

MATERIAL GIRL

2005.



MATERIAL GIRL

2005. december 15.

Alig két hónappal azután, hogy férje, Guy Ritchie legújabb filmje, a Revolver megbukott, Madonna új albummal tér vissza a zenei küzdőtérre. A WAN2 most elidőz a művésznő karrierjének néhány állomásán. Filmek, reklámok, mesekönyv, lemezbiznisz, kabbala és charity; fejezetek a Material Girl életéből.

Guy Ritchie: tündöklés és bukás

A 90-es évek végén Guy Ritchie és társa, Matthew Vaughan Quentin Tarantino után a filmgyártás legizgalmasabb felfedezettjeinek tűntek. Első, A ravasz, az agy és két füstölgő puskacső című filmjüket 10 brit disztribútor utasította vissza azelőtt, hogy Tom Cruise figyelmét felkeltette a mindössze 960 ezer fontból készült film, amely minden idők harmadik legnagyobb brit kasszasikere lett. Blöff című második mozijuk hasonló fogadtatásban részesült, ám harmadik közös projektjük, a Hullámhegy után Vaughan és Ritchie útjai elváltak. Azóta Vaughan megrendezte a Layer Cake című filmet, Ritchie pedig a Revolvert, amely Madonna szerint „férje eddigi legjobb filmje.” Bár az énekesnő mindenhova elkísérte Ritchie-t filmjeinek bemutatóira, ez nem menthette meg a mozit a rossz kritikáktól. Madonna kabbala filozófiája rányomta bélyegét a Revolverre, és a hírek szerint a Sony Films már akkor visszavonta támogatását, amikor Ritchie nem volt hajlandó kivágni a vallásos utalásokat a történetből. Madonnának évekbe tellett, míg elfogadtatta misztikus zsidó hitet férjével, Guy most mégis a szektát hibáztatja elrontott gengszterfilmje miatt. Sokáig úgy tűnt, hogy Madonna szintén feltűnik majd Revolverben, de tanulva a Hullámhegy tanúságaiból, férje mégsem osztott rá szerepet. Madonna és Guy Ritchie legizgalmasabb és legjövedelmezőbb közös munkája egy, a BMW számára készült 2001-es 10 perces reklámfilm volt. Az egynapos munkáért Guy Ritchie 280 ezer dollárt, Madonna 2,8 milliót kapott, plusz választhatott magának egy autót a cég

modelljei közül.

Reklámok

Madonna az utóbbi hónapokban toronymagasan vezette a Google keresések listáját, de rendíthetetlen népszerűségét még jobban mutatja az, hogy nevével a mai napig bármit el lehet adni. Madonna híres „reklámfogásai” közt szerepel egy olyan Pepsi-reklám, amit sosem mutattak be, de amiért 5 millió dollárt kapott, és egy olyan Mitsubishi-kampány, amiért 11 milliót fizettek neki, bár csak Japánban ment. A Max Factor 1999-ben 6,5 millió dollárért használta az arcát, a Gap 2003-ban 10 millióért. 2001-ben a Microsoft 15 millió dollárért jutott a Ray Of Lighthoz, mely a Microsoft Windows XP reklámkampányában volt hallható. Idén Madonna szerződést kötött a Motorolával az iPoddal felszerelt készülékeinek reklámozására. Balesete után a Motorola annyira megijedt, hogy az énekesnő visszalép a reklámtól, hogy gázsiját 8 millió dollárra megemelte fel. Donatella Versace régóta barátnője, de ez nem akadályozta meg abban, hogy 10,5 milliót kérjen a divatház idei tavaszi/nyári kollekciójának reklámozására, amiért pluszban két évig még ingyen juthat a márka ruháihoz.

Angol rózsák – a tanmese

Madonna első, 2003-ban megjelent mesekönyve, a The English Roses első helyen debütált a New York Times bestsellereinek listáján, és 18 hétig tartotta pozícióját. A 110 országban megjelent, 40 nyelvre lefordított könyvet még ugyanabban az évben két másik (Mr. Peabody's Apples és a Yakov and the Seven Thieves) követte, amelyek több mint 1,5 millió példányban keltek el világszerte. A kabbala égisze alatt íródott első mesekönyvszéria következő darabjai, a The Adventures of Abdi és a Lotsa de Casha már kevésbé voltak sikeresek. Az Angol rózsák mozifilm változata 2006-ban kerül a mozikba. Bár Madonna a könyvekből származó bevételének teljes összegét a Spirituality for Kids Foundation számlájára utaltatja át, tavaly English Rose néven egy gyerekmárkával is megjelent a piacon. A könyv karaktereire és motívumaira támaszkodó The English Roses kollekció 2004 őszén kislányok számára készült ruhákkal, bizsukkal (varázskarkötőkkel és nyakláncokkal), játékbabákkal, teáskészletekkel, valamint esőkabátokkal mutatkozott be, de az idei kollekcióban már zebracsíkos és rózsahímzéses farmer is kapható.

JÓTÉKONYSÁG, LEMEZIPAR ÉS KABBALA

Szeretetszolgálat

Madonna már anyagiasság lány korszakában is gyakran jótékonykodott, de azóta, hogy kabbalista lett, ez még inkább igaz rá. 2004 decemberében fellépett a cunami áldozatainak megsegítésére rendezett Tsunami Aid: A Concert Of Hope koncerten, melyen John Lennon Imagine-jét adta elő. Idén július 2-án pedig részt vett a Bob Geldolf által szervezett Live 8 koncert londoni helyszínén, melynek célja, hogy felhívja a G8-ak figyelmét az afrikai országok adóságainak eltörlésére, valamint az igazságosabb kereskedelem megteremtésére. Előadása előtt Madonna felhívta a színpadra Birhan Woldut, azt a fiatal etióp nőt, akinek élete 20 évvel ezelőtt csak percek múlott, és vele adta elő Like A Prayer című számát.

A Maverick elvesztése

Madonna 1992-ben a Warner Music-kal közösen hozta létre Maverick nevű labeljét, amely elindította Alanis Morissette és Michelle Branch karrierjét, valamint befuttatta a Prodigyt a tengerentúlon. A Maverick és a Warner közti megállapodás értelmében a Warner Music 40 százalékos résztulajdonosa volt Madonna és üzlettársai labeljének, és 2004 végéig élhetett azzal az opciójával, hogy kivásárolhatta a fennmaradó 60 százalékot. Az érintettek közti vita

akkor robbant ki, amikor meg kellett határozni, hogy pontosan, mennyit is ér a Maverick: Madonna szerint 60 milliót. A Warner viszont ennél jóval kevesebbre taksálta, mondván, hogy a label 1998 óta egy fillért sem hozott a konyhára. Erre a Maverick beperelte a Warnert, a kiadó pedig visszaperelt. A feleknek végül sikerült megállapodniuk, a Warner kivásárolta Madonnát, tehát a Maverick–Warner vita nem érintette az énekesnő kiadóval kötött korábbi szerződését. Madonna irányítása alatt a Maverick Records 1,2 milliárd bevételt hozott, többet, mint bármely más indie label.

Kabbala – az egopóráz

A szigorú katolikus neveltetésben részesült sztár akkor kezdett spirituális útkeresésébe, amikor lányával teherbe esett. Egy ideig a buddhizmussal és a hinduizmussal kacérkodott, ám végül a kétezres éves zsidó kabbalában találta meg a választ élete nagy kérdéseire. A személyes felelősséget és a pórázon tartott egót hirdető, több ezer éves hitrendszer, mely folyamatos tanulással és kérdésfeltevéssel jár, Rabbi Rav Berg reformálta meg. Madonna kilenc éve tanulmányozza a misztikus vallást, és bár hosszú idejébe telt, végül férjét is sikerült meggyőznie annak hasznosságáról. Az énekesnő, akinek kabbala neve Esther, tavaly 22 millió dollárt adományozott a kabbala szárnyai alatt működő Spirituality for Kids nevű programnak. Elizabeth Taylor, Britney Spears, Demi Moore, Ashton Kutcher, Winona Ryder, Jerry Hall, Jeff Goldblum, Courtney Love és Paris Hilton is büszkén viselik a 25 dolláros narancssárga karszalagot, mely a kabbalába vetett hitet jelenti.