

Resumé

Patronage and the Intelligentsia in Stalin's Russia

Sheila Fitzpatricková se snaží ve svém textu popsat, jak fungoval klientelismus mezi členy sovětské inteligence a členy politické elity ve stalinistickém Rusku.

Vysoce postavení lidé v Sovětském svazu podporovali a propagovali své klienty. Výhodou pro klienta pak bylo, že získal pracovní místo, povýšení, ochranu či zboží. Jelikož byl klientelismus přítomný i v Politbyru, ovlivňoval tento dohodový způsob v podstatě vše.

Fitzpatricková ale poukazuje na to, že na rozdíl od klientů nebylo zřejmé, jaké výhody měl z klientelismu patron. Klienti sice byli ke svému patronu loajální ve všech směrech, ale to by nevyrovnalo „dluh“, který vůči patronu měli. Být patronem bylo tak spíš o prestiži, znamenalo to, že daný člověk má moc. Podle Fitzpatrickové dokonce panovala i jistá hierarchie mezi patrony a pokud se na příklad jednalo s nějakým velmi vysokým patronem, fungoval zde jeden člověk, který zastupoval celé skupiny klientů. Vztah mezi klientem a patronem každopádně vyžadoval jisté spojení, které mohlo být rodinné, sociální, pracovní, či k němu mohlo dojít pouze po náhodném setkání.

Fitzpatricková ale upozorňuje na to, že klientelismus nemusel být přítomný v celém Sovětském svazu.

Post-socialist producer: The production culture of a small-nation media industry

Text Petra Szczepanika se zaměřuje na roli producentů ve filmovém průmyslu v České republice a ve středo-východní Evropě jako takové. Podle Szczepanika je český producent do velké míry ovlivněn malým trhem, který dává producentům komplex malosti a strachu. Kvůli tomu nejsou schopni vybočit ze zaběhnutých kolejí a zkusit odvážnější projekt i třeba se zahraniční koprodukcí. Raději se drží na dobře známém trhu, který je postaven na osobních vztazích a volně propojených sítích.

Většina producentů tak nepřekročí svůj stín a stále proto tvoří podobné filmy (většinou jeden až dva) s podobným rozpočtem. Jejich práce je omezena na shánění peněz spíš než na snahu řídit celý film. I proto ztrácí producenti moc nad svým snímkem. To samozřejmě подрývá jejich sebevědomí a autoritu, a nemohou tak dosáhnout podobného věhlasu a nedotknutelnosti, jakou se mohou pyšnit jejich evropští, a především američtí kolegové. Podle Szczepanika se ale s tímto stavem čeští producenti nechtějí smířit, a naopak touží po větší pracovní volnosti a uznání. Jsou ale svázáni post-socialistickým malým filmovým průmyslem, který je závislý na státních penězích, nebo na penězích televizí. Ti všichni si diktují své požadavky, které často plynou z tužeb publika. Tím se role producentu zmenšuje.