

# FAV236 Distribuce a marketing v československém filmu: historie, teorie, praxe\*

Filozofická fakulta

jaro 2013

## Rozsah

2/0/0. 4 kr. Ukončení: zk.

## Vyučující

Mgr. Jindřiška Bláhová, Ph.D. (přednášející), [prof. PhDr. Jiří Voráč, Ph.D.](#) (zástupce)  
[Mgr. Luděk Havel](#) (pomocník)

## Garance

[prof. PhDr. Jiří Voráč, Ph.D.](#)  
[Ústav filmu a audiovizuální kultury - Filozofická fakulta](#)

## Omezení zápisu do předmětu

Předmět je nabízen i studentům mimo mateřské obory.

## Mateřské obory

předmět má 10 mateřských oborů, [zobrazit](#)

## Cíle předmětu

Předmět se v šesti zacílených blocích věnuje filmové distribuci a její nedílné součásti marketingu s **důrazem na praxi** československého/českého filmového průmyslu po roce 1945 a v čsl./čs. filmové kultuře.

Ze tří základních složek filmového řetězce – produkce, distribuce, **kina** – je distribuci tradičně věnována nejmenší pozornost, převážně na úkor **produkce**. Distribuce je obecně považovaná za „nejnudnější“ část filmového průmyslu, o jejímž fungování vědí historici filmu nejméně, a tradičně je chápána jednorozměrně jako „kanál“ na doručování audiovizuálního obsahu. Kurz se bude věnovat distribuci/marketingu jako oblasti filmového průmyslu (a dějin kinematografie), jež má zásadní vliv nejen na výrobu filmů či ekonomické a ideologické rozvahy producentů, ale i na diváckou recepci, vytváření filmového kánonu, vytváření publika i „narativního obrazu“ filmu ve veřejném diskurzu či chápání národní kinematografie v zahraničí. Distribuce tak bude principiálně brána jako ekonomický **nástroj schopný vytvářet symbolické hodnoty a významy** i generovat trhy.

Po přehledu základních modelů fungování distribuce, jejích funkcí, částí či metod výzkumu se bude kurz věnovat tématům jako distribuce a vývoz (recepcce a diskurzivního rámování filmů pro rozdílná publika), distribuce a kulturní politika KSČ (kulturní socialistické elity), MFF Karlovy Vary jako součást specifického distribučního okruhu, či distribučním kanálům mimo kino a kulturním distinkcím. Důraz bude úměrně rozložen mezi recepční studia a průmyslové strategie. Přednáška je určena nejen studentům filmové vědy, ale i dalším se zájmem o audiovizuální kulturu.

**Cíle předmětu:** po absolvování předmětu získá student zevrubnou znalost funkcí, zákonitostí a pozice distribuce ve filmovém průmyslu a kultuře širěji, včetně způsobů, **jakými je distribuce propojená s ostatními segmenty kinematografie a jaká je její role nejen při vytváření a propagování významů, ale i vytváření nových trhů a publik.** Student si zároveň osvojí teoretické koncepty spojené s distribucí a jejím výzkumem, stejně jako bude vybaven základními nástroji k samostatné analýze distribuce a marketingu.

## Osnova

- 1) Distribuce a marketing: koncepty, metody, modely, praxe a nástroje  
Instituce vs. text. Publicity, propagace. Volný trh vs. plánovaná ekonomika.
- 2) Distribuce a produkce/obsah  
Vztahy mezi produkcí a distribucí, vliv distribuce na filmovou výrobu.  
Rozdílné typy filmů a rozdílné typy infrastruktury – populární film/žánrový film, blockbuster vs. artový film.
- 3) Filmové festivaly a distribuce  
Nezávislý film, národní kinematografie. Festivaly jako distribuční okruh.  
Specifika MFF Karlovy Vary a dalších československých festivalů/přehlídek.
- 4) Distribuce, kulturní politika a československé kulturní elity  
Ideová výchova (socialistického) diváka, předefinování divácké zkušenosti a formování kultury prostřednictvím distribuce a očišťování filmové nabídky.
- 5) Publika a recepce – domácí video a kulturní distinkce  
Vztah mezi distribucí a publikem. Porozumění publiku a jeho chování, adresování a vytváření nových publik prostřednictvím nových „kanálů“ doručení AV obsahu. Sociální aspekty domácího videa a otázky kulturního kapitálu. Video v socialistické společnosti.
- 6) Export/import – marketing a tvorba nové identity  
Distribuční strategie spojené s vývozem a dovozem filmů, s jejich umístěním na jiné trhy, v jiné době, jiném politickém kontextu, adresované jinému publiku (národu) než v zemi původu (rebranding, pře-žánrování, narativní obraz).  
Československé/české filmy v zahraničí a zahraniční filmy na čs. trhu.

## Literatura

### ***povinná literatura***

DANAN, Martine. Marketing Hollywood Blockbuster in France (1995). In Toby Miller (ed.). *The Contemporary Hollywood Reader*. Routledge, 2009, s. 376–386.

DANIELIS, Aleš, Reflexe nabídky českých filmů v období znárodněné kinematografie. *Illuminace* 23, 2010, č. 3, s. 29–59.

DRAKE, Phillip. Distribution and Marketing in Contemporary Hollywood. In Paul McDonald – Janet Wasco (eds.). *The Contemporary Hollywood Film Industry*. BFI, 2008, s. 63– 82.

ELSAESSER, Thomas. Film Festival Networks. The New Topographies of Cinema in Europe. In *Ibid. European Cinema, Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam Uni Press, 2005, s. 82–107.

KERNAN, Lisa. *Trailers: A Cinema of (Coming) Attractions*. Austin: Texas University Press, 2004, s. 1–35.

KLINGER, Barbara. *Beyond the Multiplex. Cinema, New Technologies, and the Home*. University of California Press, 2006 (The Contemporary Cinephile). s. 54–90

LOBATO, Ramon – RYAN, Mark David, Rethinking genre studies through distribution analysis: issues in international horror movie circuits. *New Review of Film and Television Studies* 9, 2011, č. 2, s. 188–203.

McDONALD, Paul. Miramax, Life is Beautiful, and the Indiwoodization of the foreign-language film market in the USA, *New Review of Film and Television Studies* 7, 2009, č. 4, s. 353–375.

NOWELL, Richard. „Where Nothing is off Limits“: Genre, Commercial Revitalization, and the Teen Slasher Film Posters of 1982 – 1984. *Post Script* 30, 2011, č. 2, s. 46–61.

SKOPAL, Pavel. Filmy z nouze. Způsoby rámcování filmových projekcí a divácké zkušenosti v období stalinismu. *Iluminace. Časopis pro teorii, historii a estetiku filmu* 21, 2009, č. 3, s. 70–91.

WYATT, Justin. *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*, Austin: Texas UP, 1994, s. 24–60.

### **doporučená literatura**

Časopis *Post Script* 30, 2011, č. 2. Téma: Distribuce, Austin: Texas University Press

AUSTIN, Bruce A. (ed.), *Current Research in Film: Audience, Economics, and Law*. Volume 1. New Jersey: Ablex, 1985.

BETZ, Mark, Art, Exploitation, Underground. In M. Jancovich – A. L. Reboll – J. Stringer – A. Willis (eds). *Defining Cult Movies. The Cultural Politics of oppositional taste*. Manchester University Press, 2003, s. 202–222.

BLÁHOVÁ, Jindřiška, Národní, mezinárodní, globální. Proměny rolí filmového festivalu v Mariánských Lázních/Karlovyh Varech, 1946 – 1959. In Pavel Skopal (ed). *Naplánovaná kinematografie. Český filmový průmysl 1945 – 1960*. Academia: Praha, s. 255–311.

CARROL, Ronald. Selecting Motion Pictures for the Foreign Market. *Journal of Marketing* 17, 1952, č. 2, s. 162–171.

DANIELIS, Aleš. Česká filmová distribuce po roce 1989. *Iluminace* 19, 2007, č. 1, s. 53–104.

ELBL, Jindřich, Jak byl znárodněn československý film, *Film a doba* 11, 1965, č. 8, s. 369 – 399.

HAVEL, Luděk. Film, umění nejmasovější (Filmový festival pracujících 1948 – 1959), in Kristian Feigelson – Pavel Kopal (eds.). *Film a dějiny* 3. Praha: Casablanca, s. 461–480.

HALL, Sheldon. Selling Religion: How to Market a Biblical Epic. *Film History*, 14, 2002, č. 2, s.170–185.

HANZLÍK, Jan. Projekce artových filmů v multikinech. Poznámky k programům kin Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl. *Illuminace* 21, 2009, č. 3.

HOSKINS, Colin, Stuart McFAYDEN a Adam FINN. *Global Film and Television: An Introduction to the Economics of the Business*. Oxford: Claredon Press 1997.

JANCOVICH, Mark. Kulturní geografie filmové konzumpce, *Illuminace* . 1.

KERRIGAN, Finola. *Film Marketing*. Oxford: Elsevier, 2010.

RUSSEL, James. Narnia as a Site of National Struggle: Marketing, Christianity, and National Purpose in *The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe*. *Cinema Journal* 48, 2009, č. 4, s. 59–76.

SEDGWICK, John – Michael POKORNY (eds), *An Economic History of Film*. London: Routledge, 2005.

### **Výukové metody**

Přednášky, cvičení, projekce.

Termíny blokové výuky: 4. 4., 11. 4., 18. 4., 25. 4., 2. 5., 9. 5., vždy čtvrtek 12:30–15:45 hod.

### **Metody hodnocení**

Písemný úkol: Analýza marketingové/distribuční strategie u vybraného filmu (5 NS = 9000 znaků). Výběr filmu po konzultaci s přednášejícím.

Termín odevzdání do 30.5.2012 e-mailem na jindriska\_blahova@yahoo.com.

Dále se hodnotí: Prezentace v průběhu kurzu a znalost jednotlivých povinných textů.

### **Informace učitele**

Mgr. Jindřiška Bláhová, Ph.D (nar./b. 1979)

Filmová kritička Hospodářských novin, šéfredaktorka časopisu Cinepur a filmová historička specializující se na vztahy mezi americkým filmovým průmyslem a východní Evropou během studené války a filmovou kulturu v zemích s komunistickými režimem. Po absolvování žurnalistiky a mediálních studií na Univerzitě Karlově získala doktorát na University of East Anglia ve Velké Británii a na Karlově Univerzitě v Praze. Její doktorská práce o ekonomických strategiích amerického filmového průmyslu vůči východoevropským trhům během prvních let studené války byla oceněna v roce 2011 prestižní Bolzanovou cenou Univerzity Karlovy. Vedle řady odborných publikací v časopise *Illuminace* vyšly její odborné studie týkající se vztahu mezi distribucí, recepcí a politikou v anglickém jazyce v prestižních zahraničních periodících: *Historical Journal of Film, Radio and Television*, *Film History*, a *Post Script*. Je i autorkou kapitol v antologiích a jako hostující editorka připravila tematická čísla *Illuminace* Post-feminismus a filmová studia a *Trezorové filmy*. V současné době pracuje na výzkumu dějin MFF Karlovy Vary.

Dr. Bláhová is a film critic for Czech economic daily *Hospodářské noviny* and research-active film historian specializing in the Cold War relationships between the American film industry and Eastern European film culture. She is also an editor-in-chief of up-market Czech film magazine *Cinepur*. After receiving her MA in Media Studies at Charles University, she received her PhD in Film History from the University of East Anglia, Norwich and Charles University in Prague. Her thesis on Hollywood's Strategies towards Cold War Eastern Europe was awarded the prestigious 2011 Charles University Bolzano Award in Humanities. In addition to having published widely in her native Czech, and having served as a guest editor of *Illuminace: The Journal of Film Theory, History, and Aesthetics* (issues on Post-feminism and Banned Films in Eastern European Cinemas), her award-winning English-language articles on the relationships between distribution, reception, and politics have been published in the *Historical Journal of Film, Radio and Television*, *Film History*, and *Post Script*. She has also contributed book chapters in several anthologies. Her particular research interests include Hollywood stardom (and Czechoslovak Communist propaganda, film festivals, and the sovietisation of East Bloc cultures).

#### **Další komentáře**

Předmět je vyučován jednorázově.

Výuka probíhá blokově.

Kurz probíhá v rámci projektu č. CZ.1.07/2.2.00/28.0044 Inovace uměnovědných studijních oborů na Filozofické fakultě MU, který je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky. Viz.

[www.phil.muni.cz/music/opvk](http://www.phil.muni.cz/music/opvk).

## **FAV236 Distribution and marketing in Czechoslovak cinema: history, theory, practice ✳**

### **Faculty of Arts**

Spring 2013

### **Extent and Intensity**

2/0/0. 4 credit(s). Type of Completion: zk (examination).

### **Teacher(s)**

Mgr. Jindřiška Bláhová, Ph.D. (lecturer), [prof. PhDr. Jiří Voráč, Ph.D.](#) (deputy)  
[Mgr. Luděk Havel](#) (assistant)

### **Supervisor**

[prof. PhDr. Jiří Voráč, Ph.D.](#)  
[Department of Film Studies and Audiovisual Culture - Faculty of Arts](#)

### **Course Enrollment Limitations**

The course is also offered to the students of the fields other than those the course is directly associated with.

### **The fields of study the course is directly associated with**

there are 10 fields of study the course is directly associated with, [display](#)

### **Course objectives**

The course focuses in six blocks on issues of film distribution and marketing with particular emphasis paid to the Czechoslovak/Czech film industry after 1945 and 1989 respectively.

Out of three key components of the film chain – production, distribution, exhibition – distribution is chronically under-researched area of film industry and historiography. Despite its key role, it is widely considered to be “the most dull and technical” part of film industries, being seen one-dimensionally as simply a channel of delivery for audiovisual content.

The course will approach and explore distribution as an area that on one hand serves producers and distributors to achieve their economic or ideological goals and at the same time is closely connected to the reception, forming of the film canon, profiling national cinemas as well as the narrative image of a movie within a public discourse. Distribution (and marketing) is thus here understood as a primary economic tool capable of generating symbolic values, meanings and markets. After introducing students to the main approaches to distribution, key terminology, concepts, and different models (free market vs. planned economy, independents vs. majors), the course will cover distribution and film exportation – i.e. rebranding films on foreign markets and in different times –, distribution and cultural policy (elites), film festivals and art cinema or non-theatrical markets and cultural distinctions. Reception studies and industrial strategies are evenly balanced in the course.

Aims: Students will develop an understanding of functions, mechanisms, and position of film distribution within the film industry and cinema culture more broadly, including the ways that distribution is connected to other areas of cinema and how distribution/marketing enables to create and propagate meaning, generate new markets, and define audiences. Students will also become familiar with the key theoretical concepts regarding distribution and its research and will acquire analytical skills to conduct his/hers own analysis of film distribution/marketing.

## **Syllabus**

- 1) Distribution and Marketing – Concepts, Methods, Models, Practices, and Tools  
Institutions vs. texts, publicity and promotion; Free market economics vs. State-controlled planned economy.
- 2) Distribution and Film Production/content.  
Relations between film production and distribution, effects of film distribution on film content and production practices; Different types of movies and types of infrastructure: popular/genre cinema, blockbuster vs. art cinema.
- 3) Distribution and Film Festivals  
Independent, national, and art cinema; Festivals as a distribution circuit; Specific roles of the IFF Karlovy Vary and other Czechoslovak film festivals.
- 4) Distribution, Cultural Policy, and Czechoslovak Cultural Elites  
Cinema and ideological education; creating a new (socialist) viewer; Pre-defining audience experience and mobilizing/controlling distribution to shape culture.

- 5) Audiences and Reception – Home Video and Cultural Distinctions  
Relations between distribution and audiences; Understanding audience behavior; Creating new audiences via new delivery systems; Social aspects of home video and issues of cultural capital; Homevideo and socialist society.
- 6) Export/import – Marketing and New Film Identity  
Re-packaging and re-branding film for different international markets; altering the film's identity for different national needs and/or political contexts; Czechoslovak/Czech films on international markets, foreign film on the Czechoslovak/Czech market.

## Literature

### ***povinná literatura***

DANAN, Martine. Marketing Hollywood Blockbuster in France (1995). In Toby Miller (ed.). *The Contemporary Hollywood Reader*. Routledge, 2009, s. 376–386.

DANIELIS, Aleš. Reflexe nabídky českých filmů v období znárodněné kinematografie. *Illuminace* 23, 2010, č. 3, s. 29–59.

DRAKE, Phillip. Distribution and Marketing in Contemporary Hollywood. In Paul McDonald – Janet Wasco (eds.). *The Contemporary Hollywood Film Industry*. BFI, 2008, s. 63–82.

ELSAESSER, Thomas. Film Festival Networks. The New Topographies of Cinema in Europe. In Ibid. *European Cinema, Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam Uni Press, 2005, s. 82–107.

KERNAN, Lisa. *Trailers: A Cinema of (Coming) Attractions*. Austin: Texas University Press, 2004, s. 1–35.

KLINGER, Barbara. *Beyond the Multiplex. Cinema, New Technologies, and the Home*. University of California Press, 2006 (The Contemporary Cinephile). s. 54–90

LOBATO, Ramon – RYAN, Mark David, Rethinking genre studies through distribution analysis: issues in international horror movie circuits. *New Review of Film and Television Studies* 9, 2011, č. 2, s. 188–203.

McDONALD, Paul. Miramax, Life is Beautiful, and the Indiwoodization of the foreign-language film market in the USA, *New Review of Film and Television Studies* 7, 2009, č. 4, s. 353–375.

NOWELL, Richard. „Where Nothing is off Limits“: Genre, Commercial Revitalization, and the Teen Slasher Film Posters of 1982 – 1984. *Post Script* 30, 2011, č. 2, s. 46–61.

SKOPAL, Pavel. Filmy z nouze. Způsoby rámcování filmových projekcí a divácké zkušenosti v období stalinismu. *Illuminace. Časopis pro teorii, historii a estetiku filmu* 21, 2009, č. 3, s. 70–91.

WYATT, Justin. *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*, Austin: Texas UP, 1994, s. 24–60.

### **doporučená literatura**

Časopis *Post Script* 30, 2011, č. 2. Téma: Distribuce, Austin: Texas University Press

AUSTIN, Bruce A. (ed.), *Current Research in Film: Audience, Economics, and Law*. Volume 1. New Jersey: Ablex, 1985.

BETZ, Mark, Art, Exploitation, Underground. In M. Jancovich – A. L. Rebol – J. Stringer – A. Willis (eds). *Defining Cult Movies. The Cultural Politics of oppositional taste*. Manchester University Press, 2003, s. 202–222.

BLÁHOVÁ, Jindřiška, Národní, mezinárodní, globální. Proměny rolí filmového festivalu v Mariánských Lázních/Karlových Varech, 1946 – 1959. In Pavel Skopal (ed). *Naplánovaná kinematografie. Český filmový průmysl 1945 – 1960*. Academia: Praha, s. 255–311.

CARROL, Ronald. Selecting Motion Pictures for the Foreign Market. *Journal of Marketing* 17, 1952, č. 2, s. 162–171.

DANIELIS, Aleš. Česká filmová distribuce po roce 1989. *Illuminace* 19, 2007, č. 1, s. 53–104.

ELBL, Jindřich, Jak byl znárodněn československý film, *Film a doba* 11, 1965, č. 8, s. 369 – 399.

HAVEL, Luděk. Film, umění nejmasovější (Filmový festival pracujících 1948 – 1959), in Kristian Feigelson – Pavel Kopal (eds.). *Film a dějiny* 3. Praha: Casablanca, s. 461–480.

HALL, Sheldon. Selling Religion: How to Market a Biblical Epic. *Film History*, 14, 2002, č. 2, s.170–185.

HANZLÍK, Jan. Projekce artových filmů v multikinech. Poznámky k programům kin Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl. *Illuminace* 21, 2009, č. 3.

HOSKINS, Colin, Stuart McFAYDEN a Adam FINN. *Global Film and Television: An Introduction to the Economics of the Business*. Oxford: Clarendon Press 1997.

JANCOVICH, Mark. Kulturní geografie filmové konzumpce, *Illuminace* 20,2 . 1.

KERRIGAN, Finola. *Film Marketing*. Oxford: Elsevier, 2010.

RUSSEL, James. Narnia as a Site of National Struggle: Marketing, Christianity, and National Purpose in *The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe*. *Cinema Journal* 48, 2009, č. 4, s. 59–76.

SEDGWICK, John – Michael POKORNY (eds), *An Economic History of Film*. London: Routledge, 2005.



### **Teaching methods**

Lectures, class discussion, screenings.

Schedule : 4. 4., 11. 4., 18. 4., 25. 4., 2. 5. and 9. 5., from 12:30 to 15:45.

### **Assessment methods**

Written analysis.

### **Further comments (probably available only in Czech)**

The course is taught only once.

The course is taught: in blocks.

General note: Kurz probíhá v rámci projektu č. CZ.1.07/2.2.00/28.0044 Inovace uměnovědných studijních oborů na Filozofické fakultě MU, který je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky. Viz.

[www.phil.muni.cz/music/opvk](http://www.phil.muni.cz/music/opvk).

### **Teacher's information**

Mgr. Jindřiška Bláhová, Ph.D (nar./b. 1979)

Filmová kritička Hospodářských novin, šéfredaktorka časopisu Cinepur a filmová historička specializující se na vztahy mezi americkým filmovým průmyslem a východní Evropou během studené války a filmovou kulturu v zemích s komunistickými režimy. Po absolvování žurnalistiky a mediálních studií na Univerzitě Karlově získala doktorát na University of East Anglia ve Velké Británii a na Karlově Univerzitě v Praze. Její doktorská práce o ekonomických strategiích amerického filmového průmyslu vůči východoevropským trhům během prvních let studené války byla oceněna v roce 2011 prestižní Bolzanovou cenou Univerzity Karlovy. Vedle řady odborných publikací v časopise Iuminace vyšly její odborné studie týkající se vztahu mezi distribucí, recepcí a politikou v anglickém jazyce v prestižních zahraničních periodících: Historical Journal of Film, Radio and Television, Film History, a Post Script. Je i autorkou kapitol v antologiích a jako hostující editorka připravila tematická čísla Iuminace Post-feminismus a filmová studia a Trezorové filmy. V současné době pracuje na výzkumu dějin MFF Karlovy Vary.

Dr. Bláhová is a film critic for Czech economic daily Hospodářské noviny and research-active film historian specializing in the Cold War relationships between the American film industry and Eastern European film culture. She is also an editor-in-chief of up-market Czech film magazine Cinepur. After receiving her MA in Media Studies at Charles University, she received her PhD in Film History from the University of East Anglia, Norwich and Charles University in Prague. Her thesis on Hollywood's Strategies towards Cold War Eastern Europe was awarded the prestigious 2011 Charles University Bolzano Award in Humanities. In addition to having published widely in her native Czech, and having served as a guest editor of Iuminace: The Journal of Film Theory, History, and Aesthetics (issues on Post-feminism and Banned Films in Eastern European Cinemas), her award-winning English-language articles on the relationships between distribution, reception, and politics have been published in the Historical Journal of Film, Radio and Television, Film History, and Post Script. She has also contributed book chapters in several anthologies. Her particular research interests include Hollywood stardom (and Czechoslovak Communist propaganda, film festivals, and the sovietisation of East Bloc cultures).