

Andrew Higson – English Heritage, English Cinema. Costume Drama Since 1980. (Oxford University Press, 2003)

- škála metod:
- empirické výzkumy – vývoj průmyslu, marketingové a propagační diskursy a praxe, statistiky tržeb, kritická recepce;
- produkční kontexty a trhy, na nichž jsou filmy uváděny – takže se výzkum dotýká diskursu politické ekonomie
- analýza filmového stylu – jak filmy fungují jako texty
- formalistická analýza konstrukce významu – testováno proti kritické recepci nebo internetovým diskuzím fanoušků – pro zdůraznění omezené takové formalistické analýzy.

Elizabeth

- Snaha oslovit širší publikum – mísení různých žánrových atrakcí
- Oslovování segmentů publika, které nepatří k tradičním fanouškům kostýmních filmů (analýza propagačních textů)
- Jaké interpretace jsou podporovány propagací? (zde: ambivalence)
- Kulturní vliv (např. tržby jako ukazatel; filmové festivaly)
- Produkční kontext: cyklus kostýmních dramát/heritage filmů
- Úspěch nového britského filmu

- Pozice produkční společnosti (PolyGram)
- Vztah k Hollywoodu
- Kontext produkce, propagace, uvádění
- Zapojení do různých soudobých diskursů (postfeminismus)
- Reference v propagačních materiálech (Kmotr)
- Diskurz autentičnosti
- (mix žánrů a publik – posilování škály různých čtení)

2.

- Širší kulturní a politický kontext: tradiční a nové (New Labour)
- Národní identita – obraz nár. identity v krizi (heritage cinema); boj o smysl národního obrazu; „čí je národ?“
- Čtení filmu – ovlivněno určitými cíli

3.

- „Kdo vlastní média?“ – vlastnická struktura; národní x globální zábavní průmysl
- „evropský film“, „evropské hodnoty“
- „Crossover“; specializovaný x mainstreamový trh
- Primární a sekundární segment publika
- Způsob uvedení (platform release)
- Datum uvedení na trh; - pro jaké publikum?; další osud filmu na trhu
- Podoba plakátů; pro různé trhy – rozdíly mezi národními trhy; rozdíly proti jiným žánrům, jiným filmům stejného žánru i cyklu
- Úspěšnost na národním trhu; na evropském trhu; na americkém trhu
- Žánrové zařazení v propagaci; historický thriller (mísení kostýmního dramatu a thrilleru)

4.

- Žánrová označení; jak žánrově zařazováno recenzenty; žánr v propagačních materiálech
- Zařazení do tradice žánru (evropské filmy národního dědictví)
- Thriller a kostýmní drama; -- hybridnost – také viz úvodní sekvence: estetické potěšení plus historická autenticita (role stylu filmu)
- Přitažlivost pro různé společenské vrstvy; viz reakce tisku – zaměřeného na různé publikum

4.

- Ženské publikum kostýmního dramatu;
- Ženské časopisy, reakce, způsoby čtení
- Možná čtení (jako „feministický“ text)
- Reference v recenzích

5.

- Styl a narace
- Mizanscéna
- Spektakularita x narativ
- Styl: vlivy (Bollywood)
- Realistický efekt
- „války vkusu“; spory kolem stylu (symbolické čtení stylu)
- Interpretace (různých) interpretací

6.

- Jak analyzovat film? Jako: estetický projekt, kinematografie narativní integrace (Bordwell) – nebo jako kinematografii atrakcí, konzumní objekt – komerční estetika (Richard Maltby)?
- Herecké obsazení – eklektismus; cameo role, integrace do narativu

7.

- Mimofilmové komerční souvislosti; tie-ins – sdružená propagace;
- Konotace – př. – soundtrack: klasická hudba --- „náročné“ publikum
- Scénář x novelizace (literárně přepracovaný scénář)
- Kultura turismu národního dědictví
- Film jako turistický průvodce

8.

- Interpretace heritage industry: reprezentace, modernizace dějin pro současného konzumenta
- Historický diskurs (v propagaci)
- Vztah napětí mezi oficiálními dějinami a filmovým narativem
- Diskurs authenticity x diskurs „neuctivosti“ k dějinám
- Přepřelování obrazu postavy národní mytologie pro nové generace (postfeministický diskurs)

9.

- Modernita x autenticita
- Pravděpodobnost (verisimilitude) – konvenčnost – produkovat známou verzi historie
- Kódy autentičnosti
- Role speciálních efektů (zde: neviditelnost)
- Divácké očekávání
- Odkazy k dějinám – referenční body – co bylo využito?

Zdroje

- Oficiální webová stránka
- Datum uvedení – na různé trhy
- Tržby
- ceny na festivalech
- Kritická reakce
- Telefonní rozhovory (distribuční společnost...)
- Propagační brožura (booklet) – pro různé trhy
- Recenze – orientace zdrojů (novin, časopisů)
- Televizní reklamy
- plakáty
- Scénář
- Zábavní a volnočasový průmysl (zde např. turismus) – propagace, webové stránky, noviny a časopisy
- Film: styl, narace

