

KDYŽ HO POSTAVÍŠ ...

Filmová studia a transformační účinky migrující mediální výroby

Ben Goldsmith

„Když ho postavíš, přijde.“ (HŘIŠTĚ SNŮ)
 „Když ho postavíš, přijdou.“ (Regionální vláda ve španělské Valencii se řídí radou
 z hollywoodského trháku osmdesátých let HŘIŠTĚ SNŮ, konkrétně zkouší
 její platnost na projektu filmového studia La Ciudad de la Luz,
 nebo-li Město světla, za 250 milionů eur.)¹⁾
 „Když ho postavíš, přijdou.“ (Poprvé se tahle věta objevila ve filmu HŘIŠTĚ SNŮ
 z roku 1989 a stalo se z ní klišé spojované obecně s vírou v úspěch jakéhokoli
 podnikatelského projektu. Developer Anant Singh ji však nyní vrátil do světa filmu.)²⁾
 „Nový Zéland nabízí úžasné lokace, ale ty lze v mnoha ohledech
 vytvořit kdekoliv. [...] Mezinárodní projekty ve skutečnosti potřebují velká studia a,
 nedejte se mýlit, když ho postavíš, přijdou.“³⁾

Film Phila Aldena Robinsona HŘIŠTĚ SNŮ vypráví příběh farmáře Raye (Kevin Costner), kterému se příliš nedaří. Jednoho dne prochází svým polem v zemědělské oblasti státu Iowa a zaslechne záhadný hlas, který šeptá: „Když ho postavíš, přijde“. Ray je okouzlen. Aniž by plně chápal, proč a jaké to bude mít důsledky, rozhodne se, že pole – zdroj svého živobytí – přestaví na baseballové hřiště. Potřeba porozumět tajemnému volání ho přivádí do různých vzdálených velkých i malých měst. Cestuje časem, postaví bránu do

-
- 1) Valencia's Studio Project. *Video Age International*, 1. 1. 2003, s. 8. Ciudad de la Luz, nebo-li Město světla, je obrovské filmové studio ve Španělsku, které hostilo první produkci v roce 2005. Komplex navrhnul Gary Bastien, americký architekt, jehož společnost Bastien and Associates se také podílela na návrhu studií ve Spojených státech, Mexiku, Řecku, Kanadě, Velké Británii a Malajsii.
 - 2) Judy Gerstel, Watch out for Hollywood South. *Toronto Star*, 4. 10. 2003, s. 4(J). Cape Town Film Studios, původně známé jako Dreamworld Film City, vyhrálo tendr na výstavbu studiového komplexu v Jihoafrické republice v roce 2003, i když se s vyklízením prostoru pro stavbu začalo až na začátku roku 2008.
 - 3) Behind the Screens: Soundstage Space Set to Increase. *Onfilm*, 10. 1. 2006, s. 18. Henderson Valley Studios je zavedený komplex v Aucklandu na Novém Zélandu, ve kterém se natáčely jako první seriály HERKULES a XENA. V roce 2006 studio hostilo film společnosti Walt Disney Pictures/Walden Media MOST DO TERABITHIA. Roger Donaldson mluvil o výstavbě dalšího zvukového zařízení a kancelářského prostoru s významným finančním přispěním národních a regionálních vlád jako o politickém cíli přilákat mezinárodní produkce.

jiného světa (duchů) a během cesty znovu najde sám sebe. Vzpírá se logickému myšlení a obchodním zájmům, aby mohl uskutečnit svůj sen, a nakonec samozřejmě nachází něco, o čem netušil, že hledá. Zmíněný film nám může posloužit jako výstižná metafora jednak pro rozhodnutí vyrábět film na určitém místě, jednak pro zkušenost s hoštěním velkých filmových a televizních produkcí.

Obchodníci, developéři, územní plánovači, politici a dokonce i filmaři na celém světě zaslechli obdobné volání k výstavbě nebo rozšíření infrastruktury pro výrobu filmů, aby začali vydělávat na současném trendu migrující mediální výroby. Výstavba studia však vyžaduje dlouhodobou ochotu věnovat se na daném místě filmové výrobě a velké pracovní a organizační nasazení, což může odradit od touhy vyslyšet volání a pokusit se v tomto silně konkurenčním odvětví najít svou skulinu.⁴⁾ Filmová výroba se neobejde bez filmového studia, producenti se však při volbě vhodné lokality pro natáčení ohlížejí také po blízkém okolí, kterým mohou film obohatit, a zajímají se o rozsah dostupných služeb, aby mohli porovnat výrobní náklady na různých místech. Studio a jeho provozovatelé mají tedy nezadatelný zájem na tom řídit a spravovat okolí studia jakožto potenciální filmovou lokaci. Developéři a provozovatelé studií společně s řadou vládních agentur a institucí, komerčních organizací a komunitních sdružení přijímají za svůj „lokální zájem“⁵⁾: mají zájem na propagaci, podpoře a účincích výroby na daném místě a často přebírají a reprezentují zájmy daného místa ve snaze přivést do něj výrobu. Ray prošel světa kraj, aby si splnil sen, a s honbou za filmovou výrobou je to podobné. Může přivést aktéry reprezentující lokální zájmy do vzdálených míst – na obchodní konference, mezinárodní výstavy a trhy, k prodejním stánkům, lidem a infrastruktuře, k producentům. Lokace cestují společně se svými zástupci: jsou na trhu nabízeny jako tvárné a flexibilní prostory, připravené změnit se ve zcela jiné místo. Stále více míst vybavených na velkorozpočtové filmové a televizní produkce je běžně nabízeno na trhu jako „nízkonákladové“ alternativy k velkým městským centrům a globálním mediálním městům, tradičním výrobním lokalitám. Místa mohou reprezentovat sama sebe, častěji jsou však maskována jako jiné místo, čímž se dějiště (prostor příběhu) a lokace (místo, kde se dílo vyrábí) cíleně oddělují.⁶⁾ S rostoucím počtem realizovaných projektů se studia a jejich okolí stávají heterotopiemi; umožňují reprezentovat a juxtaponovat různá neslučitelná místa a prostřednictvím stříhových kouzel spojují různé „časové řezy“.⁷⁾ Řada filmových komisí a dalších významných reprezentantů lokálního zájmu věnuje spoustu energie pre-vizua-

4) Pro představu, nakolik bylo volání vyslyšeno: jen mezi lednem a březnem 2008 byla navržena, stavěna nebo nedávno otevřena studia zaměřená na migrující výrobu v Plymouthu v Massachusetts, v Calgari, Varšavě, Rhode Islandu, Bělorusku, jižním Walesu, Durbanu a Kapském městě v Jihoafrické republice, ve Shreveportu v Louisianě a v Budapešti.

5) K pojmu lokální zájem (*location interest*) blíže viz Ben Goldsmith – Tom O'Regan, *The Film Studio: Film Production in the Global Economy*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield 2005, s. 2–7, 41–62.

6) Greg Elmer psal o takové reprezentaci míst na Locations Expo: Greg Elmer, *Global Locations in Los Angeles: The Promotion of New Cinematic Spaces*. In: Janet Wasko – Mary Erickson (eds.), *Cross-Border Cultural Phenomenon: Economic Runaway or Globalization?* Youngstown, NY: Cambria Press 2008, s. 141–154.

7) Michel Foucault, *O jiných prostorech*. In: týž, *Myšlení vnějšku*. Praha: Herrmann & synové 1996, s. 81.

lizaci, prozkoumávají lokace a transformují je, aby se podobaly jiným skutečným místům, nějakému typickému dějišti nebo fantastickému prostoru. Chtějí tak ukázat producentům všestranné možnosti dané lokace. Schopnost místa reprezentovat místo jiné, ať už skutečné nebo imaginární, přitom není v konkurenčním prostředí příliš velkou výhodou. Místa, která svůj marketing směřují tímto směrem, jsou zranitelná ve vztahu k podobným konkurenčním lokalitám. Stále více míst na světě je dostatečně vybaveno pro filmovou a televizní výrobu a nabízí dostatečně různorodé, ale obecně použitelné lokace a současně i finanční pobídky, pracovní sílu a další zdroje nezbytné pro uspokojení potřeb migrující výroby. Producenti mají větší výběr a zástupci lokálních zájmů musejí hledat stále nové cesty, jak v konkurenčním prostředí prodat schopnost své lokace reprezentovat jiné místo. Menší výrobní lokace, které se na trhu nabízejí jako nízkonákladová varianta a nemají dostatečně velké a široké možnosti financování, infrastruktury, služeb a lidí, aby se udržely v nevyhnutelných obdobích poklesu, jsou obzvláště zranitelné, pokud nenaváží synergickou spolupráci s jinými oblastmi obchodu nebo ekonomickými sektory.⁸⁾ Přesto se každoročně objevují nová místa, která poslechnou volání vybízející k výstavbě infrastruktury a úpravě předpisů ve snaze přilákat migrující mediální produkce.

Po uvedení filmu *HŘIŠTĚ SNŮ* se fráze „Když ho postavíš, přijdou“ stala oblíbeným klišé novinářů, propagátorů projektů spekulativního územního rozvoje nebo revitalizace a sentimentálních nadšenců pro množství nepravděpodobných plánů.⁹⁾ Představuje jeden článek víry těch, kteří se snaží přilákat filmový byznys na konkrétní místo. Je to fráze plná optimismu a potenciálu. Snaží se vyvolat dojem, že výstavba výrobní infrastruktury, jakou je studio, a zlepšení podmínek pro místní poskytovatele služeb poženou (ekonomickou) lokomotivu a otevrou hvězdnou bránu (kterou přijdou celebrity).¹⁰⁾ Někdy je to bohužel jen bláznivý sen.

Tak kouzelně jednoduché to nikdy není a úspěch rozhodně není zaručený, jak by mohla sugerovat ona klamná fráze. V následujícím textu se podrobně zaměřím na některé aspekty týkající se snahy uvést sen o pravidelné filmové výrobě do reality. Využiji příklady z různých částí světa, abych ozřejmil rozsah dodatečné infrastruktury – ono „ho“ ve větě „když ho postavíš“ –, kterou musí místa disponovat, aby získala „jurisdikční výhodu“¹¹⁾ (*jurisdictional advantage*) a mohla se prosadit v konkurenčním prostředí mediál-

8) Viz Susan Ward – Tom O'Regan, Managing Uncertainty: Defining the Location Interests of a Greenfields Location. In: J. Wasko – M. Erickson, c. d., s. 155–186.

9) V roce 2008, kdy píše tento text, se v Iowě konají primárky a zmíněná fráze se stala doslova mantrou. Film *HŘIŠTĚ SNŮ* byl dějově zasazen do Iowy, a někteří novináři a komentátoři proto neodolali nutkání frázi v této souvislosti připomenout. Např. titulky v *The Hotline* ze 4. června 2008 říká: „Když ho postavíte, budou tam vést předvolební jednání.“ Zmíněná věta se však objevuje i v jiných publikacích, např. v tiskové zprávě otištěné v anglojazyčném periodiku *China Daily*. Ve stejné době (konec prosince 2007 – začátek ledna 2008) však tisk využíval frázi také při referování o stavbě jezírka v národním parku v Kalifornii, které mělo přilákat žáby jako potravu pro ohrožené hady; o dokončené dálnici v Coloradu; o návrhu na rozšíření kasin provozovaných Indiány v Kalifornii; o malém pivovaru v Kansasu; o konci monopolů na provozování kabelových televizí ve Wisconsinu a v brandingu televizní sítě ve Velké Británii.

10) Ben Goldstein – Tom O'Regan, Locomotives and Stargates: Inner City Studio Complexes in Sydney, Melbourne, and Toronto. *International Journal of Cultural Policy* 10, 2004, č. 1, s. 29–45.

11) Maryanne Feldman – Roger Martin, Constructing Jurisdictional Advantage. *Research Policy* 34, 2005 (říjen), s. 1235–49.

ně-výrobního trhu. Budu se zabývat rolemi těchto situovaných aktérů, kteří společně hájí zájmy dané lokace, těmi, kdo přicházejí, a jejich důvody k příchodu. Zaměřím se na to, co „oni“, nevyslovený podmět oné fráze, dělají, když přicházejí, co za sebou zanechávají a proč rovněž nevyslovené „zde“ nebude už pravděpodobně stejné jako předtím. Vstup do globální konkurence filmové a televizní výroby vyžaduje, aby místa a jejich aktéři byli schopni zajistit potenciálně nepředvídatelný rozsah transformací. Přírodní a fyzické prostředí bude dočasně i trvale přetvořeno. Obraz a reputace místa a způsob, jakým ho vnímají producenti, diváci a snad i turisté, se změní s tím, jak poroste portfolio lokální výroby. Je-li udržována kontinuita výroby, bude se vyvíjet kapacita, schopnosti a reputace lokálně situovaných jedinců, podniků a institucí. Na politiky bude vyvíjen neustálý tlak, aby upravovali zákonné podmínky, zejména místní daně, k zajištění konkurenceschopnosti ve vztahu k protějškům v jiných zemích. Místní vybavení nepřímo zapojené do filmové výroby, například doprava, catering, hotely, restaurace, letiště a obchody, se bude muset připravit na nároky producentů, hvězd a štábů. Na politiky bude vyvíjen tlak, aby zlepšili příležitosti pro místní filmaře a poskytovatele služeb tím, že zajistí příznivější podmínky pro výcvik, zaměstnanost a pro to, aby lokálně produkované filmy vyprávěly lokální příběhy.

Migrující výroba přináší nevyhnutelné transformace, které mohou narušit obraz o určitém místě a pocit sounáležitosti. Stavba výrobní infrastruktury a aktivní vyhledávání projektů za hranicemi lokality kvůli udržení místních štábů a zařízení někdy otevřely nepřijemnou debatu o autenticitě, lokální kultuře, globalizaci, ambicích, rozvoji, identitě, reprezentaci a způsobech vyprávění o místě a sounáležitosti s ním. Některá místa přijala za své studio, příslib transformací s ním spojených a využila rozvoj k tomu, aby revitalizovala fyzické prostředí a obnovila svou reputaci nebo všeobecně rozšířený obraz. Jinde však transformace způsobené mezinárodními nebo přespolními produkcemi a oslovováním publika za hranicemi dané lokality zpochybnily dosavadní chápání identity místa a funkci a smysl filmování.

„Když ho postavíš...“

Podnět k výstavbě může dát náhodná poznámka celebrity, která dané místo navštíví, nebo místní prominent, který se vrátil do rodného města a směle osnuje plány, jak z něj udělat centrum filmové a televizní výroby. Nebo ji může stimulovat „potulný cirkus“ větší produkce, jak to označil David Lean, který se dočasně usídí někde v blízkém okolí. Optimistický propagátor turismu, developer nebo ambiciózní místní producent pak mohou navrhnout výstavbu infrastruktury, aby v daném místě posílili nárůst produkce, případně i podporu školení, která zajistí místní kvalifikovaný personál. Lokální politik, možná okouzlený zprávami o úspěšných iniciativách jiného „kreativního města“, se ztotožní s leskem filmu a začne výstavbu podporovat. A velmi brzy začne debata o výstavbě infrastruktury a příznivého prostředí pro filmovou výrobu žít svým vlastním životem.

Co přesně se však musí postavit? Filmovou nebo televizní výrobu je možné hostit i bez rozsáhlé a drahé infrastruktury, například bez ateliérových hal a dalších zařízení, potom ale bude úroveň a frekvence využívání daného místa jako filmové lokace pravděpodob-

ně omezená. Aby se místo stalo regulérní výrobní lokací a lákalo víc než jen na občasné natáčení scény z vysokorozpočtového filmu nebo televizního seriálu, potřebuje rozsáhlou infrastrukturu, lidi a nápomocné výrobní prostředí. Filmové studio v sobě všechny tyto prvky spojuje.

Filmové studio je drahá záležitost nejen pro soukromé investory, ale i pro daňové poplatníky z blízkého okolí i vzdálených oblastí. Ciudad de la Luz, studiový komplex „Město světla“ (City of Light) na východním pobřeží Španělska, stálo údajně svého jediného investora, regionální vládu Valencie, v březnu 2008 přes 200 milionů eur (a to ještě nebylo dokončeno). Rozsah státního vlastnictví (a náklady nesené místními daňovými poplatníky) podnítil vyšetřování vedené Evropskou komisí, které reagovalo na stížnosti konkurenčních odvětví obchodu na nespravedlivé zvýhodnění nového studia. Studia jsou často silně závislá na podpoře veřejnosti v podobě daňových pobídek, daňových dobropisů nebo nízkoúrokových půjček od vlád. Při návrhu těchto projektů nebývají daňovým poplatníkům rozsah a ekonomická stránka podpory známé. Studia mohou stát mnohem víc, než se původně plánuje, a někdy nesplní cíle a podmínky stanovené ve smlouvě s vládou.

Výstavba studia je drahá a samotné studio vyžaduje vícenásobné vklady a podporu aktérů reprezentujících lokální zájmy a dalších institucí, často nejen v prvních fázích, ale i dlouhodobě. Výnosy z pronájmu prostor filmové a televizní výrobě nejsou velké; velká produkce utratí za pronájem studia okolo jednoho procenta rozpočtu. Nízké zisky a konkurence ostatních studií po celém světě mohou způsobit, že je dané studio v určitých obdobích prázdné. Zde mohou být nezbytné alternativní zdroje příjmů, jako například pronájem kanceláří, dílen nebo komerčního prostoru – i když ani toto řešení nemusí být nakonec pro hlavní investory lukrativní. Developeři z australských Fox Studios, News Corporation a Lend Lease byli v roce 2004 nuceni prodat silně medializovanou veřejnou zónu přidruženou k profesionálním studiím, nyní nesoucí jméno Entertainment Quarter, za 49 milionů australských dolarů, což je něco přes deset procent sumy utracené původně za přestavbu tohoto prostoru.

Žádné studio nemůže dlouhodobě profitovat bez široké sítě lokální podpory nebo bez propagace a energie místních jednotlivců a institucí. Samotná výstavba studia málokdy přiláká pravidelnou dlouhodobou výrobu, dokonce i v případě, že komplex podporuje velká mediální společnost, a to zejména tam, kde bylo zařízení postaveno v místě bez předchozí výrobní tradice a bez předem existujícího okruhu aktérů a institucí reprezentujících zájmy dané lokace. Příkladem je Baja Studios v Mexiku, dříve Fox Studios Baja. Studio bylo postaveno za pouhých sto dní speciálně pro výrobu epického katastrofického filmu Jamese Camerona TITANIC produkovaného Twentieth Century Fox, přičemž stavba začala 85 let ode dne, kdy byl trup stejnojmenné lodi spuštěn v Belfastu na vodu. V rámci této produkce získalo „Fox Studio Baja [...] nejpokročilejší technologii a vybavení pro filmování na vodě a pod vodou na světě s inovativními kardanovými závěsy a hydraulikou, která umožňovala potopení masivní dekorace představující loď.“¹²⁾ Následovala řada velkorozpočtových celovečerních filmů s vodní tematikou, když ale spo-

12) B. Goldsmith – T. O'Regan, *The Film Studio*, s. 93.

lečnost Fox prodávala komplex v květnu roku 2007 společnosti Baja Acquisitions, nepřilákal již několik let předtím větší produkci.

Globální šíření filmové a televizní výroby usnadněné dostupností nových a renovovaných infrastruktur v Austrálii, Kanadě, Velké Británii, Irsku, Novém Zélandu a České republice a rostoucím počtu dalších zemí upoutalo pozornost řady badatelů.¹³⁾ Odborné analýzy z nedávné doby zaměřené na konkrétní místa ukázaly, že výroba filmu vyžaduje početné herecké obsazení, štáb a další podporu v oblasti nejrůznějších vztahů a rolí, a ilustrovaly, jak mohou filmová studia jednat jako mocné uzlové body v širší síti, přitahovat filmové pracovníky a umožňovat filmovou výrobu.¹⁴⁾ Nejúspěšnější studia těží z reputace a konexí různých aktérů reprezentujících lokální zájmy. Lokální zájem sdílají firmy, jednotlivci a instituce angažované v audiovizuální produkci na konkrétním místě nebo takové firmy, jednotlivci a instituce, které chtějí v daném místě podnitit filmovou výrobu nebo ji tam přivést. Mohou jej ale sdílet i ti, kdo nejsou přímo součástí filmového nebo televizního průmyslu, ale chápou výstavbu studia jako příspěvek k dosažení vyšších jurisdikčních cílů. Ty mohou být principiálně ekonomické, ale nikoliv nezbytně jen takové. Mohou se týkat zapojení konkrétních firem, lidí nebo samotného místa do „síťové organizace“ představované mezinárodní filmovou výrobou s cílem iniciovat nebo urychlit jeden či více typů transformací.

Propagátoři výstavby studia ji obvykle vykreslují jako možnost, jak revitalizovat určitý prostor. Řada projektů z nedávné doby byla využita k transformaci znečištěných nebo problematických lokalit – bývalých vojenských základen (v maďarském Etyeku, kde se nachází Korda Studios), bývalých center těžkého nebo dopravního průmyslu (Melbourne, Toronto) či skládek (San Diego). Jednotlivé filmy mohou také permanentně změnit využití prostoru (to je případ filmu *PIANISTA*, který proměnil německé město Jüterbog, o němž bude ještě řeč v závěru tohoto textu). Dlouho po dokončení projektu může obraz města ve filmu způsobovat změny v zastavěném nebo přírodním prostředí a může vést ke sporům. Prostor, který sloužil jako hřiště ve filmu *HŘIŠTĚ SNŮ*, vlastnili po mnoho let sousedící farmáři. Farmář, který vlastnil levou a prostřední část pole po odchodu filmařů svůj kus znovu osadil obilím. Vnitřní část pole nechal jiný majitel nedotčenou a stala se součástí vládního programu, který platil farmářům za to, že nebudou vysazovat určitý druh plodin. Přesně jak bylo řečeno ve filmu, přišli sem lidé a v následujícím roce byla v levém a středním poli vysázena místo obilí tráva. Farmáři nechali přístup do dějiště filmu otevřený a postavili na něm stánky se suvenýry, aby si tak vynahradili ztráty z nezasazených plodin. Lidé sem dál chodili hrát baseball a vychutnávat si atmosféru místa. Sousední farmáři se brzy dostali do sporu ohledně dalších plánů na komerční využití místa. Vlastník levého a středního pole pronajal pozemek skupině soukromých investo-

13) Viz např. Toby Miller – Nitin Goyal – John McMurria a Richard Maxwell, *Global Hollywood*. London: BI 2001; J. Wasko – Mary Erickson (eds.), c. d.

14) Allen J. Scott, *On Hollywood: The Place and Industry*. Princeton, NJ: Princeton University Press 2005; Mike Gasher, *Hollywood North: The Feature Film Industry in British Columbia*. Vancouver: University of British Columbia 2002; Stefan Krätker, Network Analysis of Production Clusters: The Potsdam/Babelsberg Film Industry as an Example. *European Planning Studies* 10, 4. 1. 2002, s. 27–54; Oli Mould, Mission Impossible? Reconsidering Research into Sydney's Film Industry. *Studies in Australasian Cinema* 1, 2007, č. 1, s. 47–60. S. Ward – T. O'Regan, Managing Uncertainty, s. 155–86.

rů. Ti zde postavili obchod se suvenýry a bludiště a sestavili z herců kočovné mužstvo hráčů-duchů z filmu. Další farmář nedovolil hráčům vstup na své pole. V roce 2007, po mnoha neshodách, prodal majitel levého a prostředního pole svůj pozemek majiteli vnitřního pole a image místa stvořeného filmem zůstalo zachováno. Zůstal i bezplatný vstup do prostoru. Webové stránky filmu *Hřiště snů* dodávají:

Bylo vynaloženo značné úsilí, aby se místo natáčení příliš nezkomercializovalo a aby bylo přístupné turistům. V důsledku toho nemůžeme pronajmout pole k jakýmkoliv organizovaným aktivitám, soutěžím ani jednotlivcům. Cítíme, že pozemek bude nejlépe využit ve svém originálním a původním stavu. Cílem naší politiky je představit pozemek v té podobě, v jaké byl prezentován ve filmu. Doufáme, že k nám můžete „přijet z daleka“¹⁵⁾ a užít si HŘIŠTĚ SNŮ.¹⁶⁾

Hodnotou je v tomto případě fyzická transformace krajiny v průběhu výroby filmu, nikoliv původní nebo dřívější využití místa jako obdělávané země. Díky angažovanosti a obětavosti jednotlivých aktérů reprezentujících lokální zájem je právě transformace „chráněná“ a reprezentovaná nebo reprodukována „ve své originální a původní podobě“. Tato zemědělská část státu Iowa nikdy nebyla vhodná pro výrobu filmů, zachování transformace však umožnilo a podnítilo příliv turistů.

Výstavba studia předpokládá velké a pevné odhodlání věnovat se filmové kariéře konkrétního místa. Candace Jonesová ukazuje na příkladu amerického filmového průmyslu transformaci v oblastech kariéry a organizace práce.¹⁷⁾ Charakteristické vlastnosti kariér jednotlivců ve filmovém průmyslu, o kterých pojednává Jonesová, mohou být aplikovány i na filmová studia a lokace. Stejně jako jednotlivci v kreativních průmyslech a zejména těch, které jsou spojeny s výrobou celovečerních filmů, je i většina studií najímána, aby poskytovala služby sérii krátkodobých projektů (od jednodenních nebo dvoudenních natáčení televizních reklam a hudebních videoklipů až po celovečerní filmy, které mohou ve své nejpřebujelejší podobě zabrat rok, ale které jsou nejčastěji záležitostí týdnů nebo měsíců). Některá studia jsou dlouhodobě zapojena do pravidelné výroby pro jednu mediální společnost, například Boyana v Bulharsku pro Nu Image/Millennium Films a Concorde Anois Teoranta v Irsku pro Rogera Cormana. Mnohadílné televizní soap opery nebo seriály poskytují podobné dlouhodobé zabezpečení, to je příklad nejrozličnějších sérií HVĚZDNÉ BRÁNY vyráběných ve studiu The Bridge ve Vancouveru od roku 1997. Ale dokonce i ta studia, která jsou vlastněná největšími mediálními společnostmi, nemusí být využívána pouze nebo dokonce ani pravidelně těmito společnostmi, ale jsou k dispozici k pronájmu pro jakoukoliv výrobní firmu, včetně hlavních konkurentů, jako tomu bylo po dlouhou dobu v případě studia Warner Roadshow Movie World na australském Gold Coast.

15) Replika z filmu: „go the distance“ (pozn. red.).

16) *Field of Dreams Movie Site*. Online: <<http://www.fieldofdreamsmoviesite.com/distance.html>>, [cit. 17. 5. 2010].

17) Candace Jones, Careers in Project Networks: The Case of the Film Industry. In: Michael B. Arthur – Denise M. Rousseau (eds.), *The Boundaryless Career: A New Employment Principle for a New Organizational Era*. Oxford: Oxford University Press 1996, s. 58–75.

Výrobní práce ve studiu bývá projektově orientovaná a kombinuje v sobě široké spektrum firem a subdodavatelů. Práce je často organizována prostřednictvím neformálních osobních sítí, proto musí i kariéry studia nebo lokace řídit jedinci s dobrými kontakty. Konkurence je zde tvrdá a pouze několik studií (respektive s nimi spojených jednotlivců nebo firem) uspěje a je pravidelně zaměstnáváno na vysokorozpočtových prestižních projektech v „elitním vnitřním jádru průmyslu“.¹⁸⁾ Studia bývají angažována v komplexních a nerutinních úkolech, které vyžadují spolupráci mnoha jednotlivců, firem a subdodavatelů, jiných studií a lokací, které, slovy Jonesové, utvářejí „týmovou závislost“.¹⁹⁾ A protože je práce v oblasti kultury a zábavy vlivem nepředvídatelné poptávky nejistá a dynamická, musí studia a lokace – stejně jako jednotlivci a podniky – být flexibilní a schopní přizpůsobit se novým podmínkám a požadavkům, aby přežili a zajistili kontinuitu zaměstnanosti.²⁰⁾

Jonesová rozeznává čtyři fáze kariéry ve filmovém průmyslu, z nichž každá vyžaduje odlišné dovednosti a schopnosti. V první fázi jsou klíčovými prvky mezilidské dovednosti a vytrvalost, aby se člověku otevřely dveře do průmyslu a mohl získat potřebné *credits* (zkušenosti a uznání vyjádřené jménem v titulcích filmu) a reputaci. Protože spolu jednotlivá místa vedou tvrdý konkurenční boj o práci a reputaci, potřebují nová studia a lokace pomoc etablovaných jednotlivců nebo podniků s dobrými konexemi. Čistě z tohoto důvodu nevystačí nová studia s podporou developerů nebo ambiciózních lokálních aktérů bez výrobních zkušeností a bez napojení na síť kontaktů ve filmovém či televizním průmyslu. Některé místní úřady a komunity byly okouzleny tvrzením developerů o ekonomickém přínosu a potenciálu studia v oblasti zaměstnanosti a začali uskutečňovat nákladné a vysoce riskantní plány výstavby bez pečlivého zvážení dlouhodobých nákladů a managementu kariéry, které takové zařízení vyžaduje. Ve druhé a třetí fázi kariéry musí být demonstrovány technické možnosti a porozumění průmyslové kultuře, aby se vytvořila reputace a kontakty. Stejně jako v případě jednotlivců, bude mít kvalita práce vytvořené studiem – a kvalita zkušeností s výrobou – dalekosáhlé důsledky pro budoucí nabídku práce a pracovní příležitosti: „Status a role člověka v rámci průmyslu se definují na základě jeho spojení s komerčně úspěšnými filmy. Pokud nejsou vaše filmy úspěšné, váš status a vztahy v rámci průmyslu se dramaticky změní.“²¹⁾ To platí pro studio stejně jako pro herce nebo člena štábu. Ve čtvrtém stádiu kariéry, nyní již dobře etablované, tvrdí Jonesová, je hlavním cílem rozšířit profesi a organizaci sítí a sladit profesní požadavky s osobními potřebami. Pro místo to může znamenat v první řadě zahájení školicích programů nebo zakládání filmových škol a, za druhé, rozsáhlý a pečlivý management nejen způsobů, jimiž filmová a televizní výroba využívají dané místo, ale také rozsahu, v němž je výroba razantně podporována prostřednictvím pobídek a daňových úlev, což musí být zváženo ve vztahu ke konkurenčním požadavkům na místo a využití veřejných prostředků.

18) Tamtéž, s. 59.

19) Tamtéž, s. 60. Zde lze vidět podobnost s Brandenburgerovým a Nalebuffovým konceptem *koopetice* – *co-opetition* je neologismus vzniklý kombinací slov *competition* a *cooperation* a označuje kooperativní konkurenci – viz též pozn. 27 (pozn. red.).

20) Tamtéž, s. 60.

21) Tamtéž, s. 65.

Pro mnoho lidí ve filmovém průmyslu je přechod přes hranice – dočasná migrace a přesídlení – běžnou součástí kariéry. Takovéto „kariéry bez hranic“ (*boundaryless careers*) jsou důsledkem způsobu, jímž je organizován průmysl: krátkodobé projektově orientované práce s příležitostmi, které vznikají na základě „předchozího výkonu a sítí profesních kontaktů“.²²⁾ Jednou z charakteristických vlastností současné doby je dočasná migrace a relokační projektů, takže společně s migrujícími pracovníky může přijít práce i k těm, kteří předtím nebyli schopni se tak pohotově přesunout. Kariéry studií a lokalit, v nichž se nacházejí, nemají hranice, protože jsou dlouhodobě využívány různými firmami v rámci různých projektů. Zkušenosti s producenty s různými potřebami pomáhají vybudovat lokální vědění o průmyslu a zvyšují „vstupní očekávání“ producentů ohledně daného místa. Stejně jako jednotlivec potřebuje k budování kariéry určité kompetence, musí určité kompetence mít nebo si je osvojit i studia a místa – stručně řečeno vědět, kdo, co, kdy, kde, proč a jak jednat –,²³⁾ aby dosáhla pokroku ve svých dlouhodobých zájmech a vylepšila si reputaci. V průběhu kariéry bude studio, je-li úspěšné, fungovat jako ukotvení rostoucí místní výrobní komunity a jako magnet na příchozí výrobu, přičemž poskytne příležitosti pro přenos dovedností a vytváření znalostí, které umožní růst dané výrobní komunity.²⁴⁾

Organizace Independent Film and Television Alliance and Compliance Consulting (IFTA, 2006) rozlišuje v příručce pro americké výrobní komunity, která radí, jak přilákat filmovou a televizní produkci, tři užitečné typy „komunit přátelských vůči produkci“, diferenciované velikostí a zdroji dostupnými v místě, které má hostit výrobu nebo její části, a rozsahem ochoty místních k rozvoji „systému pro přilákání výrobců“.²⁵⁾ Komunity jsou tedy rozlišeny šíří, hloubkou a koordinací lokálního zájmu. Každý typ má různý rozsah a úroveň ochoty usnadnit výrobu a přilákat migrující média. Některá místa získala prominentní postavení a mezinárodní věhlas díky stavbě dekorací k určitému filmu nebo díky využití určité lokace v konkrétní scéně nebo sekvenci filmu. Je nepravděpodobné, že by taková místa aspirovala na pravidelnou filmovou a televizní výrobu, a budou na ně přijíždět spíše turisté než filmaři. Mají většinou omezené možnosti nebo malé ambice k přilákání výroby. V případě prvního typu komunity, do níž přijíždějí filmaři kvůli určité dekoraci nebo lokaci, která však není vybavená nezbytnou infrastrukturou (nebo touhou) pro stálou či pravidelnou výrobu, bývají transformace omezené nebo dočasné, ale zanechané stopy mohou být patrné po mnoho let. Například sicilská pláž ve filmu *POŠTÁK* Michaela Rutherforda je postupně pohlcována turisty, kteří hromadně přijíždějí v zábavních lodích podívat se na filmovou lokaci. Jiná místa, jako například farmy zobrazené v *HŘIŠTI SNŮ*, využívají omezené kontakty s migrujícími médii k transfor-

22) Candace J o n e s – Robert J. D e F i l l i p p i, Back to the Future in Film: Combining Industry and Self-Knowledge to Meet the Career Challenges of the 21st Century. *Academy of Management Executive* 10, 1996, č. 4, s. 89.

23) Tamtéž, s. 89. Autoři zde popisují *průmyslové vědění* jako „v principu zaměřené na znalost kariérního systému (kultura, pravidla hry), do něhož jedinec vstupuje; znalost, kde lze získat přístup, výcvik a povýšení, a znalost, kdy zůstat, nebo naopak opustit zaměstnání. V sebepoznávání jde o znalosti.“

24) Na to mě upozornil Charles Davis.

25) Independent Film and Television Alliance and Compliance Consulting. *The Rules of Attraction: Creating a Production-Friendly Community*, 2006, říjen.

maci své podoby a dalších vyhlídek do budoucna. Druhý typ tvoří místa, která aspirují na pozici studia, obvykle zakoušejí nepravidelnou výrobu a přála by si výrobu rozšířit (Auckland, Melbourne, Budapešť, Kapské město). Třetí typ pak zahrnuje místa s etablovanou výrobou, která se rozšiřují prostřednictvím další výstavby (Toronto, Londýn). Průvodce IFTA zdůrazňuje, že výstavba prostředí přátelského k filmové výrobě představuje základní požadavek pro pravidelnou produkci. Hodně záleží na souhlasu místní komunity, protože migrující producenti posuzují přátelství ve vztahu k filmu částečně podle rozsahu dostupných daňových pobídek a snadnosti přístupu k vybraným lokacím, částečně na základě schopností a cen místních firem a pracovníků, to vše ve vztahu k potřebám konkrétního příběhu. Filmové komise, které mimo USA většinou tvoří veřejné nebo poloveřejné agentury, jsou důležitou součástí daného prostředí a žádné místo, které chce hostit více než jednu filmovou produkci, se bez komise obejde. Poskytují nejrozličnější služby výrobcům²⁶⁾ a stejně tak zprostředkovávají kontakt mezi příchozími producenty a místními, organizují *koopetici*²⁷⁾ čili simultánní spolupráci a konkurenci mezi skupinami, které reprezentují lokální zájmy. Filmové komise napomáhají budování rychlé důvěry (*swift trust*) mezi všemi stranami zainteresovanými na výrobě.²⁸⁾ A pomáhají vybudovat jurisdikční výhody, zákonné rámce, předpisy a dohody nezbytné k přilákání pravidelné výroby na určité místo a k jejímu usnadnění.²⁹⁾ Filmové komise představují základní složky nezbytné infrastruktury a prosazují lokální zájem.

„...přijdou“

Takže kdo přijde? Zatímco v minulých dekáдах inicioval myšlenku na filmovou výrobu nebo infrastrukturu putovní cirkus (obvykle) Hollywoodem financovaných filmařů,³⁰⁾ jednou z charakteristických vlastností současné mezinárodní filmové výroby je, že projekty výstavby studií jsou prospektivní, vyjadřují záměry na straně místa, spíše než aby jen dodatečně reagovaly na vnější popud.³¹⁾ Tak tomu bylo u řady nedávno postavených studií, ať už těch, které vznikly na místech bez výraznější výrobní tradice (jako například Korda Studios v Maďarsku nebo Ciudad de la Luz ve Španělsku), nebo nových studií vy-

26) Ben Goldsmith – Tom O'Regan, The Policy Environment of the Contemporary Film Studio. In: Mike Gash – Greg Elmer (eds.), *Contracting Out Hollywood*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield 2005, s. 41–66.

27) Adam M. Brandenburger – Barry J. Nalebuff, *Co-opetition*. New York: Doubleday 1996; pozn. red.: viz též pozn. 19.

28) „Rychlá důvěra [...] je založená na kategoriích, což znamená, že aktéři se lépe domluví v rámci rolí než jako jednotlivci. Očekávání jsou v důsledku toho standardizovanější a stabilnější a definovaná spíše ve smyslu úkolů než osobností.“ Gernot Grabher, Locating Economic Action: Projects, Networks, Localities, Institutions. *Environment and Planning A* 33, 2001, s. 1329–1331.

29) M. Feldman – R. Martin, c. d., s. 1235–1249.

30) Například v Ouarzazate v Maroku se v roce 1961 natáčely části filmu LAWRENCE Z ARÁBIE Davida Leana a poté zde natáčeli různí filmaři, ale studio zde bylo postaveno až při příležitosti natáčení HONBY ZA KLENOTEM NILU. Viz Aida Hozic, *Hollyworld: Space, Power and Fantasy in the American Economy*. Ithaca NY: Cornell University Press 2001.

31) To je i případ Melbourne, kde s prvním návrhem na výstavbu studia přišla vládní operační skupina. Viz B. Goldsmith – T. O'Regan, *Locomotives and Strategies*.

tvořených na místech se zavedenou výrobou a historií s cílem zvýšit kapacitu a konkurenceschopnost (Central City Studios v Melbourne a Film Port v Torontu). Kromě toho jsou v současnosti běžně renovována stará studia výstavbou nových nebo vylepšených zvukových hal, účelově koncipovaných exteriérových pozemků pro stavby filmových dekorací a vodních nádrží, které neslouží jen potřebám určité produkce, ale vytvářejí také výhody ve vztahu ke konkurenci, což byl v nedávné době případ studií Pinewood (Velká Británie), Cinecittà (Itálie), Barrandov a Warner Roadshow Movie World (Austrálie). Tím nemíním snižovat význam způsobu, jakým nadnárodní mediální korporace rozhodují o produkčních lokacích, pro strukturu a organizaci určitých míst a pro jejich politiku. Těmi, kdo mají přijít, jsou sice filmaři, ti však už nezbytně nejsou hnací silou výstavby.³²⁾

Než se studio postaví, musí do příslušné lokality přijít – nebo tam již být – řada lidí, a ti se musí angažovat v plánované výstavbě. Návrh může přijít z různých zdrojů: od developera (jak tomu bylo ve Filadelfii),³³⁾ místního úspěšného podnikatele (Sándor Demján, maďarský stavební magnát a hlavní investor výstavby Korda Studios v jeho rodném městě Etyeku), významný hráč v mezinárodním filmovém byznysu (News Corporation v Sydney, Dino de Laurentiis v Římě, Wilmingtonu, Queenslandu a nejnověji i v Maroku)³⁴⁾ nebo vládní operační skupina (Melbourne). Po vyjednání nezbytných povolení příslušných úřadů, což přivede do oblasti státního zaměstnance, inspektory a daňové poradce, může developer jmenovat významného architekta, aby navrhnul zařízení, které bude zapadat, či naopak vynikat v kontextu celkové architektury města, nebo oznámit výstavbu technologicky vyspělého studia na méně významném místě. Britský architekt Will Alsop například navrhuje Film Port v centru Toronta, zatímco losangeleská firma Bastien and Associates byla najata pro návrh řady studií, mimo jiné Ciudad de la Luz ve Španělsku. Mezinárodní nebo nadregionální investoři (slibují, že) přinesou kromě peněz i znalosti filmové a televizní výroby a napojení na síťovou organizaci – filmový a televizní průmysl. Například v Bulharsku se o bývalé národní filmové studio úspěšně ucházel americký nezávislý producent Nu Image/Millennium Films, který vyrábí filmy po celém světě.³⁵⁾ V imaginárním stádiu, než je výstavba schválena a zahájena, bude studiové hřiště snů toužit po prestižních velkorozpočtových produkcích. Tyto ambice mohou být vyvolány novináři nebo aktéry lokálního zájmu, kteří se netají inklinacemi k Hollywoodu (viz názvy jako Aussiewood, Etyekwood, Hollywood North, Hollywood South). Asociace promí-

32) Susan C h r i s t o p h e r s o n, Behind the Scenes: How Transnational Firms are Constructing a New International Division of Labor in Media Work. In: J. W a s k o – M. E r i c k s o n (eds.), c. d., s. 47–84.

33) Tom I n f i e l d, Phillywood? *Philadelphia Inquirer*. 18. 8. 2007, bp.

34) V polovině prvního desetiletí 21. století byl De Laurentiis spojován s renovací filmového studia v Ouarzazate pro plánovaný film o Alexandru Velikém, který měl režírovat Australan Baz Luhrmann. Projekt nebyl realizován.

35) To samozřejmě není nic nového, jak ukazuje historie působení Dino De Laurentiise v Gold Coast a Wilmingtonu v Severní Karolíně v polovině 80. let 20. století. Ne každá spolupráce lokálních partnerů a mezinárodní společnosti nebo zábavního průmyslu končí šťastně. Na začátku roku 1993 oznámila společnost Jackson Communications reprezentující zájmy Michaela Jacksona a jeho rodiny záměr postavit filmové studio v Nairobi, kde by vyráběla čtyři celovečerní filmy ročně. Během roku byl projekt odložen, protože obvinění Jacksona a neúspěch televizního seriálu produkovaného rodinou přinutily majitele omezit obchodní aktivity.

nentních firem nebo postav mezinárodního filmového průmyslu s určitým projektem studia často vyvolává sny o blockbusterech, nakonec však přijede spíš směsice menších migrujících projektů, možná posílená místní výrobou. Rozsah práce bude záviset na výrobní atraktivitě místa, ale velké projekty – hodně medializované a vysokorozpočtové – budou ojedinělé, protože se o jejich pozornost vede tvrdý konkurenční boj. V případě mnoha studií budou pravděpodobně převládat jiné mezinárodní produkce, lépe řečeno projekty s mezinárodními partnery, jejichž počet značně převýší hollywoodskou produkci. To se týká zvláště Evropy, ale i jiných center, například Austrálie.³⁶⁾

V raném stádiu úvah o výstavbě studia na určitém místě se často zmiňuje počet pracovních míst, která díky němu vzniknou. Ve fázi výstavby musí být najati dělníci, což přinese dočasný nárůst pracovních příležitostí pro místní obyvatele. Když byl v Kapském městě zveřejněn projekt Dreamworld, developer Anant Singh tvrdil, že fáze výstavby vytvoří 8000 pracovních míst. I když je zaměstnání tak velkého počtu místních obyvatel v oblasti s tak vysokou nezaměstnaností vítané, kolik z nich se bude podílet na další kariéře studia?

Řada studií orientovaných na migrující producenty ve snaze zajistit dlouhodobou zaměstnanost vezme pod svá křídla filmové školy a výcvikové instituce nebo s nimi naváže těsné vztahy. Nedávná výstavba studií v marockém Ouarzazante a španělském Alicante poskytla zázemí různým výrobním společnostem, poskytovatelům služeb a jiným nájemníkům – mimo jiné i filmové škole. V Austrálii se pak národní Filmová, televizní a rozhlasová škola v polovině roku 2008 přestěhovala do nové budovy sousedící se studiem Fox v Sydney.

Mohou být provedena i další opatření, která zajistí, aby místní filmaři, filmaři z jiných částí dané země nebo mezinárodní migrující producenti přišli do studia a využívali jeho zařízení. Například v Melbourne si vláda v rámci smlouvy s developery studia vyhrazuje, že výroba musí být minimálně z 25 procent domácí. Australské filmy obvykle nevyužívají prostor studií, jsou natáčeny spíše v reálech, a to z důvodů finančních i kvůli potřebám vyprávění. Výzva, aby australští producenti využívali zařízení studia, vyžadovala změnu v myšlení, a proto nebylo v Melbourne daného cíle dosaženo snadno. Nedávno se objevily jisté známky toho, že město uspělo ve snaze přilákat filmaře ze Sydney, což může svědčit o nových metodách (a o migraci) místních výrobců, ale také to může být signálem důsledků jisté samolibé liknavosti lokálního zájmu města Sydney a státu New South Wales ve vztahu k filmové a televizní výrobě v minulých letech. I když totiž Sydney hostilo od zprovoznění Fox Studios v roce 1998 výrobu největších velkorozpočtových mezinárodních hraných filmů, po roce 2005 město a studia nepřilákala žádnou větší produkci.

Různí místní aktéři a instituce musí pracovat se studiem a pro ně a udržovat jeho energetický potenciál. Pro kariérní růst studia a reputaci místa jakožto prostředí příznivého

36) V letech 2005 a 2006 celkové útraty mezinárodních filmařů v Austrálii klesly meziročně z 248 milionů amerických dolarů na 49 milionů zejména proto, že se tam nevyrobila žádná velkorozpočtová produkce typu *HAPPY FEET*, která se zde točila v letech 2004 a 2005. Zatímco však byly celkové útraty nižší než v předešlých letech, oficiální statistiky ukazují, že zde na 19 projektech spolupracovali partneři z 11 zemí. Australian Film Commission, *National Survey of Feature Film and TV Drama Production 2005–06*. Sydney: Australian Film Commission 2006.

pro výrobu filmů jsou stejně důležití jako fyzické budovy studia. Rozsáhlejší studiové komplexy pojmu do podnájmu nejrozličnější poskytovatele služeb, aby vytvořili zisk, ale také aby zlepšili šance studia a místa získat a udržet si výrobu. Díky své práci a blízkosti studia reprezentují tito poskytovatelé služeb část lokálního zájmu. Aby konzistentně získávali práci na trhu filmové výroby, kde roste konkurence, musí být nositelé lokálního zájmu vysoce motivovaní a vytrvalí, ale také mít dobré styky v rámci sítě filmového průmyslu.

Akteři lokálního zájmu mohou jednat ve jménu (ku prospěchu) určitého místa z nejrozličnějších důvodů, ale všichni se snaží těžit ze strategického významu své lokality a dále ho upevňovat, aby získali práci pro sebe a další (což je principem koopetice), aby v místě vytvořili znalosti, schopnosti a kompetence, aby přetvořili obraz a vnímání místa a posílili jeho prosperitu. Každý film nebo produkce rozšiřuje bohatství obrazů a vzpomínek, které si publikum spojuje s určitým místem, a funguje tak jako „signál odborné způsobilosti“,³⁷ čímž naznačuje výrobcům, co je v dané lokalitě možné.

Proč přijdou? A co udělají, až přijdou?

Dnes se obecně má za to, že existuje řada různých důvodů, proč se nějaký projekt realizuje na určitém místě. Ve výzkumných zprávách vypracovaných ve Spojených státech v reakci na obavy z přesunu výroby do zahraničí se obvykle rozlišuje mezi „ekonomickými“ a „kreativními“ důvody.³⁸ Bez ohledu na otázky týkající se ústřední premisy, že produkce vlastně utíkají ze Spojených států, jde o jasné, byť široké kategorie, neboť každý producent musí pečlivě zvážit požadavky příběhu ve vztahu k rozpočtu. V jiné studii jsme s Tomem O'Reganem identifikovali sérii zřejmě jemnějších determinant určujících, kde budou situovány části produkce.³⁹ Je přitom důležité, že jde o části výroby, a nikoliv o celou výrobu, protože je nyní ve filmovém průmyslu běžné, že přípravné práce, natáčení a postprodukce určitého projektu mohou být segmentovány a distribuovány do geograficky roztroušených lokalit.

Mezi kreativními důvody pro rozhodnutí, kde situovat fyzickou výrobu, je nejdůležitější touha po určité autenticitě:

Když přijeli točit [DARJEELING S RUČENÍM OMEZENÝM], [režisér Wes] Anderson zhruba zopakoval cestu [Indií], kterou už projeli, přičemž vybavili skutečný vlak svět-

37) Candace J o n e s, Signaling Expertise: How Signals Shape Careers in Creative Industries. In: M. A. P e i p e r l – M. B. A r t h u r – N. A n a n d (eds.), *Career Creativity: Explorations in the Remaking of Work*. Oxford: Oxford University Press 2002, s. 209–28.

38) Toto rozlišení lze nalézt ve dvou klíčových amerických zprávách: Monitor Company, *US Runaway Film and Television Production Study Report*. Santa Monica: Monitor Company 1999; International Trade Administration (US), *The Migration of US Film and Television Production: Impact of Runaways on Workers and Small Business in the US Film Industry*. Washington, DC, January 2001.

39) Ben G o l d s m i t h and Tom O ' R e g a n, International Production: Interests and Motivations. In: Wasko and Erickson, c. d., s. 13–44.

ly, kamerovými kolejemi a kostymérnou, aby mohli natáčet během jízdy skutečnou krajinou [...] „Mohli jste to udělat na pozemku v ateliéru s green-screenem a pár chlapů mohlo houpat vlakovým kupé,“ říká [Adrien] Brody... „ale nebylo by to tak autentické.“⁴⁰⁾

Autenticita představuje samozřejmě kvalitu světa příběhu; akt převedení určitého místa do filmu, byť jde o záběr z vlaku přetvořeného v mobilní filmovou lokaci, který putuje Indií, je jako osoba, která pózuje pro fotografii: je to aktivní proměna.⁴¹⁾ A není jen možné, ale i běžné, že se taková transformační práce nebo její části – umělé navození či výroba dojmu autenticity⁴²⁾ – realizuje na mnoha místech. To je skutečně klíčový aspekt, který ve své propagaci zdůrazňují filmové komise a lokální zájmy, jak ukazuje Greg Elmer v pojednání o reklamních materiálech, které byly dostupné na výstavě Location Expo.⁴³⁾ Platí také, že atmosféra jednoho místa – vzhled postavených i přírodních prostředí, přítomná infrastruktura, jeho reputace a historie – může působit „autentičtější“ jako reprezentace jiného místa než originál. To se týká zejména historických a futuristických reprezentací určitých konkrétních míst. Při natáčení filmu PAŘÍŽ 36 (odehrávajícího se v Paříži třicátých let) v českém městě Běchovice blízko Prahy vysvětlil režisér Christophe Barratier, že „nejde o reprodukci skutečné pařížské čtvrti, ale spíše o koncentrovanou esenci severních předměstí Paříže typu Pantin nebo Aubervilliers“.⁴⁴⁾ Toho lze dosáhnout jen díky tomu, že jsou Běchovice (ve vztahu ke světu příběhu) autentičtější než Paříž samotná. Praha staví velkou část své reputace jakožto prvotřídní výrobní lokality na své schopnosti reprezentovat jiná evropská města v průběhu historie. Aktivní transformace míst k výrobě této umělé autenticity se pochopitelně neomezuje na výrobní fázi, i když filmové komise a další zástupci lokálních zájmů soutěží nejvíce právě o natáčení. Autenticita může být libovolně zesilována nebo uměle vytvářena při postprodukci a jejím zdrojem může být samozřejmě libovolný počet míst.⁴⁵⁾

Filmová a televizní místa – ta, která aktivně bojují o příležitost objevit se ve filmu a v televizi – musí být schopna přijmout celou sérii „rolových identit“ (*role identity*), jak to

40) Stephanie B u n b u r y, Emotional Baggage. *Sydney Morning Herald*, 29.–30. 12. 2007, s. 8–9 (Spectrum).

41) Roland B a r t h e s, *Světlá komora: poznámky k fotografii*. Praha: Agite/Fra 2005, s. 18.

42) K tomuto fenoménu v širším kontextu ve vztahu ke „kreativním průmyslům“ viz zvláštní vydání *Journal of Management Studies* 42, July 2005, č. 5, jehož editoři byli Candace Jones, N. Anand a Josè Luis Alvarez.

43) G. E l m e r, c. d.

44) Adam P r e s t o n, Paris Match. *Sight and Sound* 17, 2007, č. 12, s. 11.

45) Jiným příkladem mohou být vizuální efekty futuristického zombie filmu situovaného v Londýně 28 DNÍ POTÉ, které vytvořila australská společnost Rising Sun Pictures. Záběry Londýna natáčené přímo na místě byly digitálně upravené do realističtější či „autentičtější“ podoby postapokalyptického města australskými umělci v Adelaide a Sydney: „Veškerá počítačová animace byla vytvořena v XSI a renderována v Mental Ray. Na všech počítačích byl využit program Shake a tracking v systémech Boujou a PFTrack. Londýn po bombardování napalmem byl vytvořen kombinací digitální dokreslovačky, trojrozměrného volumetrické kouře a předrenderovaných textur na pohybujících se a deformujících se kartách. V některých záběrech ve scéně pronásledování jsou Volvo a vrtulník Apache vytvořené počítačově, kulky na silnici byly zpracovány v systému CG Debris. Pro jeden záběr desítky zmasakrovaných zombie byli vyfotografováni zaměstnanci RSP na parkovišti a digitálně „infikováni“ a vloženi do fotografického obrazu.“ Online: <<http://www.rsp.com.au/portfolio/weeks.htm>>, [cit. 5. 5. 2009].

označují teoretici identity,⁴⁶⁾ a hrát jako herci, jako obecně použitelná prostředí a (ne)místa,⁴⁷⁾ jako fantastická nebo hyperreálná místa a přesvědčiví dvojníci jiných, skutečných míst. Studia mohou výrazně přispět ke hraní určitých rolových identit, a tím zvýšit produkční atraktivitu místa, protože umožňují, jak to označil Marcel Carné, „vyšší realitu“.⁴⁸⁾ To znamená, že ve studiu jsou filmaři schopni vytvořit přesvědčivější obraz místa ve světě příběhu, než jak by to umožnilo jakékoliv skutečné místo. Carného filmy *HÔTEL DU NORD* (1938) a *DÉTI RÁJE* (1945) jsou toho pěkným dokladem; oba se odehrávají v Paříži, ale oba se natáčely celé v ateliérech, první v Billancourtu v Paříži a druhý ve Victorine v Nice. V *HÔTEL DU NORD* se poprvé objevuje „Traunerova Paříž“, „vyšší“, filmová verze města stvořená výtvarníkem dekorací Alexandrem Traunerem, která měla podle Keitha Readera větší účinek na způsob, jímž ostatní filmaři zobrazují na plátně Paříž než město samotné.⁴⁹⁾

Co po nich zůstane?

Klíčová otázka pro místa, která spolu bojují o pozornost migrujících médií, je, jaké budou trvalé důsledky filmové a televizní výroby. Co po sobě filmaři zanechají? Badatelé v oblasti nové ekologie audiovizuální výroby mají to štěstí, že roste počet zpráv vládních agentur, které podrobně popisují a vyhodnocují podporu filmové a televizní výroby na různých místech a poskytují na tuto otázku odpovědi. Podobné zprávy často zdůrazňují informace o důsledcích výroby, zejména v podobě kalkulací vytvořených pracovních míst a přímých i nepřímých ekonomických přínosů. Méně často však takové zprávy poskytují srovnání ekonomických přínosů nebo přínosů v oblasti zaměstnanosti s náklady na stimuly pro producenty, přímými náklady ve formě daňových kreditů, pobídek nebo dotací, nepřímými náklady ve formě veřejného financování filmových komisí, obchodních delegací nebo zajištění infrastruktury.

V roce 2002 novozélandský Institute of Economic Research publikoval zprávu, která vyhodnocovala dopad výroby tří dílů *PÁNA PRSTENŮ* na novozélandský filmový průmysl a ekonomiku.⁵⁰⁾ Zpráva vyjmenovává sedm hlavních kategorií trvalých důsledků. Jde o:

46) Peggy A. Thoits, Personal Agency in the Accumulation of Multiple Role-Identities. In: Peter J. Burke, Timothy J. Owens – Richard Serpe – Peggy A. Thoits (eds.), *Advances in Identity Theory and Research*. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers 2003, s. 179–194.

47) Marc Augé, *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Seuil 1992. Autor nezmiňuje kinematografický charakter letištních hal, hotelových pokojů a restaurací, které označuje jako nemísta (*non-lieux*) a které jsou často vytvářené ve filmových studiích.

48) „Schopnost nafilmovat město a jeho obyvatele se chápe jako měřítko filmu coby populárního umění a dekorace jsou chápány jako prostředek, jímž si film tuto schopnost udržel po nástupu zvuku. V tomto smyslu dekorace neslouží jen jako náhražka autentických lokací, ale jako forma vyšší reality a prostředek objevování.“ Citováno in Jill Forsyth, *Les Enfants du Paradis*. London: BFI 1997, s. 38–39.

49) Keith Reader, Subtext: Paris of Alexandre Trauner. In: Myrto Konstantarakos (ed.), *Spaces in European Cinema*. Exeter: Intellect 2000, s. 36; Margaret Flinn, *Architectures of Social Being: Monuments in 1930s French Cinema*. Dizertace. Harvard University 2005. Flinnová popisuje podobný vliv na filmaře u vize Paříže stvořené René Clairem a výtvarníkem Lazare Meersonem. Claire a Meerson byli současníci Carného a Traunera.

50) New Zealand Institute of Economic Research (NZIER), *Scoping the Lasting Effects of The Lord of the Rings*. Wellington: NZIER 2002.

lepší mezinárodní reputaci Nového Zélandu jakožto filmové lokace a lepší reputaci tamních filmařů; přenos dovedností a znalostí; nové základy pro kreativní podnikání; zvýšení očekávání a ambicí v oblasti filmové výroby na Novém Zélandu; rozšíření základní infrastruktury a přátelštější regulační prostředí; atraktivnost pro turisty a vedlejší přidružené aktivity spojené s výrobou a prodejem upomínkových předmětů a figurek. Role vládních agentur je v celé zprávě bagatelizována a vůbec nejsou zohledněny náklady vlády a daňových poplatníků na stále se zvyšující pobídky. Aktivní vyhledávání migrujících produkcí vyžaduje stále větší armádu aktérů lokálního zájmu, z nichž mnozí budou pracovat ve vládních rezortech. Mnozí z těchto aktérů se budou snažit zvýšit reputaci místa, a jakmile dostanou příležitost uplatnit své lokálně specifické znalosti v nějakém filmu, budou se snažit ukázat nejen své filmařské schopnosti, ale také schopnost lokace samotné hostit nebo podporovat výrobu.

Všechny projekty mají potenciál usnadnit přenos dovedností, přičemž tato forma učení nemusí být pouze jednosměrná, od příchozích produkcí a filmařů k místním. Stejně tak je možné, že se příchozí filmaři něco přiučí od svých protějšků z míst, kam přijdou. Nemusí-li konkrétní dovednosti, tak alespoň způsoby práce nebo řízení projektu, což mohou využít ve své budoucí práci. A místní filmaři se mohou učit od sebe navzájem i od příchozích produkce přinejmenším metody spolupráce a „koopetice“, což jim v budoucnu pomůže získat další práci. Tento typ lokalizovaného učení byl předmětem zájmu mnoha analýz a teoretických prací o klastrování (*clustering*). Anders Malmberg a Peter Maskell například nacházejí významné souvislosti mezi procesy lokalizovaného učení, posilováním tvorby znalostí a „přínosy plynoucími z prostorové blízkosti vzájemně interagujících stran“ neboli klastrováním.⁵¹⁾ Práce ve vzájemné blízkosti může vytvářet „šum“⁵²⁾ nebo „lokální buzz“, což znamená „informační a komunikační ekologii tvořenou početnými kontakty tvář v tvář tím, jak se lidé a firmy v rámci jednoho odvětví setkávají ve stejném městě, městské čtvrti nebo regionu“.⁵³⁾ Ateliérový komplex může být významnou součástí této ekologie, protože může spojit jednotlivce, firmy a instituce při práci na určitých projektech nebo jako nájemníky kancelářského prostoru v prostorech studia. Jak ale výše uvedený citát naznačuje, k lokalizovanému učení nemusí docházet jen díky umístění na stejném místě nebo díky vzájemné blízkosti. Může tu být i jurisdikční učení v tom smyslu, že jednotlivci, firmy a instituce v určitém regionu a ti, kteří jsou seskupeni (*clustered*) okolo studia nebo ve městě, mohou získávat implicitní (*tacit knowledge*) i kodifikované znalosti díky zkušenostem z určitého projektu, a ty v budoucnu prakticky využít. Tyto znalosti, vyjádřené uvedením v titulcích filmů, slouží jako základ dalšího důležitého aktiva: reputace.

Budování reputace představuje rozhodující prvek v práci aktérů lokálního zájmu, protože reputace je v konkurenci filmového obchodu drahocenná věc. Pozitivní reputace se

51) Anders M a l m b e r g – Peter M a s k e l l, *Localized Learning Revisited*. DRUID Working Paper, č. 05–19, Danish Research Unit for Industrial Dynamics 2005, s. 4.

52) Gernot G r a b h e r, Cool Projects, Boring Institutions: Temporary Collaboration in Social Context. *Regional Studies* 36, 2002, č. 3, s. 205.

53) Harald B a t h e l t – Anders a n d M a l m b e r g – Peter M a s k e l l, Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation. *Progress in Human Geography* 28, 2004, č. 1, s. 38.

přímo promítá do schopnosti získat v budoucnu další práci. Stejně jako u jednotlivců a firem pracujících ve filmovém průmyslu se reputace studia nebo místa přelévá do budoucí práce. Jak jednou obecněji poznamenal Gernot Grabher, „projektový byznys je byznys reputace“.⁵⁴⁾ Reputace místa závisí ve velké míře na schopnosti filmové i nefilmové infrastruktury vyrovnat se s požadavky velkých migrujících projektů. Špatná reputace může být pro vyhlídky určitého místa na přilákání projektů zničující a může zůstat v mysli producentů déle než výkyvy měny, pracovní spory a nedostatek pobídek pro migrující filmaře. Reputace Prahy byla v polovině 90. let poškozena negativními historkami z výroby filmu *MISSION: IMPOSSIBLE* v České republice. Gold Coast ztratilo na hostování několika velkých mezinárodních koprodukcí, protože hvězdám spojeným s těmito projekty se zdálo, že město není dostatečně atraktivní. Candace Jonesová a Robert J. DeFillippi soudí, že reputace jednotlivců v průmyslu „je definována několika atributy: komerčním úspěchem jejich filmů, schopností kontrolovat náklady, technickými či uměleckými dovednostmi a interpersonálními dovednostmi“.⁵⁵⁾ Totéž se týká i samotných míst, jejichž aktéři lokálního zájmu musí rovněž disponovat interpersonálními dovednostmi. V těch případech, kdy místo vstoupilo do konkurenčního boje o migrující produkce nedávno, nebo v místech s krátkou výrobní historií, jsou interpersonální dovednosti (a reputace) těch, kdo reprezentují lokální zájmy, zásadně důležité. To je také důvod, proč se stal předsedou správní rady Korda Studios bývalý maďarský velvyslanec ve Spojených státech.⁵⁶⁾

Jedním z trvalých výsledků migrující výroby – a bývá to skutečně jeden z hlavních důvodů pro plánování výstavby studií – je schopnost vytvořit nový soubor obrazů určitého místa a s ním spojených vzpomínek, nový soubor dojmů, které je třeba správně řídit, a novou schopnost heautoskopie, tedy vidění dvojníka sebe sama.⁵⁷⁾ Developeři Korda Studios v Maďarsku nejenže revitalizovali bývalý vojenský prostor, ale také si představovali nový trend ve filmové tvorbě otevírající nové způsoby reprezentace Etyeku (a Maďarska). K podobné transformaci došlo ve východoněmeckém městě Jüterbog během natáčení *PIANISTY* Romana Polanského. Architekt Allan Starski a jeho tým tvůrčím způsobem zničili kasárna, která v době Studené války obývaly desítky tisíc sovětských vojáků, aby zrekonstruovali obraz vybombardované Varšavy v době 2. světové války. V jiné své práci jsem na toto téma napsal:

V této sekvenci *PIANISTY*, která se odehrává v ruinách, byl výsledný obraz vytvořen kombinací či navrstvením řady různých časových a prostorových vrstev, avšak ještě další vrstvy poskytuje kontext výroby. Je tu čas, v němž se film odehrává, a místo – Varšava. Je tu čas, kdy se na film díváme, naše tady a teď. Je tu čas a místo, v nichž se film natáčel, rok 2001, Jüterbog v Německu. Protože byly ruiny vytvořeny speciálně pro film z dlouho nepoužívaných sovětských kasáren v bývalém vý-

54) G. G r a b h e r, *Locating Economic Action*, c. d., s. 1329.

55) Candace Jones – Robert DeFillippi, *Back to the Future in Film: Combining Industry and Self-Knowledge to Meet the Career Challenges of the 21st Century*. *Academy of Management Executive* 10, 1996, č. 4, s. 92.

56) András Simonyi (pozn. red.).

57) R. B a r t h e s, c. d., s. 19–22.

chodoněmeckém městě, evokují také dobu sovětské okupace a kontroly Polska a části Německa od konce 2. světové války po konec 80. let. Vědomí, že se sekvence natáčela v Německu, může připomenout zničení Berlína na konci 2. světové války, které známe z týdeníků a dobových filmů, jako je například NĚMECKO V ROCE NULA [Roberta] Rosselliniho nebo BERLIN EXPRESS Jacquese Tourneura. Berlín a Varšava spolu v obraze a příběhu koexistují, stejně jako sdílejí dějiny útlu, teroru, okupace a destrukce. Film jako celek může být chápán jako reprezentace prostoru nové Evropy a nových vazeb mezi Německem a Polskem. Svým námětem a výrobou reprezentuje film rovnováhu, kterou si Německo – „das Land der Mitte“, země (ve) středu (Evropy) – musí najít v sobě a ve vztahu k sousedům.⁵⁸⁾

Lokální i regionální úřady uvítaly transformace způsobené natáčením jako prostředek současné revitalizace části města, symbolického zničení pozůstatků vojenské minulosti a potenciálního růstu a diverzifikace městské populace tím, že nahradí kasárna rozsáhlou bytovou výstavbou.

Transformace tedy mohou být významné a dlouhodobé v místech, kam migrující výroba zavítá jen jednou, což je případ Jüterbogu a Dyersville (kde se točilo HŘIŠTĚ SNŮ), i v místech, která dávají výstavbou studia najevo, že chtějí hostit výrobu pravidelně. V druhém případě jsou takové transformace rozšířenější a citelnější, protože tato místa musí být kromě změny fyzické krajiny schopná sehrát řadu rolí a dostát různým povinnostem. Stávají se součástí kultury celebrit, musí zvládnout řízení velkých projektů a berou na sebe zodpovědnost za školení pracovníků a budoucí rozvoj infrastruktury. Vlády – a šířeji i místní komunity – musí také monitorovat a upravovat nabídku stimulů filmařům, aby dané místo nepřišlo o svou výhodu ve vztahu ke konkurenci. Migrující výroba přináší řadu nejistot, které je třeba zvládnout, mají-li do postaveného studia i nadále přicházet výrobci.⁵⁹⁾

Závěr

Nová topografie mezinárodní filmové výroby zahrnuje místa, která byla dříve v tomto oboru na okraji. V mnoha z nich byla postavena studia s cílem profitovat na neustálém pohybu filmové výroby. Tato studia pomáhala utvářet nové výrobní prostředí. Jsou významným příspěvkem k expandujícímu světu mezinárodní kinematografie a novému porozumění a uchopení míst jakožto prostorů, kde dochází k pohybu a transformaci, nikoli jakožto pevně dané věci.⁶⁰⁾ Dina Iordanova tvrdí, že

58) Ben Goldsmith, THE PIANIST and the Ruins of Berlin. In: Tiziana Ferrero - Regis - Albert Moran (eds.), *Placing the Moving Image: Griffith University Working Papers in Communications* 2004, s. 3.

59) S. Ward - T. O'Regan, *Managing Uncertainty*, c. d.

60) Dina Iordanova, *Displaced? Shifting Politics of Place and Itinerary in International Cinema. Senses of Cinema*. Online: <<http://www.sensesofcinema.com/contents/01/14/displaced.html>>, [cit. 28. 3. 2008].

„Rozpínající se vesmír“ nachází svůj výraz ve filmové výrobě, která vykazuje zřetelný zájem objevovat vzdálená místa, přicházet do kontaktu s málo známými národy a, obecně, činit nové lokality konkrétně představitelnými. Oproti staršímu modelu výroby nejsou v současnosti Evropa a Severní Amerika nejdůležitější arénou, kde spolu zápasí protikladné síly a dějí se události a kde si filmaři a jejich protagonisté sami sebe představují a zobrazují. Objevily se nové světy. Dříve marginalizovaná místa jsou nyní legitimním dějištěm filmové akce.⁶¹⁾

I když Iordanova mluví konkrétně o způsobech, jimiž se současný film vyrovnává s „rostoucí komunitou globálních kočovníků“, s jejich mnohonásobným a komplexním chápáním místa a sounáležitosti s ním, tento rozšiřující se vesmír zahrnuje i místa, která vstoupila do konkurenčního prostředí mezinárodní výroby.

Znalost způsobů, jimiž může být peripatetická filmová výroba přilákána do konkrétní lokality, je nyní velmi rozšířená. Diskursy o kreativitě, kreativních průmyslech a kreativních městech, společně s novou oblastí studií turismu inspirovaného filmem,⁶²⁾ napomohly k novému chápání propojení a ekonomických a sociálních přínosů migrující výroby. Převaha velkorozpočtových filmových sérií typu Jamese Bonda nebo televizních pořadů typu reality show SURVIVOR, které vyžadují nová místa a nové podívané pro každou další část, stimuluje trh migrující výroby. Každý měsíc někdo ohlásí výstavbu nového studia. Vize „postav ho a přijdou“ působí globálně, ale, jak se tento text pokusil ukázat, nejde o jednoduchý sled příčiny a následku. Musí být vybudováno mnohé – instituce, výrobní prostory, sítě kontaktů – a je třeba vytvořit finanční a symbolické závazky, řídit se jimi a řídit je. O filmovou kariéru studia a regionu musí projevit zájem organizovaná skupina, která jedná v lokálním zájmu. A především je třeba pochopit a přijmout transformace, k nimž při hledání filmového hřiště snů nevyhnutelně dochází.

Přeložil Jan Hanzlík

Přeloženo z anglického originálu: Ben Goldsmith, *If You Build it... Film Studios and the Transformative Effects of Migrating Media Productions*. In: Greg Elmer – Charles H. Davis – Janine Marchessault – John McCullough (eds.), *Locating Migrating Media*. Lanham, MD.: Lexington Books 2010 (přeloženo z rukopisu).

Citované filmy:

28 dní poté (28 Days Later...; Danny Boyle, 2002), *Berlin Express* (Jacques Tourneur, 1948), *Darjeeling s ručením omezeným* (The Darjeeling Limited; Wes Anderson, 2007), *Děti ráje* (Les enfants du paradis; Marcel Carné, 1945), *Happy Feet* (George Miller, 2006), *Herkules* (seriál; Hercules: The Legendary Journeys; různí tvůrci, 1995), *Honba za klenotem Nilu* (The Jewel of the Nile; Lewis Teague, 1985), *Hôtel du Nord* (Marcel Carné, 1938) *Hřiště snů* (Field of Dreams; Phil Alden Robinson, 1989), *Hvězdná brána* (seriál; Stargate SG-1; různí tvůrci, 1997), *Lawrence z Arábie* (Lawrence of Arabia; David Lean, 1962), *Mission: Impossible* (Brian De Palma, 1996), *Most do Terabithia* (Bridge to Terabithia; Gabor Csupo, 2007), *Německo v roce nula* (Germania anno zero; Roberto Rossellini, 1948), *Paříž 36* (Faubourg 36; Christophe Barratier, 2008), *Pán*

61) Tamtéž.

62) Viz například Sue Beeton, *Film Induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications 2005.

prstenů: Dvě věže (Lord of the Rings: The Two Towers; Peter Jackson, 2002), *Pán prstenů: Návrat krále* (Lord of the Rings: The Return of the King; Peter Jackson, 2003), *Pán prstenů: Společenstvo Prstenu* (The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring; Peter Jackson, 2001), *Pianista* (The Pianist, 2002), *Pošťák* (Il postino; Michael Radford, 1994), *Titanic* (James Cameron, 1997), *Xena* (seriál; Xena: Warrior Princess; různí tvůrci, 1995).

Poznámka o autorovi

Ben Goldsmith působí jako postdoktorský výzkumný pracovník v Centre for Critical and Cultural Studies a zároveň ve School of English, Media Studies and Art History při University of Queensland v Austrálii. Do roku 2010 pracoval šest let jako přednášející a badatel na Australian Film, Television and Radio School v Sydney, kde také řídil Centre for Screen Studies and Research. Zabývá se mj. globální a australskou mediální produkcí. Napsal knihy *The Film Studio* (2005, s Tomem O'Reganem) a *Local Hollywood* (2010, se Susan Wardovou and Tomem O'Reganem); je koeditorem publikace *Intellect Directory of Australian and New Zealand Cinema*, která vyjde letos.