továrnu na sny, šéfové studií byli pomyslní továrníci. Na konci dvacátých let došlo s příchodem zvuku k definitivnímu ustanovení a nástupu tzv. studiového systému. Tato éra se také často označuje jako

Sunset Boulevard (1950) je noirovou vzpomínkou na konec éry němých filmů. Brilantně natočený a hvězdně obsazený příběh o Hollywoodu je dodnes považován za jeden z nejdůležitějších filmů vůbec.



tzv. zlatá, minimálně z pohledu majitelů filmových studií, protože ačkoliv svou velikostí patřil filmový průmysl až do druhé desítky, co do zisků byl hned na druhém místě. Příchod zvukového filmu však vyžadoval značné investice nejen do filmové techniky, ale především do modernizace kinosálů. A to právě ve chvíli, kdy v říjnu roku 1929 do hry vstoupila Velká hospodářská krize. Ta drtivou silou dopadla i na Hollywood a na začátku třicátých let byla hned tři velká studia na pokraji bankrotu.

Nově zvolený prezident Franklin D. Roosevelt naštěstí přispěchal se zákonem o obnově průmyslu, který Hollywoodu umožnil postavit se zpátky na nohy. Filmový byznys se stal vzorem obnovy pro všechny ostatní obory a lidé v těžkých časech eskapismus hollywoodských filmů vítali s otevřenou náručí. Studia využila státem nařízené kodifikace dočasněho monopolu k tomu, aby zatlačila na nezávislé provozovatele kin a doslova jim vnutila své filmy. Nezávislí kinaři byli povinni nasazovat do svých sálů produkci studií, aniž by filmy předem viděli (blind booking – nákup naslepo), museli přijímat balíčky očekávaných i neznámých produkcí (block booking – navěšování nebo balíčkování filmových bloků, atraktivní tituly se navěšovaly na ty méně zajímavé). Navíc filmy premiérově běžely v kinech vlastněných studií a k nezávislým provozovatelům se dostávaly s velkým zpožděním. Už po dvou letech se ukázalo, že zákon má řadu nedostatků a lze ho snadno zneužít, ale to už byl Hollywood zpátky na koni a studia

Během Velké hospodářské krize studio MGM sázelo na slavné hvězdy a předlohy. Viz adaptace úspěšné divadelní hry Maitressa guvernérova z roku 1931.



Florence Lawrence alias Dívka z Biographu byla dost možná první velkou filmovou hvězdou. V prvních filmech se herci neuváděli, veřejnost se její jméno dozvěděla, až když přestoupila od Biographu ke konkurenci, která jí nabídla právě slávu pod jejím vlastním jménem.

byla silnější než kdy jindy. Tzv. studiový systém byl v plném zápřahu, diváci se vrátili do kin a z rozhodnutí Nejvyššího soudu si nikdo nic nedělal. Trvalo dalších třináct let, než stejný soud vyděračské praktiky Hollywoodu zatrhnul a donutil studia odprodat lukrativní podíly v sítích kin.

Až do roku 1948 však tzv. Velká studiová pětka (20th Century Fox, Warner Bros., Paramount, MGM a RKO) skutečně zažívala zlatou éru, protože do svých kin týden co týden distribuovala další a další filmy, na které chodily desítky milionů diváků. Herecké hvězdy, režisérští vizionáři a geniální scenáristé, ti všichni byli zaměstnanci studia s exkluzivními smlouvami. Šéfové studií a jejich exekutivci byli architekty nadcházejících filmů a měli nad nimi absolutní moc – střídali scenáristy, měnili režiséry, usměrňovali vzpurné hvězdy. V tomto období mělo každé studio svůj nezaměnitelný styl, který byl definován jeho zaměstnanci. Ti nemohli volně přebíhat od jednoho studia ke druhému (pokud takovou výměnu, většinou vzájemně výhodnou, neiniciovalo samo studio) a úspěch jejich filmů jim nezaručoval vyšší honoráře nebo tvůrčí svobodu. Kdo se proti nastoleným podmínkám bouřil, toho čekal trest, protože i soudy byly v drtivé většině případů na straně studia a jeho neprůstřelných kontraktů.

Hollywood koncem čtyřicátých let kontroloval 95 % trhu, co se týká vyprodukovaných filmů, a studia přímo vlastnila 17 % zpravidla premiérových kinosálů zodpovědných za skoro polovinu veškerých tržeb. V Americe tehdy bylo víc kin než bank (zhruba 15 tisíc) a každý týden do nich chodilo až 90 milionů Američanů.

Vskutku zlatá éra, kterou v roce 1948 rázně utnul antitrustový rozsudek Nejvyššího soudu, který chování hollywoodských studií označil za oligopol a nařídil jim rozprodat kina a odstoupit od kontroverzních praktik. To vedlo k obrovskému zemětřesení, které spolu s nástupem televize způsobilo v Hollywoodu mnoho změn. Studia rozprodala kina, ale často také katalogy již natočených filmů (už totiž nikomu nemohla nutit, aby je promítal stá-



le znovu a znovu). Poválečná padesátá léta přinesla kromě televize i řadu jiných způsobů trávení volného času, a tak se návštěvnost kin i množství produkováných filmů propadly. Studia své ateliéry postupně pronajímala televizním stanicím, vyráběla pro ně seriály, nebo do nich rovnou finančně vstupovala. V padesátých letech už nebylo možné udržet herecké hvězdy v exkluzivních smlouvách a studiový systém definitivně zamával bílou vlajkou. Herci se stali hvězdami na volné noze, reprezentovanými svými agenty nebo talentovými společnostmi. Některá studia v hubených šedesátých letech čelila krizi propuštěním stálých zaměstnanců a prodejem vybavení. Budoucnost byla v krátkodobých kontraktech a pronájmech. Ze studií se tak v sedmdesátých letech postupně stávají distribuční společnosti, kterým producenti, agenti, ale také režisérské a herecké hvězdy nabízejí hity na klíč. Nástup tzv. high concept blockbusterů jako *Čelisti*, *Hvězdné války* nebo *Pomáda* předznamenal zásadní důležitost marketingu, merchandisingu a také sázek na jistotu, které byly oporou celé roční nabídky filmů. Pro tyto zaručené trháky se vžil termín tentpole – podle tyčí, které drží pohromadě stan.

Je velkou ironií, že zhruba ve stejné době se v americké filmové kritice objevila teorie auteurismu,



1 Marlonu Brandovi se díky Kmotrovi povedl královský comeback. V době natáčení začínal v Hollywoodu svou třetí dekádu.

2 Digitální Optimus Prime z Transformers je ideální herecká hvězda. Nestárne, neodmlouvá a nežádá vyšší honorář. A ještě zvládne prodat miliony hraček.

3 Ve Spider-Manovi se obličej pod maskou mění skoro stejně rychle jako v Batmanovi. Během dvou dekad a sedmi filmů se vystřídali tři herci.

4 Arnold a Terminátor. Ikonická role napříč šesti filmy. Ten druhý z roku 1991 držel titul nejdražší produkce a nejvyššího hereckého honoráře své doby.



kteřá byla na jedné straně retrospektivně aplikovatelná na klasický Hollywood, ale na druhé straně reprezentovala jeho změnu v tzv. Nový Hollywood, zastoupený několika výraznými tvůrci (Scorsese, Coppola, Peckinpah, De Palma a další). Právě tehdy se zrodilo ono klišé „my vs. oni“, nekonečný soubor vizionářských režisérů s hamižnými producenty. Příběhy z naší knihy vám však potvrdí, že nic není černobílé. Právě hollywoodský systém je oním ochráncem standardizovaných procesů. Zajišťuje pyramidální dělbu práce, v níž zodpovědnost za výsledek neleží jen na bedrech režiséra, ale mnohem spíše na šéfech jednotlivých oddělení (kamera, výprava, kostýmy, casting atd.). Film je společným dílem stovek lidí, mozaikou mnohdy nezávislých procesů, z níž se ve střížně a postprodukcí rodí finální produkt. Nezapomínejme, že mnozí významní režiséři jsou také producenty. Právě oni

mnohdy vyrábějí onen film na klíč pro dané studio, oni mají prsty v kreativních rozhodnutích. Opozice režisér–producent je dávno passé, ta nejdůležitější jména moderního Hollywoodu sedí na obou židlích. Jedině tak mohou mít alespoň iluzi kontroly nad výsledkem. I ta se totiž při dlouholeté výrobě dvousetmilionových blockbusterů vytrácí. I přes sebelepší plánování často při spolupráci stovek lidí působí faktory, které nelze jednoznačně identifikovat. Možná i proto lze stále věřit na tzv. filmovou magii.

HLAVOUNI, PRODUCENTI A AGENTI: HIERARCHIE HOLLYWOODSKÉHO SNU

Scénář má v Los Angeles v kapse úplně každý... číšníci, plavčíci, masérky, uklízečky, taxikáři, prostě všichni. Jak se dostat od roznášení drinků k vile na kopci s výhledem?

Los Angeles je plné turistů a snů. Ti první sem přijíždějí okukovat Hollywood, ti druzí ho chtějí zažít. A jsou ochotni tomu obětovat vše. Herci a herečky bydlí v pěti v rozpadající se garsonce, přijímající podřadná zaměstnání a čekající na svou šanci. Barmani v klubech číhající na někoho, kdo řekne, že je producent, nebo alespoň nějakého zná, aby mu podstrčili hit, na němž pracují už dlouhá léta a utratili kvůli němu tisíce dolarů na nejrůznějších kurzech plných koučů a script doktorů. A přitom by si stačilo přečíst následující řádky. Než si koupíte letenku do města andělů, musíte bezpodmínečně pochopit, jak Hollywood funguje.

Úplně nahoře jsou velká hollywoodská studia, jejich šéfové a tzv. exekutivci, co rozhodují o tom, do čeho se bude investovat přednostně. Studio spolupracuje s produkčními firmami nebo domy, které mají často kanceláře přímo na jeho pozemcích. To jsou všichni ti Jerry Bruckheimerové, Joelové Silverové apod., protože ego je v Hollywoodu osvědčenou komoditou a každý chce mít své jméno v názvu firmy.

Každá produkční firma má svou hierarchii. Úplně vespod jsou stážisté, co často zadarmo odvádějí tu nejpodřadnější práci. Venčí psy, vyzvedávají poštu, nosí kafe a čtou scénáře. Nikoliv ty opravdu důležité scénáře, ale právě ty stohy „zaručených hitů“, které zaměstnancům na vyšších pozicích někdo podstrčí. Hollywood má od devadesátých let pravidlo, že nevyžádané scénáře vůbec nepřijímá, aby je nějaký zhrzený tvůrce později nezažaloval, že se jeho nápad

náhodou objevil v některém z blockbusterů. Scénáře v terénu se proto přijímají ze slušnosti a stážisté je čtou, aby nelelkovali. Nad stážisty jsou asistenti producentů. K těm už se dostává zajímavější materiál a hlavně mají kontakty na asistenty agentů, asistenty známých scenáristů a asistenty jiných producentů. Mezi asistenty existuje dobře fungující síť a jakýsi kód, protože na ně se zpravidla sesype většina průšvihů a musejí si z nich pomoci, často navzájem. Tady si schopní lidé budují síť kontaktů, která je pak dostane na vyšší posty.

1 Jerry Bruckheimer byl úspěšným producentem akčních filmů, ale pak našel pirátské zlato. Díky Pirátům z Karibiku zbohatl on i herecká hvězda Johnny Depp.

2 Steven Spielberg už na začátku kariéry pochopil, jak Hollywood funguje. Z úspěšného režiséra se rychle stal vlivný producent, a tím pádem i absolutní autorita na place.

3 Blockbusterová kariéra Toma Cruise drží pohromadě nejen díky ochotě vyvádět před kamerou šiléné kousky, ale také díky zodpovědnosti, kterou má z pozice hlavního producenta.



Nad asistenty jsou tzv. creative executives. Producenti, kteří mají za úkol opoznávat důležité scénáře, dostat je ke známým hercům a možná zkusit zlákat i nějakého toho režiséra. Jinými slovy vyrábějí tzv. balíček, s nímž pak jde jejich šéf, ředitel celé produkce, nebo často i šéf jejich šéfa – majitel firmy – za studiem a snaží se na něj získat peníze. To už je skutečně poslední fáze, ale před ní musí producent zajít na mnoho večerů a večírků, aby udržoval dobré vztahy s agenty. Kdo nemá v Hollywoodu agenta, jako by nebyl, protože se za jeho scénář nikdo nepere, nedozví se o zajímavých projektech, které by mohl režisovat, nebo ho nikdo nepozve na důležitý casting. Agenti s velkými klienty se pak sdružují ve velkých agenturách, protože jen tak získají na producenty dostatečnou páku při vyjednávání o honorářích a dalších podmínkách. Když herec není s výběrem rolí spokojený, může přeběhnout ke konkurenční agentuře, a tak se všichni navzájem drží v šachu.

O některé velké projekty (třeba knižní adaptace) se samozřejmě studia perou v aukcích, kdy se cena šponuje neuvěřitelně vysoko. Aby tomu velcí hráči zamezili, často si produkční firmu zavážou ve

smlouvě tím, že jim musí přednostně projekt nabídnout (tzv. first look deal) a teprve po odmítnutí ho může nabízet i jinde.

Producent jde za studiem ve chvíli, kdy má v kapse námět (nebo opci na zajímavou předlohu), ideálně i zájem některého ze známějších herců a příslib kompatibilního režiséra. Představí exekutivcům ze studia projekt (tzv. pitch) včetně rozpočtu, odhadu cílového publika a tržeb, zkrátka udělá důkladnou prezentaci. Studio buď projekt odmítne, nebo na něj uvolní peníze, čímž projekt postoupí do tzv. vývoje, kde může strávit pár let, ale klidně i pár dekad (tzv. Development Hell). Pokud se však jedná o lákavý námět, pověde se první verze scénáře a režisér i hlavní hvězda mají o projekt stále zájem, je zahájena preprodukce (tzv. Greenlight). Studio uvolní na film prostředky a začínají se utrácet peníze, obsazovat herci, najímat zbytek štábu a plánovat všechny další věci. V téhle fázi se také často režisér začíná přetahovat o kormidlo s producentem, protože jeden je věrný umělecké vizi a druhý zas studiu a účetním knihám. Jak to občas dopadá, si můžete přečíst v příbězích jednotlivých filmů. A že je jich v téhle knize dost a dost.



JEDNOTLIVÉ FÁZE PRODUKCE

Od první myšlenky až po poslední prodaný lístek. Diváci se o filmu často dozvídají jen několik týdnů před premiérou, ale v Hollywoodu se na něm pracuje mnoho let.

Dostat vlastní myšlenku k tomu správnému uchu, je v Hollywoodu nesmírně těžké. Ti nejvlivnější hráči na trhu mají hradbu poradců, asistentů a jejich asistentů. Jenže i v případě, že máte konexe, ještě zdaleka není vyhráno. Studio a jeho exekutivci se každoročně několikrát scházejí na brainstormingu, kde se rozdávají rozkazy. Co je zrovna v módě, kolik pokračování a remaků je potřeba natočit, kolik miliard vydělat. Je mnohem pravděpodobnější, že vám váš drahocenný kontakt zavolá a zaúkoluje vás, abyste napsal komedii na míru pro Marka Wahlberga nebo zkusil zadaptovat nejnovější young adult bestseller o zaláskovaných upírech. Drtivá většina filmových námětů je vyžádána podobným způsobem, takže jen hrstka z nejnavštěvovanějších filmů ročně vznikne na základě skutečně původního nápadu scenáristy, který zázrakem přežil nástrahy vývoje a dostal zelenou.

Tímto momentem se rozbíhají přípravy na natáčení a skládá se štáb, který v důsledku zahrnuje stovky až tisíce lidí. Vše je dokonale automatizováno v rámci pyramidálního systému generování práce. Producent s režisérem najmou šéfy jednot-

livých oddělení a ti pak autonomně shánějí dohromady své týmy, případně zajišťují nábor lidí v lokacích, kde se bude natáčet. Jde o dělbu práce prověřenou dekadami praxe, která umožňuje komplexnímu dílu vzniknout v rekordním čase.

Produkce alias samotné natáčení trvá většinou zhruba dva až tři měsíce a je vlastně nejkratší životní fází projektu, protože ve vývoji (preprodukci) je film tři až pět let, ale může tam ustrnout klidně na dekádu nebo dvě.

Postprodukce trvá maximálně rok i v případě trikově náročných blockbusterů, ale pokud se producenti rozhodnou po testovacích projekcích spravit film dotáčkami, výměnou režiséra nebo odsunou již hotový produkt z obav o nízký zájem diváků, může se tato finální část výroby protáhnout klidně na několik let. To už je většinou dost viditelný problém, protože v tu chvíli naplno jede marketingová kampaň. Pokud v době preprodukce a produkce o snímku věděli jen fandové sledující filmové weby, teď už ho vnímá i široká veřejnost prostřednictvím upoutávek a plakátů.

Těsně před samotnou distribucí se tak studio musí v případě narůstajících potíží rozhodnout, zda film pustí do kin a bude riskovat ostudu, nebo odloží premiéru a pokusí se ho dál upravovat. Třetí a v poslední době stále populárnější možností je prodat průšvihové projekty konkurenci a umožnit tak část nákladů, případně vyhnout se kinům úplně a vypustit film na své online platformě.

**STUDIO A JEHO EXEKUTIVCI
SE KAŽDOROČNĚ SCHÁZEJÍ
NA BRAINSTORMINGU, KDE
SE ŘEŠÍ, KOLIK SEQUELŮ
JE TŘEBA NATOČIT A KOLIK
MILIARD VYDĚLAT.**



1. NÁMĚT



2. VÝVOJ



3. PENÍZE



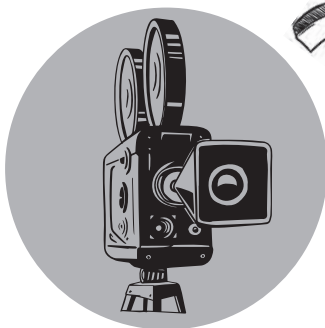
4. SCÉNĚŘ



5. CASTING



6. LOGISTIKA



7. NATÁČENÍ



8. STŘÍH



9. POSTSYNCHRONY



10. DOKONČOVACÍ PRÁCE



11. PROPAGACE



12. PREMIÉRA

SPIDER-MAN

Dost pravděpodobně nejúspěšnější komiksová sólo značka, která odstartovala vlnu moderních adaptací, byla celých patnáct let uvězněná v pavučině právních sporů.

PŮVODNÍ NÁZEV: SPIDER-MAN

ROK VÝROBY: 2002

REŽIE: SAM RAIMI

HRAJÍ: TOBEY MAGUIRE, KIRSTEN DUNST,
WILLEM DAFOE, JAMES FRANCO,
ROSEMARY HARRIS

PRODUKCE: COLUMBIA PICTURES

ROZPOČET: 139 MILIONŮ DOLARŮ

TRŽBY: 825 MILIONŮ DOLARŮ

V tomhle textu na to půjdeme trochu jinak. Samotné natáčení *Spider-Mana* a jeho fenomenální úspěch je totiž jen střípkem celého putování Spider-Mana na stříbrné plátno. Nejslavnější hrdina Marvelu totiž na dlouhá léta skončil v očistci, kterému se v Hollywoodu říká Development Hell. Přípravná fáze, která se běžně odehraje během dvou tří let, se tady protáhla na patnáct. A byla to hodně divoká léta. Vše začalo v roce 1985 a je úsměvné, že práva na Spider-Mana Stan Lee prodal zrovna notorickým běčkářům z Cannon Films za 250 tisíc dolarů. Směšná částka, ale on v tom Marvel tehdy neuměl moc chodit a navíc si Lee říkal, že když má Cannon i Supermana, tak snad ví, co dělá. To ještě netušil, že čtvrtým dobrodružstvím pohrbí producenti Globus a Golan nejen slavného Kryptoňana, ale na pár let i filmový komiks jako takový. Golan si přitom po zběžném prolistování několika komiksů myslel, že Spidey je ninja, což se mu do nabídky Cannonu hodilo. *Ninja přichází, Americký ninja* a teď *Pavoučí ninja*? Ideální! Hlavní roli měl podle první verze dostat

Michael Dudikoff, ale pak Golan zjistil, že Peter Parker ninja není a jeho komiksy se velmi dobře prodávají. Nechal tedy své dvorní scenáristy načrtnout scénáře, které se zásadně lišily od tónu komiksu. Pryč byl středoškolák Parker a radost z toho být nahláškovaným Spideym. Všechny scénáře do konce osmdesátek byly totiž spíš tělesné horory (snímek měl natáčet režisér *Texaského masakru motorovou pilou* Tobe Hooper). Ne že by tedy hlavnímu hrdinovi narostly pavoučí nohy – i taková verze mimochodem existuje jak v komiksu, tak v jednom z nezrealizovaných scénářů –, ale jeho protivník Doc Ock měl být hodně organický a děsivý. Vzpomeňte si na tehdejší *Mouchu* od Cronenberga, která slavila úspěch v roce 1986. I tady se chtěl Cannon inspirovat. Hooperovi nakonec projekt sebral Joseph

Zito, kterého

Spider-Man zajímal a měl u studia silnější pozici. Prosa-

dil do hlavní role mladého kaskadéra Scotta Levu, který měl i gymnastickou průpravu. Rozpočet měl být cca 15 až 20 milionů dolarů. Stan Lee ze scénářů nadšený nebyl, v ničem nepřipomínaly lehkonožou předlohu, ale chtěl mermomocí prorazit v Hollywoodu, a tak doufal, že to nějak dopadne.

Cannon naštěstí přišel o peníze během natáčení *Vládců vesmíru* a katastrofální čtvrtý *Superman* byl taky velká prohra. Spideyho měl ještě do poslední chvíle, než Cannon definitivně zkrachoval, s minimálním rozpočtem a ambicemi točit Albert Pyun (původních dvacet milionů se seškrtalo na 1,5 mi-

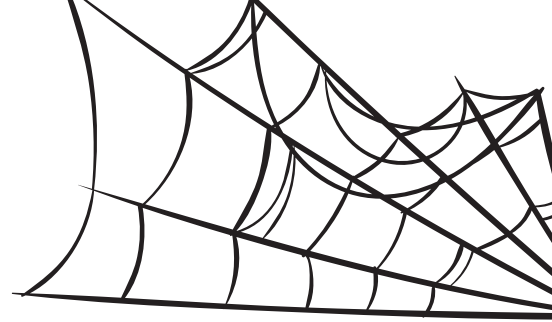




lionu dolarů!), protože Zito prohlásil, že za tyhle peníze dobrý film natočit nejde, kdežto Pyun už několikrát v kariéře dokázal, že zvládne natočit téměř cokoliv téměř zadarmo – a výsledky tomu většinou odpovídaly. Scott Leva měl absolvovat jako hubeňour první půlku natáčení a pak nabrat svaly do kostýmu během přestávky, kdy měl Pyun pro Cannon natočit druhé *Vládce vesmíru* s využitím kostýmů a kulis z jedničky. Jedině tak šlo sehnat i tu trochu peněz, s vyhlídkou na lepší časy, protože bez nich by se akce ve zmíněné druhé půlce natáčení ufinancovat nedala. Studio mezitím zkrachovalo, ale Golan si do své kdysi založené společnosti 21st Century Film odnesl místo odstupného stále aktivní licence na několik nerealizovaných filmů včetně *Spider-Mana*. Bůhvíproč mu Stan Lee prodloužil opci na marvelovského superhrdinu do roku 1992. Možná ještě jednou uvěřil, že pod hlavičkou nové firmy sežene bohaté investory a natočí opravdový blockbuster.

Režirovat měl Stephen Herek, režisér prvních *Critters* a *Billa a Teda*. Scénář byl přesto stále stejný jako v roce 1985, jen s minimálními změnami. Golan ho nabídl Columbia Pictures a práva na video prodal Viacomu, aby získal peníze na natáčení. Studia kývla, ale okamžitě si vyžádala přepsání celého scénáře. Stephen Herek mezitím utekl za jiným projektem a Stan Lee projevil iniciativu, když se sešel s Jamesem Cameronem. Nabídl mu X-Meny, ale pak přišla řeč na Spider-Mana a Cameron se o projekt velmi rychle začal zajímat. Nabídl, že napíše svůj vlastní nástřel děje, než se vrhne na svůj další projekt. A když to klapne, tak si film rád natočí. Během příprav *Pravdivých lží* pak sepsal šedesátistránkovou zápletku.

**STUDIO CANNON GROUP
V 80. LETECH PROSLULO SÉRIÍ
FILMŮ O NINJÍCH. PŘÁVA NA
SPIDER-MANA KOUPILO ZA
250 TISÍC, PROTOŽE SI MYSLELO,
ŽE PETER PARKER JE TAKY NINJA.**



Byla to opět temnější verze, než jakou známe z komiksů, Peter měl po kousnutí vize pavoučího světa, probudil se nahý na střeše mrakodrapu, občas měl predátorské myšlenky a miloval noc a vyhledával její náruč. Až Sam Raimi dokázal do scénáře a nakonec i do filmu dostat radost z toho být Spider-Manem... všechny předchozí scénáře toho na Parkera naložily příliš, brousily do vod hororu a šlo v nich hlavně o dramatický přerod. Osmdesátkové scénáře také zastihly Petera až na vysoké, což byl rozdíl oproti přece jenom bezstarostnější střední. Cameron se raimiovským směrem vydal napůl, ale rozhodně představil nosnou alternativu k filmovému *Supermanovi* a *Batmanovi*.

Carolco by mu snad i sehnalo peníze a film mohl konečně vzniknout a mít premiéru v létě 1996 nebo 1997. Jenže Cameron ze seznamu tvůrců sobecky vyškrtnul Golana, který obratem všechny zúčastněné strany zažaloval. Golanova 21st Century Film, Carolco a vlastně i Marvel mezitím zkrachovaly a právníci hrabající se v sutinách jejich účetnictví zjistili, že Spidey je propletený hned mezi několika subjekty. Trvalo několik let, než se vše právně vyřešilo. MGM totiž odkoupilo od krachující 21st Century Film kompletní katalog filmů včetně nerealizovaných projektů a obratem zažalovalo Marvel a Columbiu za porušení předchozích úmluv. Marvel se v roce 1998 pod novým vedením vzpamatoval, zažaloval MGM o licenci na svého superhrdinu, která platila jen do května roku 1996 a soudní při vyhrál. O rok později, v roce 1999, licenci Spider-Mana Columbiu, což MGM namíchne, a protože další spory vyřešené nejsou, rozhodne se MGM pokračovat v přípravách vlastního Spideyho.

Columbia zároveň kvůli komplikované filmové historii vlastní práva na některé elementy z bondovek a chce si natočit vlastní, oficiálně neoficiální