

Historický vývoj kin od roku 1990

Miroslav Libicher

Bakalářská práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Miroslav LIBICHER**
Osobní číslo: **K08377**
Studijní program: **B 7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**

Téma práce: **Historický vývoj kin od roku 1990**

Zásady pro vypracování:

1. Provedte rešerši literatury k problematice vývoje kinematografie, technického vybavení biografů a marketingových strategií, které mohou biografy využívat. Na základě teoretického vymezení studované problematiky formulujte cíle práce, pracovní hypotézy a metody jejich ověřování.
2. V praktické části analyzujte údaje z filmových periodik a dostupných statistik ze sekundárních zdrojů v období let 1990–2010.
3. Na základě výzkumu a zvolených metod zjistěte, jak technologické faktory ovlivňují přístup diváků ke kinům v ČR a provedte srovnání s obecnými vývojovými tendencemi.
4. Vyhodnoťte analýzu a zpracujte a její výsledky. Charakterizujte současnou situaci českých kin. Stanovte možnosti dalšího vývoje řešené problematiky, příp. i prognózy budoucího vývoje a navrhněte možná doporučení.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

THOMPSON, Kristin; BORDWELL, David. Dějiny filmu : přehled světové kinematografie. 1. vyd. Praha : AMU, 2007. 827 s. ISBN 978-80-7331-091-2.

MONACO, James. Jak číst film. 1. vyd. Praha : Albatros, 2004. 735 s. ISBN 80-00-01410-6.

DIXON, Wheeler. The Second Century of Cinema: The Past and Future of the Moving Image. 1. vyd. New York : State University of New York Press, 2000. 286 s. ISBN 079144516X .

SZCZEPANIK, Petr. Nová filmová historie: antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury. 1. vyd. Praha : Herrmann & synové, 2004. 528 s. 80-239-4107-0.

MARICH, Robert. Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies and Tactics. 2. vyd. Praha : Southern Illinois University Press, 2009. 336 s. ISBN 0809328844.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Svatava Navrátilová, Ph.D.**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce: **1. října 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **17. září 2012**

Ve Zlíně dne 15. února 2012

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

děkanka



Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.

ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- беру на ве́доми, же бакала́рская/дипломовá práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně17.5......2022.....

MIROSLAV LIBICHER 
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací.

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Práce se zabývá historickým vývojem filmového průmyslu a kultury ve vztahu k širšímu - zejména technologickému a společenskému - kontextu, který ji formoval. Teoretická část se věnuje současným metodám přístupu k filmové historii, shrnuje základní poznatky o technických milnících a způsobech, jakým ovlivnily procesy, při nichž jsou filmy vyráběny i sledovány a v neposlední rozebírá fenomén multikin, která se zdají být úspěšným naplněním potřeb moderních diváků ve vztahu k tomu, co pro ně dnes návštěva kina znamená a co od ní očekávají. Praktická část práce se na základě analýzy filmových periodik a statistických údajů ze sekundárních zdrojů snaží charakterizovat vývoj českého filmového trhu v letech 1990 - 2010 a pojmenovat přitom faktory, které jej zásadním způsobem ovlivnily. Pokouší se též zachytit souvislosti mezi měnící se návštěvností kin a alternativními možnostmi, jak sledovat filmová díla mimo klasické kinosály.

Klíčová slova: kinematografie, film, kina, návštěvnost, vývoj, trh, video, půjčovny, internet, diváctví

ABSTRACT

This thesis discusses the historical evolution of film industry and culture in relation to its broader context. Especially in terms of technological and social development. The Theoretical part consists of description of the actual approaches to film history, basic facts about technological milestones and the way they change production and reception processes. It goes deeper into the role of multiplexes in movie-going culture nowadays which seems to meet the needs of contemporary cinemagoers. Main concern of the Practical part is to characterize development of the Czech film market in the years 1990 – 2010 and to name some major influences of it, using film journal analysis and statistical data from secondary sources. It also tries to capture the linkages between cinema attendance changes and alternative ways of watching films outside cinema halls.

Keywords: cinema, film, movie, cinema halls, attendance, evolution, market, video, internet, movie-going

PODĚKOVÁNÍ

Chtěl bych poděkovat vedoucí své práce, paní Svatavě Navrátilové, za korekce a cenné rady a také všem, kteří mě v průběhu její tvorby jakkoli materiálně či morálně podpořili.

„Kinematografie je nejkrásnějším podvodem na světě.“

Jean-Luc Godard

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně dne.....

Podpis.....

OBSAH

ÚVOD	3
I TEORETICKÁ ČÁST	5
1 HISTORIOGRAFIE FILMU	6
2 TECHNOLOGICKÁ HISTORIE FILMU	8
2.1 MILNÍKY VE VÝVOJI FILMOVÉ TECHNIKY	9
2.1.1 Synchronní zvuková stopa	9
2.1.2 Barevný film.....	9
2.1.3 Širokoúhlý formát obrazu	10
2.1.4 Prostorový zvuk	10
2.1.5 Stereoskopická projekce.....	11
3 SOCIÁLNÍ HISTORIE FILMU	13
3.1 ZÁKLADNÍ OTÁZKY OBORU	13
3.1.1 Sociální historie filmové produkce a její módy	14
3.1.2 Film jako kulturní dokument.....	15
3.1.3 Veřejná a odborná reflexe filmu	16
3.2 DIVÁCTVÍ A DIVÁCKÁ ZKUŠENOST	17
4 OBCHODNÍ STRATEGIE KIN	19
5 SHRnutí TEORETICKÉ ČÁSTI	21
5.1 CÍLE PRÁCE A HYPOTÉZY	21
II PRAKTICKÁ ČÁST	23
6 ČESKÝ FILMOVÝ TRH V LETECH 1990 - 1998	24
6.1 SPOLEČENSKÁ SITUACE	26
6.2 TECHNICKÉ VYBAVENÍ A MOŽNOSTI PRODUKCE	27
6.2.1 Domácí audiovizuální technika.....	28
6.3 EKONOMICKÁ A LEGISLATIVNÍ SITUACE	30
6.4 STAV DISTRIBUCE.....	30
7 ČESKÝ FILMOVÝ TRH V LETECH 1999 – 2010	32
7.1 SPOLEČENSKÁ SITUACE	34
7.2 EKONOMICKÁ A LEGISLATIVNÍ SITUACE	35
7.3 STAV DISTRIBUCE.....	36
7.4 TECHNICKÉ VYBAVENÍ KIN.....	39
7.5 DOMÁCÍ MOŽNOSTI PROJEKCE FILMŮ	40
7.5.1 VHS a optické disky.....	41
7.5.2 Internet a přehrávání filmů na počítači	43
7.5.3 Otázka filmového pirátství	44
8 VERIFIKACE HYPOTÉZ A SHRnutí PRAKTICKÉ ČÁSTI	47
ZÁVĚR	49
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	50
SEZNAM GRAFŮ	55
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	56

ÚVOD

Když roku 1895 bratři Lumièrové objížděli svět se svým kinematografem, nebyli si ještě vědomi toho, že pokládají základy pravděpodobně nejvýznamnějšího kulturního fenoménu nadcházejícího století. Nedovedli totiž rozpoznat umělecké možnosti filmu a domnívali se, že záznamy pohyblivých obrázků budou moci sloužit jako zdroj příjmů od platících diváků jen po omezený čas – než se lidem omrzí a stanou se významné jen pro vědecké účely.

Uplynulo však jen několik málo let, než se z filmu stala celosvětová senzace a návštěva kina se stala významnou kratochvílí. Její pozice ve světě zábavy a společenského života se však postupem času proměňovala a tomu se přizpůsobovalo i vybavení kin samotných – namísto do někdejších honosných a luxusně vybavených sálů, do nichž si lidé museli rezervovat lístky dopředu, dnes chodíme do reklamně blyštivých multikin, které jsou součástí velkých nákupních center a kde máme širokou možnost výběru, který film a v jaký čas chceme právě zhlédnout.

Tato práce vzešla z našeho poměrně dlouhodobého zájmu o světový film a kinematografii jako takovou a jejím účelem je analyticky pohlédnout na stav českých kin mezi lety 1990 – 2010 a pokusit se pojmenovat faktory, které ovlivňovaly jejich návštěvnost i obchodní strategie. Uvědomění si těchto skutečností a vlivů je totiž základním výchozím bodem pro jakékoli další obchodní a marketingové aktivity, které bychom případně v oblasti kin a kinematografie chtěli provádět.

Brali jsme přitom na zřetel skutečnost, že stejné téma již v minulosti zpracoval náš někdejší spolužák Michael Spurný (1) a dali jsme si tedy záležet na tom, abychom problematiku uchopili z jiného konce a neopakovali již vyřčené. Teoretická část tedy shrnuje aktuální metody přístupu k otázkám historie kinematografie a pohlíží na hlavní milníky, které formovaly podobu kin a filmové kultury v minulosti. Tyto poznatky jsou pak využity při analýze situace v ČR ve vymezeném období.

Jako sumář základních poznatků o dnešních filmových teoriích nám posloužila informačně poměrně hutná předmluva Petra Szczepanika k antologii *Nová filmová historie*. Poznatky o historiografii filmu nám zase poskytla široce uznávaná kniha *Film History: Theory and Practice* Douglase Gomeryho a Roberta Allena, faktické poznatky jsme načerpali z knih předního filmového teoretika a historika Davida Bordwella a jeho manželky Kristin Thompsonové a doplnili je o postřehy Jamese Monaca, další významné kapacity v oboru.

Pro účely praktické části práce jsme pak kromě řady statistik a pravidelných zpráv Ministerstva kultury prostudovali dvě desítky ročníků *Filmového přehledu*, časopisu sbírajícího katalogové údaje o filmech v českých kinech, který vydává Národní filmový archiv. Stejně tak jsme pracovali i s mnoha ročníky magazínu *Cinema*, svého času našeho nejvýznamnějšího periodika o filmu. K vytvoření ucelenější představy o situaci našich kin a trhu s filmy nám pak neocenitelným způsobem pomohl velmi obsáhlý a informačně hutný článek Aleše Danielise v odborném časopise *Illuminace*.

Při volbě internetových zdrojů (mezi nimiž se občas objevují i blogy) jsme se snažili pracovat především s texty autorů, kteří jsou renomovanými filmovými znalci a jimi poskytované informace je tak možno považovat za důvěryhodné a fakticky korektní.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 HISTORIOGRAFIE FILMU

Jelikož samotné zadání práce vybízí k historickému zkoumání specifické filmové kultury ve vymezeném období, je vhodné si na jejím začátku shrnout základní poznatky o směrech, kterými se současné bádání na poli filmu ubírá a o vývoji cest, jež k tomuto stavu vedly.

Bordwell a Thompsonová, vysoce respektovaní filmoví vědci a zástupci takzvané wisconsinské školy, definují práci filmového historika jako vytváření patřičných otázek a hledání dostatečně průkazných odpovědí na ně. Badatelům také vytyčují dva základní cíle – tím prvním je popisovat skutečnosti a tím druhým odhalovat příčiny a vztahy. Systematičnost jejich práce má být přitom hlavním rysem, jenž je odlišuje od poznání chtivých fanoušků, kteří se na místo souvislého vědění pídí spíše po kuriozitách a zajímavostech, nehledíc na to, zda a jak by mohli nabyté znalosti dále zužitkovat (2 stránky 10,11)

Autory prvních historických prací přitom byli právě amatérští nadšenci. Ti hodně čerpali z vyprávění pamětníků či z vlastních vzpomínek, přičemž ke svým (často nepřiliš důvěryhodným) zdrojům nepřistupovali kriticky. Jejich neznalost vědeckých metod historiografické práce, či jejich nedůsledné uplatňování spolu s tendencí nahlížet na film romantickým očima jako na fascinující příběh nového kulturního odvětví pak vedla ke vzniku různých mýtů, z nichž některé v povědomí širší veřejnosti přetrvávají dodnes, ač mezitím byly spolehlivě vyvráceny.¹

Zásadní význam má skutečnost, že předmětem zájmů prvních filmových historiků byly především samotné filmy a jejich tvůrci. Koncept „teorie velkých mužů“ („Great Men Theory“), přesvědčení historiků 19. století, že dějiny jsou formovány mimořádnými, výjimečně vlivnými jednotlivci, se přelil i do oblasti filmových studií a ještě v druhé půlce 20. století tak vycházely publikace, pro něž dějiny filmu znamenaly především přehled údajných geniálních tvůrců a jejich mistrovských děl. Ač i takové texty mohly být samozřejmě podnětné, neprozrazovaly mnohé o trendech převládajících v určité době a na určitém místě, ani o způsobech, jak a proč se měnily. K tomu nevedl jen fakt, že pozornost byla upírána na díla výjimečná a nikoli průměrná a reprezentativní, ale i nezájem badatelů o nefilmové zdroje odhalující širší souvislosti, v nichž filmy vznikaly a byly promítány publiku.

¹ Pravděpodobně nejznámější legenda se váže k projekcím raného filmu bratří Lumièrů *L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat* (1896), při níž prý vyděšení diváci utíkali ze sálu, aby je příjíždějící vlak na plátně nepřešel.

Změna tohoto stavu přišla až díky revizionistickým teoriím „nových filmových historiků“ (New Film Historians), případně „archeologům médií“ (Media Archeologists). Tito autoři slovy Petra Szczepanika (3 str. 10) „kladou důraz na interdisciplinární propojení s ostatními společenskými a humanitními vědami. Důležitější než „umělecké hodnoty“ filmových děl jsou pro ně kulturně-historické kontexty produkce, distribuce, uvádění a recepce, čili technologické, ekonomické, sociální a kulturní podmínky a praktiky výroby, šíření a sociálního použití filmu, stejně jako jeho propojení s příbuznými institucemi, médii, formami a produkty.“

Ač právě jejich přístup bude výchozím bodem i této bakalářské práce, nemá vzhledem k jejímu cíli smysl zde hlouběji rozebírat jejich metody, názory na vývoj filmové kultury, či určité spory, které mezi nimi panují. Nejdůležitější je, že tito badatelé jednak odmítají filmy třídit podle pochybných a značně subjektivních filtrů domnělé umělecké hodnoty a také, což je nejpodstatnější, rozšiřují pole svého výzkumu mimo samotná filmová díla v přesvědčení, že k pochopení kinematografie je potřeba pracovat i s nefilmovými zdroji a zaměřit se na studium procesů, při nichž filmy vznikaly a byly sledovány.

Nutnost znalosti kinematografie jako komplexního celku Thompsonová velmi výmluvně dokazuje na příkladu archiváře, jemuž se dostane do rukou neoznačená filmová kopie a on musí vypátrat, jak se daný snímek nazývá, kdo byli jeho tvůrci a ve které zemi a v jakém roce vznikl. U prakticky neznámého díla takový úkol může vyžadovat schopnost analyzovat filmový styl (jenž napoví, do jakého období patří), identifikovat jednotlivé herce, či se vyznat v geografických a historických specifikách technické stránky natáčení. (2 stránky 10,11)

Aby se však z víceoborového přístupu nestal nepřehledný chaos, je přeci jen potřeba vymezit si nejdůležitější okruhy, jimiž se chce člověk věnující se historickému studiu filmu zabývat. Gomery s Allenem, autoři obsáhlé knihy *Film History: Theory and Practice* věnují se historiografickým postupům, předkládají štěpení historie kinematografie do větve estetické, ekonomické, technologické a sociální. (4 str. 15), Bordwell s Thompsonovou ještě dodávají větev biografickou. (2 str. 13) Jelikož předmětu této práce nejvíce odpovídá zkoumání technologické a sociální, budou právě těmito oblastem věnovány následující kapitoly.

2 TECHNOLOGICKÁ HISTORIE FILMU

Vztah mezi uměním a technologickým vývojem není nikterak jednoznačný. Jak poznamenává Monaco, „někdy vede technologický vývoj ke změně estetických hodnot daného umění, jindy estetické požadavky vyžadují novou technologii: vývoj technologie je často výsledkem kombinovaných ideologických a ekonomických faktorů“. (5 str. 64)

Jisté ovšem je, že u různých druhů umění můžeme pro tyto vztahy nalézt různé vzorce. Je například zjevné, že technologie tisku je zásadní pro rozšíření literární tvorby mezi čtenáře, nicméně vývoj v této oblasti v několika posledních dekadách zpětně neovlivnil její estetiku nikterak postřehnutelným způsobem. (5 str. 64) Důvody jsou ovšem zřejmé – v literatuře je technologie relevantní téměř výhradně ve vztahu k její distribuci ke čtenářům, samotný proces vzniku literárních děl je na technice takřka nezávislý, neboť spisovatel používá jen pero a papír. Pro své pohodlí samozřejmě může psát i na mechanickém či elektrickém psacím stroji, na počítači, nebo svá díla diktovat zapisovateli, ale tyto postupy nijak nedeterminují stylistické prostředky, s nimiž může v rámci díla pracovat.

V kinematografii je nicméně situace diametrálně odlišná, neboť ta vyžaduje množství sofistikované techniky, jak k produkci, tak k prezentaci hotových děl divákům. Technické možnosti při výrobě filmů se nepochybně zásadně podepisují na jejich formální a stylistické podobě a ovlivňují filmový jazyk, jak si ostatně ukážeme níže.

Je přitom stále potřeba rozlišovat technologii natáčení a technologii záznamu, neboť pouze druhá zmíněná kategorie přímo souvisí s možnostmi projekce v kinech, které nás v této práci zajímají nejvíce. Použití či nepoužití kamerových jeřábů či digitálních triků sice výrazně ovlivní estetickou podobu natáčeného filmu, ale nemá žádný vliv na vybavení, které je nutné k jeho projekci. Totéž však již neplatí například při užití prostorového zvuku dle standardu DTS nebo třeba 70mm negativu. Zde již musí být kino vybaveno adekvátními technologiemi, aby bylo možno snímek promítnout v podobě zamýšlené tvůrci. Důsledky, jaké to má, popisuje například Kamil Fila (6) v recenzi na snímek *TRON 2.0* (2010, režie Joseph Kosinski), jenž plný zážitek (jehož se docíluje výrazným a hlasitým zvukem a prostorovým řešením obrazu) poskytuje pouze ve specializovaném kině IMAX.

2.1 Milníky ve vývoji filmové techniky

Máme-li pochopit vazby mezi vývojem filmové techniky a změnou filmové estetiky a kultury diváctví v moderní době, je namístě si ve stručnosti připomenout jejich minulost, z níž vyplývají určité precedenty. Právě z nich se dá vycházet při predikcích dalšího vývoje.

2.1.1 Synchronní zvuková stopa

První výraznou inovací od dob vzniku kinematografie se stal nástup zvukového filmu² v roce 1928. Možnost synchronně zaznamenávat zvukovou stopu sice na jednu stranu rozšířila filmovou řeč o zcela nový prostředek (postavy mohly vést složité dialogy, zpívat, bylo možno využívat ruchů, jejichž původ vychází z prostoru mimo rám obrazu atd.), ale vedl zároveň k dočasnému úpadku jejich estetických kvalit. (7) Absence zvuku totiž postupně přivedla filmaře k sofistikované, kreativní a expresivní práci s obrazem, jenž byl vlastně jediným nositelem významu. Když toto omezení pominulo, mnoho režisérů najednou podlehl svodu nechat herce o všem popisně mluvit a část kinematografického kouzla se vytratila. Záznamové zařízení pro nahrávání audio stopy navíc bylo objemné a těžko manipulovatelné a bylo třeba kvůli němu obalovat kamery zvukovou izolací, aby se nenahrával jejich charakteristický hukot – vinou toho upadla i předtím poměrně rozvinutá práce s pozicí a pohybem kamery. Samotná skutečnost, že filmy „mluví“ však zvědavé diváky přitahovala do kin bez ohledu na to, jakou kvalitu promítaná produkce měla.

2.1.2 Barevný film

Dalším, téměř podobně významným zlomem byl film barevný. Jeho počátky sahají poměrně hluboko do minulosti – i velká řada raných filmů nebyla zcela černobílá, nýbrž minimálně virážovaná³ či ručně kolorovaná. První hraný film, jenž byl barevně i nasnímán, a to za pomoci technologie třibarevného Technicoloru, vzniknul v roce 1935. Ve světě se přesto barevné snímky naplno prosadily až koncem 60. let, neboť barevné filmové negativy byly velmi drahé a natáčení na ně se vyplatilo jen u velkých produkcí s vysokým rozpoč-

² Přesnějším termínem by mohlo být spíše „film se stálým a synchronním zvukovým záznamem“, neboť ani takzvané „němé“ snímky nebyly ve skutečnosti promítány zcela bez zvukového doprovodu – o něj se totiž starali doprovodní umělci, ať už šlo o řečníky či specializované hudebníky, kteří se krom hudebního podkresu občas pokoušeli i o imitaci různých ruchů. (46)

³ Virážováním rozumíme chemický proces, při němž jsou světlé části filmových políček zbarveny do určitého odstínu.

tem. Hollywood byl podle Thompsonové a Bordwella (2 str. 534) k užívání barevného materiálu dotlačen také prudkým rozvojem amerického televizního průmyslu, na němž byli filmaři finančně závislí a který jevil zájem zejména o snímky natočené barevně.

Ač se i dnes někteří filmaři z estetických důvodů uchylují k užití černobílého obrazu⁴, současní diváci jej mají tendenci vnímat hlavně jako archaický výsledek někdejší technologické nedokonalosti. V zemích, kde na rozdíl od USA nebyly v 60. a 70. letech běžnou záležitostí barevné televizory⁵, však mohla kina lákat diváky právě na projekce v barvě.

2.1.3 Širokoúhlý formát obrazu

Důležitý je také nástup širokoúhlého formátu obrazu, jenž se v USA prosadil zhruba v polovině 60. let a ostatní země s různě dlouhým zpožděním následovaly. Širokoúhlé snímání je bližší způsobu, jakým běžně vidí člověk⁶ a znatelně přeje rozsáhlým záběrům krajiny či epickým davovým scénám, o jaké v Hollywoodu 60. let, kdy vznikalo mnoho historických spektaklů a muzikálů, nebyla nouze.

Televizní obrazovky založené na technologii katodové trubice se však tomuto formátu nemohly přizpůsobit a filmy musely být pro televizní vysílání buď ořezány (čili se z nich ztratila podstatná část obrazové informace), nebo vyplnily jen část obrazovky a nahoře i dole byly vybaveny černými pruhy. S rozmachem videa v 80. letech se tento problém začal řešit speciálním komponováním obrazu přímo při natáčení, ale do té doby byl neořezaný širokoúhlý formát filmů také jedním z hlavních důvodů, proč si pro sledování filmu namísto televize zvolit kino. (8 stránky 244-249)

2.1.4 Prostorový zvuk

Jednou z hlavních domén kin se také stal tzv. prostorový zvuk (surround sound). Toho se dosahovalo tak, že audio stopa byla nahrána na více kanálů⁷ a poté přehrávána z více re-

⁴ Pravděpodobně nejznámějším případem je *Schindlerův seznam* (1993) Stevena Spielberga. Zmínit však lze i nedávný oscarový hit *The Artist* (2011, režie Michel Hazanavicius).

⁵ Česká televize barevné vysílání spustila teprve roku 1973. (47)

⁶ Tedy má větší rozhled po horizontále, nežli po vertikále.

⁷ Standardně se používal jeden (mono), nebo dva (stereo), v nichž se lišila stopa pro levou a pravou stranu.

produktorů umístěných kolem diváka, takže ten byl zvukem doslova obklopen a mohl mít pocit, že se nachází v samotném centru dění.

Ve filmu se prostorový zvuk poprvé objevil již roku 1940, průkopníkem dodnes rozvíjeného standartu společnosti Dolby pak byl nákladný velkofilm *Apocalypse Now* (1978) Fran-
cise Forda Coppoly. Na konci 80. let se prvně objevil formát Dolby Digital 5.1 (užívající 6 kanálů) a ve Spielbergově *Jurském parku* z roku 1993 byl poprvé užit formát DTS. (9 stránky 3,4) Oba přitom dodnes patří k těm nejpoužívanějším.

O tom, jak byl v myslích lidí v Česku tento typ zvukové reprodukce spojován s kiny, svědčí i vzpomínky autora této práce, který si vybavuje, že ne jeden Čech před lety nesprávně mluvil o reproduktorové soustavě jako o „domácím kinu“ (přitom toto označení pochopitelně celé přehrávací sestavě – včetně obrazovky a přehrávače přenosných médií).

2.1.5 Stereoskopická projekce

Nejpodstatnější inovací pro tuto práci je technologie stereoskopické neboli 3D projekce, která se do českých kin začala ve větší míře zavádět teprve nedávno v souvislosti s jejich digitalizací.⁸ 3D filmy využívají specifické vlastnosti lidského vidění, které zpracovává dva lehce odlišné obrazy z každého oka a jejich spojením v mozku utváří iluzi obrazu jediného, ale za to plastického. Při snímání 3D filmu je proto také třeba natočit dva o něco posunuté obrazy a ty poté nějakým způsobem přefiltrovat tak, aby každé oko vidělo jen jeden. Dnes se toho docílí pomocí speciálních brýlí, přičemž se využívá několika specifických postupů – polarizace, spektrálního rozkladu či aktivních brýlí, které synchronně s děním na plátně vždy jedno oko na zlomek sekundy zakrývají. (10)

I u této technické vymoženosti leží několik desítek let mezi datem, kdy byla poprvé použita a datem, kdy se stala normou. K první známé projekci 3D filmu došlo podle všeho v USA již roku 1922, přičemž daný snímek byl promítán ze dvou samostatných pásů a k docelení plastičnosti byla užitá anaglyfová metoda⁹. V USA se stereoskopické filmy

⁸ Realizace stereoskopického promítání je totiž na digitálních promítačkách podstatně jednodušší a ekonomičtější, nežli na přístrojích užívajících 35mm filmový pás. 3D filmy se také na digitálních nosičích standardně distribují.

⁹ Ta využívá pro oddělení obrazů pro pravé a levé oko barevných filtrů a není proto vhodná pro barevné snímky.

promítaly prakticky od 50. let¹⁰, většinou šlo o specializované snímky, které neměly velký komerční úspěch ve srovnání s běžnou produkcí. Nutnost používat velké neohrabané kamery a dvojnásobek filmového materiálu ostatně tyto snímky velmi prodlužovala a komplikovala průběh natáčení. (11 str. 10)

O budoucnosti 3D technologie se zatím vedou vášnivé spory a dosud není jisté, zda je její současná obliba jen krátkodobým výstřelkem, nebo zda sledujeme další významný milník v technologické historii kinematografie, jako tomu bylo v případě dříve zmíněných inovací. Kromě možných negativních zdravotních dopadů (dosud přesvědčivě nezdokumentovaných) hovoří kritici o tom, že 3D vlastně zážitek z filmu příliš neprohlubuje, ani významně nerozšiřuje paletu výrazových prostředků, které mají k dispozici tvůrci.¹¹ Svým dopadem na estetiku filmu se tak 3D nejpříhodněji srovnávat s prostorovým zvukem, na rozdíl od něj však přináší různé technické komplikace – polarizační brýle kupříkladu znatelně snižují jas obrazu. Některé z novějších 3D filmů také byly kritizovány za příliš laciné a vtíravé využití stereoskopického efektu, kvůli němuž bylo filmové umění degradováno na pouťovou zábavu.

¹⁰ Přičemž například v Indii vznikl první 3D film roku 1984. První českým (hraným) 3D snímkem je však až muzikál *V peříně* z roku 2011.

¹¹ Ukázkou takové kritiky je například článek proslulého filmového kritika Rogera Eberta *Why I Hate 3-D (And You Should Too)* na zpravodajském serveru *The Daily Beast*. (48).

3 SOCIÁLNÍ HISTORIE FILMU

Sociální (a kulturní) historii filmu rozumíme chápání kinematografie ve vztahu k společenskému klimatu dané doby a oblasti. Základ tomuto odvětví historického zkoumání byl podle Szczepanika (3 str. 22) položen již ve 20. letech minulého století a to nikoli specializovanými výzkumníky, ale spíše sociology a filosofy spjatými s frankfurtskou školou. Obsahový rozbor filmů ze sociologického hlediska se uplatnil především v agendě tehdejších emancipačních hnutí žen a etnických menšin (zejména pak černochů v USA). „*Hlavní pozornost se zde soustředila na filmy, které byly interpretovány jako symptomy, vyjádření či odrazy určitého stavu společnosti, aniž by výsledné teze byly prokazovány výzkumy mimofilmových podmínek produkce a recepce.*“ (3 str. 22)

Dnešní sociální historie filmu nicméně staví právě na důsledné práci s širokou paletou zdrojů a protíná se s historií klasickou. Velmi příznačné je, že mimo specializované výzkumníky se autory takových prací stali lidé, kteří měli vhléd do procesů produkce a recepce v rámci širší společnosti. Příkladem může být například kniha *Picture Palace – A Social History of the Cinema* (1974), která se věnuje stavu kinařské kultury ve Velké Británii od jejího počátku až do konce 2. světové války a jejíž autorkou je Audrey Field, dlouholetá zaměstnankyně Britské cenzurní komise. (12)

Významnou postavou oboru je francouzský sociolog médií Pierre Sorlin, jenž ve své anglojazyčné knize *European Cinemas, European Societies 1939-1990* (1991) věnuje pozornost především faktorům, které proměňovaly způsob distribuce filmů a převažující divácké návyky publika, což jsou aspekty, na něž se hodlám sám zaměřit v praktické části této práce. (13)

3.1 Základní otázky oboru

Již v úvodu práce byla zmíněna teze Thompsonové a Bordwella, že základem práce (filmového) historika je poučené formulování otázek a následné hledání odpovědí na ně. Jaké základní otázky si tedy klade podobor sociální historie filmu? My se budeme řídit podle pohledu Douglase Gomeryho a jeho asistenta Roberta Allena, kteří ve své vlivné a podrob-

né práci *Film History: Theory and Practice* (1993) předkládají základních otázek pět a to v tomto znění¹²:

1. Kdo dělal filmy a proč? (sociální historie filmové produkce)
2. Kdo se díval na filmy, jak a proč? (historie diváctví¹³)
3. Co bylo viděno, jak a proč? (historie filmu jako kulturního dokumentu)
4. Co bylo řečeno o filmech, kým a za jakým účelem?
5. Jaké byly vztahy mezi kinematografií jako sociální institucí a jinými sociálními institucemi?

(4 stránky 154-170)

Z pohledu cílů této práce jsou relevantní všechny tyto otázky. Je tedy namístě si detailněji přiblížit skutečnosti, které z nich vyplývají. Otázce diváctví (moviegoing) přitom bude kvůli její specifčnosti a obsáhlosti věnována samostatná podkapitola.

3.1.1 Sociální historie filmové produkce a její módy

Myšlenkový proud nové filmové historie (o němž byla řeč v samotném úvodu práce), již na rozdíl od předchozích výzkumníků nepovažuje filmové tvůrce za jedinečné osobnosti, které svým mimořádným nadáním mění (nejen) umělecký svět, ale chápe je jako součást širší společnosti, jejímiž postoji a hodnotami jsou, vědomě i nevědomě, determinováni. Je přitom bráno v potaz, že film je navýsost kolektivním dílem a jeho konečná podoba tedy není pouze zásluhou jeho „hlavních“ autorů, jako je režisér či scénárista, ale také desítek a stovek dalších pracovníků, ať už jde o střihače, osvětlovače, švenkry¹⁴, atd. Je tedy dobré vědět, v jakém prostředí členové štábu pracovali, jak mezi sebe dělili práci na filmu, či jakým způsobem byli organizováni. (4 str. 156)

Velmi specifickou kategorií tvůrců přitom tvoří herci, kteří jsou často (zejména v hollywoodském prostředí) vnímáni jako ikony či obchodní značky. Lidé si čtou ve společenských

¹² Gomeryho klasifikace je přitom vlastně jen mírnou úpravou a rozšířením návrhu Iana Jarvieho předloženého v jeho monografii *Movies and Society* (1986).

¹³ Původní anglický výraz „movie-going“ pravděpodobně nemá přiléhavý český ekvivalent. Použitý výraz „diváctví“ je mu asi nejbližší, nicméně po sémantické stránce nevhodně splývá s anglickým termínem „spectatorship“, označujícím samotný kognitivní proces sledování filmu „Movie-going“, doslova „chození na filmy“ má oproti tomu širší, sociologické konotace.

¹⁴ Švenkrem se rozumí operátor, který fyzicky manipuluje s kamerou, zatímco hlavní kameraman (anglicky director of photography) se plně stará o uměleckou stránku snímání.

časopisech o jejich osudech, kupují si plakáty s jejich podobiznami a chodí na filmy jen kvůli nim. Proto se také producentům vyplatí vyplácet těm největším hvězdám honoráře, jejichž hodnota tvoří podstatnou část celkového rozpočtu snímku. V Indii je pozice filmových hvězd ještě o mnoho silnější a konkrétní herci si často budují samostatnou filmovou image, z nichž pak vychází charakteristika všech postav, které hrají – přítomnost slavného herce často dopředu předurčuje komerční úspěšnost snímku.

Ještě důležitější je však způsob organizace práce na filmovém díle, jemuž se blíže věnuje Bordwell a nazývá jej módem produkce. Studiový mód odpovídá přesně strukturovanému způsobu výroby filmového díla, jaký je charakteristický pro americký Hollywood - jednotlivé filmové společnosti (studia) filmy vytvářejí nikoli nepodobně, jako továrny vyrábějí hmotné výrobky. Tento model je velmi efektní zejména z ekonomického a technologického hlediska, avšak Bordwell připomíná, že bychom jej neměli v pejorativním smyslu spojovat s nějakou pásovou výrobou produktů bez chuti a uměleckého ducha – na rozdíl od výroby obuvi nebo automobilů je totiž natáčení filmu stále tvůrčím procesem, jehož výsledek není nikdy dopředu exaktně naplánovaný. (8 str. 51)

Exploatační filmy, tedy nízkorozpočtové produkce bez uměleckých ambicí vznikající pro specifické, okrajové trhy¹⁵, jsou vyráběny v podobně strukturovaných kolektivech, nicméně jejich tvůrci jsou často nuceni zastávat více funkcí najednou (např. scénárista, režisér, kameraman, střihač, zvukový mistr atd.). Další kategorií jsou filmy, kterým se říká nezávislé. Ty nejsou financovány žádným velkým distributorem, a proto mají jejich tvůrci více autorské volnosti – nemusí totiž podléhat tlakům studia stojícího o maximální návratnost svých investic. Na druhou stranu takové filmy nepotřebují početné publikum a mohou tak být odvážnější, kontroverznější a vymykát se obecnému vkusu. (8 stránky 52-53)

3.1.2 Film jako kulturní dokument

Mnoho nadšených fanoušků světového filmu (včetně autora této práce), je ke snímkům z různých zemí a období přitahována velkou částí z toho důvodu, že jim filmová díla poskytují jakési okno do psyché časově i geograficky vzdálených společností. Je nicméně jasné, že filmy nezachycují sociální prostředí, v němž se odehrávají, v podobě dokumen-

¹⁵ Např. pro návštěvníky autokin, pornokin, nebo tzv. grindhousů, tedy někdejších levných amerických kin specializujících se na hororové a jiným způsobem šokující snímky. Do okrajových trhů též patří snímky určené pouze pro videodistribuci (tedy neuváděné v kinech).

tárně věrné reflexe. Komédie Zdeňka Trošky nejsou realistickým obrazem českého venkova v 80. letech minulého století, stejně jako *Amazing Spider-man* (2012, režie Marc Webb) nepředstavuje nedeformovanou reflexi současné americké mládeže.

Gomery s Allenem (4 str. 158) přesto odmítají nabízející se výtku, že filmy jsou povětšinou formou eskapistického umění, které se nesnaží skutečnost reflektovat, ale místo toho nabízí fikční světy, do nichž lze před jejími dopady unikat. Podle nich totiž jednak vyvstává otázka, proč si lidé pro svůj „únik“ zvolili právě film a nikoli jiný druh zábavy¹⁶ a především je třeba myslet na to, že i fikční světy jsou konstruovány na základě typologií platných ve světě reálném – např. filmová postava bohatého továrníka z filmu z 30. let 20. století nám sice neřekne nic o tom, jak v oněch časech továrníci skutečně žili a jak se chovali, zato nám řekne mnoho o tom, jak na ně tehdejší společnost nahlížela.

Právě této cenné výpovědní funkce filmu si všimli už první sociologové, kteří s tímto novým médiem pracovali, když na základě obsahových analýz zkoumali, jak jsou v něm reprezentovány menšiny¹⁷ - vždy se přitom potvrdilo, že filmy obsahují stereotypy silně zastoupené v dobovém veřejném mínění.

Szczepanik (3 str. 25) ke vztahu reálného světa a světů fikčních (filmových) uvádí, že nová filmová historie sleduje filmové reprezentace společnosti spíše jako „výsledek mnohostranných tlaků a vyjednávání mezi protichůdnými společenskými silami, které se střetávají na straně filmové produkce i recepce. Působení filmu na diváky nebude pojímat jako jednosměrný přenos stabilního významu, nýbrž jako složitou interakci mezi určitými soubory motivací a sil na straně publika a na straně textu¹⁸, při níž může docházet k radikálním reinterpretacím a posunům implikovaných významů“.

3.1.3 Veřejná a odborná reflexe filmu

„Film se v každém historickém období ocitá na křižovatce různých sociálních diskursů, které jej popisují, hodnotí a formují“. Nejde zdaleka jen o filmovou kritiku, ale také o dis-

¹⁶ Jinak řečeno si lze položit otázku, jak vlastně vypadaly ony fikční světy a proč bylo pro diváky tolik příjemné „unikat“ právě do nich?

¹⁷ Této otázce se ostatně na amatérské úrovni věnuje i autor této práce, který pro účely svého blogu zpracoval poměrně rozsáhlý text o vývoji reprezentace muslimů v mainstreamovém indickém filmu.

¹⁸ Textem se v tomto případě rozumí „obsah“ filmového díla.

kursy cenzury, právních institucí, politických struktur, literární fikce či populární imaginace. Diskursy jako určité režimy vypořádání implikují, co je a co není film, co ve filmu bude považováno za podstatné a co nikoli, co bude zapovězeno a co dovoleno, do jakých rámců a kategorií bude film zahrnut atd., a tím také spoluvytvářejí historický kontext produkce a recepce.“ (3 str. 25)

3.2 Diváctví a divácká zkušenost

Velmi důležitým je poznatek Thompsonové a Bordwella (2011b, 68-71), že – jakkoli se to může zdát podivné – diváckou zkušenost ovlivňují aspekty související se způsobem distribuce filmového díla. A nejen to, mohou dokonce ovlivňovat jeho styl. Například tvůrci komedií si uvědomují, že publikem se většinou šíří burácející smích a snaží se tomu uzpůsobit načasování dialogů tak, aby žádná důležitá replika v odezvě sálu nezanikla. Thompsonová uvádí ještě jeden výrazný příklad – v dobách, kdy se filmy sledovaly takřka výhradně v kinech na obrovských plátnech, bylo možné scény komponovat tak, aby se v obrazovém rámu objevovalo velké množství postav, jež spolu interagovaly. V okamžiku, kdy filmy začaly být uváděny i v televizích, však tento způsob snímání začal být velmi nepřehledný a dialogy bylo vhodnější řešit sérií detailnějších záběrů na jednotlivé postavy.

Distribuce na přenosných médiích, která si divák může pouštět opakovaně, zastavovat si obraz, či jej převíjet zase přeje filmům, jejichž syžet je uspořádán jako rébus, který může divák řešit¹⁹. Zejména u amerických filmů je dále běžné, že sestřih uváděný v kině se liší od sestřihu vydaného na DVD – sledování snímku v kině a doma tak opět přináší odlišnou zkušenost.

S rozvojem digitálních médií a internetu roste také možnost intertextuality a rozšiřování původně filmových fikčních světů. Například série Hvězdných válek již dávno není čistě filmovým fenoménem – o jejím univerzu vypráví taktéž bezpočet knih, komiksů, či počítačových her rozvíjejících prvky a příběhy, které byly ve filmech jen letmo načrtnuté, případně se věnují událostem, které dění ve filmech časově předcházely, či jej naopak následovaly. Nesmírná komplexnost takových fikčních světů, která se blíží rozsáhlým mytolo-

¹⁹ Nejznámějším příkladem může být film *Donnie Darko* (2001), který vede k nejednoznačnému a matoucímu konci, ale ponechává divákovi různá vodítka, aby si jej mohl nějakým způsobem vyložit.

gím různých starších civilizací, pak navíc přímo vybízí k jejich dalšímu rozšiřování samotnými fanoušky, prostřednictvím jejich vlastních amatérských děl, tzv. fan-fiction.

4 OBCHODNÍ STRATEGIE KIN

První filmy se promítaly v libovolných prostorech, kam bylo možné napnout plátno a umístit promítací přístroj²⁰. Kolem roku 1905 však v USA, jednom z hlavních center rané kinematografie, začínaly vznikat první specializované projekční sály – takzvané nickelodeony, jejichž název je odvozen o výše vstupného, které standardně činilo jeden niklák (nickel), tedy 5 centů. (2 str. 45)

V éře tzv. „Klasického Hollywoodu“, která se rozkládala zhruba mezi lety 1917 – 1960 se kina budovala jako velkolepé kulturní sály srovnatelné třeba s divadly nebo operami. Sledování filmového představení bylo považováno za mimořádnou událost, což byla percepce, jakou se distributoři snažili posílit tím, že velké, vysokorozpočtové filmy nasazovali jen v omezeném množství kopií a lidé tak byli nuceni rezervovat si lístky hodně dopředu a jen na několik málo odehraných představení. Možnost zhlédnout velký film byla zkrátka záležitostí prestiže.

S příchodem 70. let ale tato strategie začala ztrácet účinnost – filmy zevšedněly, neboť je lidé mohli pohodlně sledovat v televizi a obchodní politika, která dříve zvedala jejich vnímanou prestiž, začala od návštěvy kin spíše odrazovat. Nastal čas, aby se kino změnilo z chrámu kultury na centrum zábavy a z filmového umění se stal produkt. (2 str. 541)

Celosvětově úspěšnou odpovědí na vzniklou situaci se staly multiplexy – účelně zařízená kina s větším počtem sálů, která se budovala ve velkých a hojně navštěvovaných nákupních centrech na předměstích. V nich se většinou umísťují do nejvyšších pater, takže jejich návštěvník chtě nechtě musí minout řadu obchodů a prohlédnout si jejich výlohy, v nichž jej případně něco může zaujmout. Pokud do multiplexu míří rodina, může si každý její člen teoreticky vybrat film dle vlastních preferencí. Důležitou součástí multikin jsou též sekce s občerstvením, na nichž kino nezřídka vydělává více, než na prodeji vstupenek. Návštěvník multikina je jednoduše konzumentem každým coulem.

V USA jsou krom multiplexů budovány i megaplexy. Za ty jsou považována ta kina, která mají více než 12 (někdy se uvádí více jak 14) samostatných sálů. Na rozdíl od multiplexů se megaplexy pokouší přitáhnout diváky z rozlehlejší geografické oblasti. V USA to fun-

²⁰ V rozvojových zemích se s takovými provizorními kiny můžeme setkávat i dnes, zejména v jejich rurálních oblastech.

guje tak, že do megaplexů se sjíždějí lidé z okruhu cca 10 – 20 kilometrů, zatímco dosah multiplexů je poloviční. (14 str. 196) V českém prostředí, kde jsou města obehána řadou nepříliš vzdálených vesnic, lze pravděpodobně dvacetikilometrový rádius považovat za účinný dosah místních multikin.

S 90. lety přišla i nová strategie při výrobě a nasazování filmů do kin. Producenti zjistili, že většina jejich výdělků plyne jen z několika málo velkých hitů, které je možné s úspěchem promítat po celém světě pro jejich interkulturní srozumitelnost a přítomnost diváckých atrakcí v podobě masových scén, hereckých hvězd, velkolepé výpravy, speciálních efektů apd. (2 str. 711)

Producenti se rovněž snaží, aby jejich filmy měly co nejmasovější nasazení při otvíracím víkendu, protože jde o nejefektivnější možnost, jak vytěžit maximum z propagačních kampaní – ty totiž vyvolávají největší nadšení v době, kdy na film neexistují žádné divácké a kritické ohlasy. V Americe (podobně jako v jiných zemích – např. Indii) se také filmové premiéry nasazují v pátek, aby bylo důkladně využito víkendového času, kdy mají lidé nejvíc volného času, který jsou ochotni strávit v přítmí kinosálu. (14 str. 160)

I když v USA dnes většina výdělků, kterých filmy dosáhnou, nepochází z jejich kinodistribuce, ale z prodeje videonosičů a práv na televizní vysílání, projekce v kinech je ekonomicky stále důležitá vzhledem k politice placení – distributor přijímá peníze za každého jednotlivého diváka, zatímco na televizní program nebo DVD se může dívat takřka neomezený počet lidí, byť zapláceno bylo jen jednou. Diváci zase z kina těží tak, že jim poskytuje unikátní zážitek posílený o to, že jej sdílí s ostatními lidmi a vnímají jejich emoce – smích, udivení i pláč. (14 str. 189)

Lze tedy říct, že právě na tuto vlastnost kin by jejich provozovatelé měli směřovat velkou část své marketingové komunikace, protože na rozdíl od technických faktorů je velmi těžko nahraditelná a přenositelná do domácího prostředí.

5 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Základní teze, které vyplývají z teoretické části a které jsou relevantní pro část praktickou, lze jednoduše shrnout takto:

Současný přístup k historii kinematografie:

- vnímá její součásti v širším kontextu (technickém, společenském atd.)
- pracuje s nefilmovými zdroji

V technické oblasti kinematografie platí, že:

- kina disponují odlišnými (a většinou sofistikovanějšími) technickými prostředky, nežli domácí zařízení pro přehrávání filmů, díky čemuž dovedou nabídnout kvalitnější divácký zážitek.
- s postupujícím technologickým vývojem se tyto rozdíly nicméně začínají stírat, čímž atraktivita kin oproti alternativním způsobům sledování filmů klesá.
- běžná kina uzpůsobují své vybavení tak, aby odpovídalo převládajícím technickým možnostem filmové produkce

V sociální oblasti kinematografie, platí že:

- přístup společnosti k filmům je kulturně podmíněný a v různých zemích a v různých časových obdobích se může odlišovat
- spojené státy americké mají celosvětově dominantní a normativní pozici takřka všech odvětvích filmové kultury, včetně způsobu organizace kin a jejich marketingu.
- celosvětovým trendem je změna chápání sociální funkce návštěvy kina, kdy se z někdejší prestižní společenské události stává masová zábava a umění se mění na produkt. Tato skutečnost se odráží ve změnách ve způsobu fungování kin a jejich marketingových strategiích.
- rozvoj elektronických médií vede diváky k aktivnějším způsobům recepce filmových děl

5.1 Cíle práce a hypotézy

Cílem praktické části práce je na základě dostupných statistických dat a údajů z odborných periodik zmapovat vývoj na českém filmovém trhu a pokusit se zjistit, jakými faktory a do jaké míry je ovlivňován.

Analýza bude zaměřena na posouzení vztahů mezi návštěvností českých kin a:

- distribuční nabídkou
- modernizací kin a zaváděním technických inovací
- rozvojem domácí reprodukční techniky a internetu
- nástupem multikin na český trh

Na základě teoretických znalostí a povědomí o světových trendech lze přitom předpokládat, že:

- Návštěvnost kin bude mít ve sledovaném období klesající charakter s určitým zlepšením v jeho druhé polovině, kdy na českém trhu začala působit multikina
- Podíl multikin na celkových výtěžcích z české distribuce bude narůstat
- Bude narůstat počet kopií v české distribuci a počet odehraných představení
- Vývoj návštěvnosti kin bude viditelně poznamenán důležitými událostmi v oblasti domácí projekce filmů, jako je nástup komerčních televizních stanic, či rozvoj videa a internetu

II. PRAKTICKÁ ČÁST

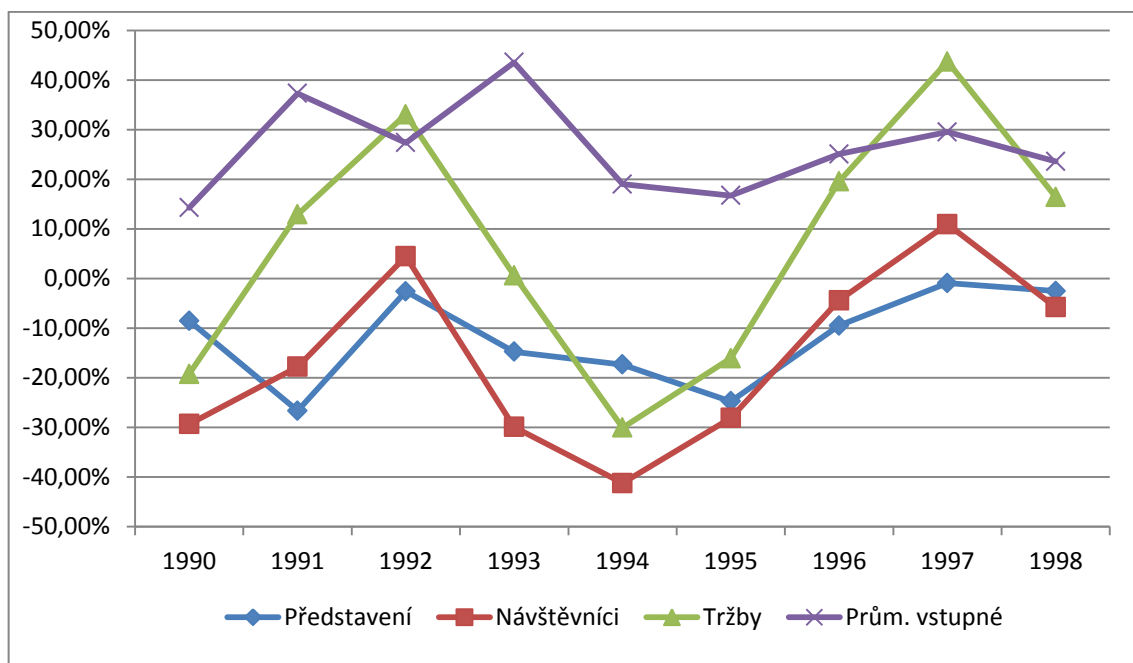
6 ČESKÝ FILMOVÝ TRH V LETECH 1990 - 1998

První etapa zkoumaného období začíná posledním rokem, v němž se dění kolem filmu v Česku, resp. tehdy ještě České a Slovenské federativní republice, stále řídilo pořádky zavedenými v dobách socialismu a kdy česká společnost procházela bouřlivými změnami politickými, hospodářskými, sociálními i kulturními.

Z druhé strany je zase ohraničená posledním rokem, kdy ještě na trhu nebyly přítomny nadnárodní multiplexové řetězce, které do české kultury navštěvování kina výrazným způsobem zasáhly.

Návštěvnost kin v Česku pozvolna klesala zhruba od 60. let minulého století, čímž vlastně kopírovala celosvětový trend připisovaný zejména nástupu televize, jemuž se kina marně snažila konkurovat zkvalitňováním technických parametrů projekce. (2 str. 534) V závěru 80. let se však tento pokles zpomalil nejspíše v důsledku poklesu kvality programu České televize, z níž se stala jedna z posledních hlasitých opor hroutícího se režimu. (15 str. 58) V roce 1990, který byl zároveň první kinařskou sezónou po pádu komunismu, však návštěvnost klesla přímo skokově – z cca 51 tisíc diváků na cca 36 tisíc diváků, čili přibližně o 30% (16).

V prvních dvou letech probíraného období nicméně můžeme sledovat (viz Graf 1), že návštěvnost postupně narůstala, aby ji poté potkal kritický pád v roce 1994. Zatímco původní nárůst je možné připsat přívalu opěvovaných amerických hitů, za fiasko o dva roky později je nejspíše zodpovědný nástup celoplošných komerčních televizí, zejména pak TV Nova. Rok 1995 pak byl nejchudším rokem celého období v absolutních číslech – jak v ohledu návštěvnosti, tak tržeb.

Graf 1 – Základní ukazatele filmového trhu v letech 1990-1998²¹

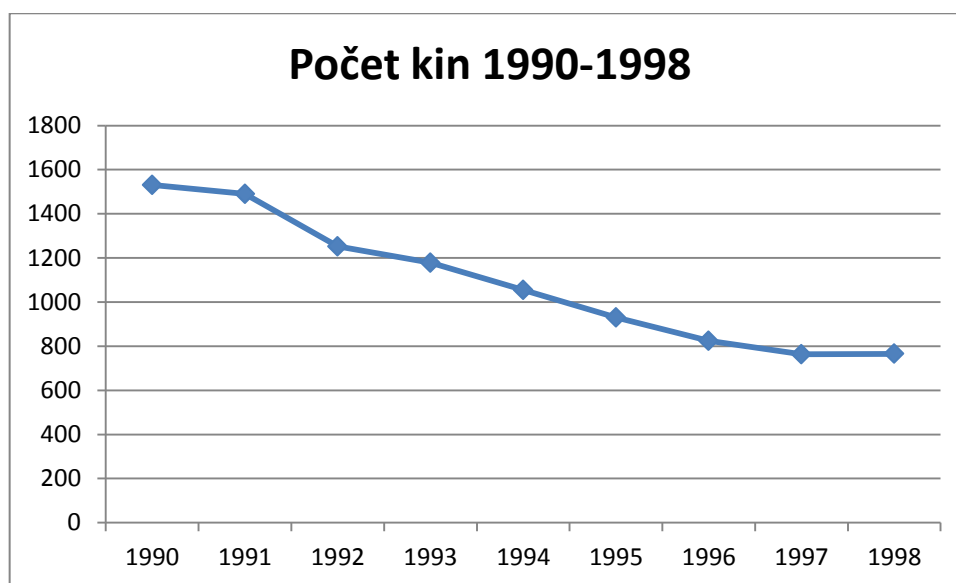
Porovnáváme-li nárůsty a poklesy jednotlivých ukazatelů v procentech, nelze nepřehlédnout poměrnou blízkost křivek zastupujících návštěvnost a průměrnou cenu lístku. Nelze tedy vznést tvrzení, že návštěvnost klesá se zdražováním vstupného a naopak.

Pokud jde o počet fungujících kin v jednotlivých letech, tak se různé zdroje překvapivě rozcházejí v řádu několika stovek. Budeme-li však vycházet z přehledu Aleše Danielise (15 str. 97), který na rozdíl od tabulek Českého statistického úřadu pokrývá všechny roky, tak zjistíme, že jejich počet za sledovaný časový úsek poklesl cca o polovinu – z 1531 kin v roce 1990 na 765 kin v roce 1998²². Tento rapidní propad velmi pravděpodobně souvisí se společenskou a hospodářskou transformací po roce 1989, kdy byla kina postupně privatizována a některá z nich se vrátila do soukromých rukou v rámci restitucí. Jelikož zájem o kina po revoluci skokově upadl a jejich provoz je náročný a nezřídka nepříliš lukrativní,

²¹ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Unie filmových distributorů (51). Data z let 1990-1992 jsou pouze za území dnešní České republiky.

²² Do roku 1995 se přitom statistiky tvořily tak, že ve vícesálových kinech byl každý sál počítán jako samostatné kino. Souhrn přitom zahrnuje veškerá kina – tedy jak zastřešená, tak letní. Výsledky ze Slovenska nejsou zahrnuty.

noví majitelé kinosálů se jistě pro tyto prostory pokoušeli najít finančně zajímavější využití.



Graf 2 – Počet kin v letech 1990-1998²³

6.1 Společenská situace

Spolu s totalitním režimem padla roku 1989 řada omezení a před lidmi se otevřely nové možnosti hledání zábavy a trávení volného času (například lákavá možnost svobodného cestování). Dá se tedy odhadovat (a propad návštěvnosti roku 1990 to potvrzuje), že v prvních letech 90. let byli lidé od kin odlákávaní alternativními druhy zábavy.

Co se týče poptávky v oblasti filmové distribuce, naplno se projevil hlad po tzv. „pokleslých žánrech“, zejména po amerických akčních filmech a snímcích erotických či přímo pornografických, jaké byly za komunismu zakázané a dostupné pouze ve špatné kvalitě na černém trhu. *„Společenské ovzduší prodchnuté euforií z nových možností, velikášským opovrhováním předchozím režimem a sílicí porevoluční kocovinou představovalo ideální podhoubí pro bulvár, jehož praktiky záhy přijala nejen zpravodajská média, ale také privatizovaný filmový průmysl.“* (17)

O tomto trendu velmi výmluvně vypovídá i zběžná obsahová analýza filmového magazínu *Cinema*, inspirovaného stejnojmenným německým vzorem, který v Česku začal vycházet

²³ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Aleš Danielis v časopisu *Iluminace* (15 str. 97)

v roce 1991. Ač se postupně vypracoval v hlavní český filmový časopis, jeho raná čísla jsou plná bulvárně vyvedených obálek s hvězdami jako je Arnold Schwarzenegger, Bruce Willis, Sylvester Stallone nebo Madonna. Kdykoli se naskytla možnost přiložit k textu článku fotografii s erotickým výjevem, byla tato možnost také náležitě využita. Rubrika věnovaná distribuci na kazetách VHS měla dokonce speciální sekci „Sex ve filmu“, v níž se objevovaly krátké synopse titulů jako „*Krystal lásky 2*“ nebo „*Orgie 4*“. (18)

6.2 Technické vybavení a možnosti produkce

Ač se nepodařilo v tomto směru vyhledat žádná souhrnná a úplná data, napovídají informace z dobového filmového tisku, že během popisovaného období kina teprve zpozděně „doháněla Západ“ instalováním techniky zvyšující audiovizuální kvalitu produkce (zejména šlo o technologie prostorového zvuku) i divácký komfort (výměna sedadel za pohodlnější typy a redukce jejich beztak nadměrného počtu v zájmu většího prostoru pro nohy či případný pohyb v uličkách).

V roce 1992 si však ještě neznámý redaktor *Cinemy* (19 str. 6) postěžoval na zhusta neklimatizované sály: „*V letních parnech jsou ostatně letní kina jedinou záchranou filmové distribuce, protože absence klimatizace v našich kinech jejich návštěvu často velmi zneprjemňuje.*“

Pozdější číslo *Cinemy* (20 str. 14) pro změnu prozrazuje, že pomalé u nás bylo i zavádění technických inovací souvisejících se samotnými projekcemi. Do konce roku 1995 totiž bylo možno v ČR navštívit pouze 32 kin s dvoukanálovým zvukem standartu Dolby Stereo. Danielis (15 str. 97) přitom uvádí, že v tomto roce u nás fungovalo 794 zastřešených kin. Podíl těch vybavených kvalitním zvukovým zařízením tak tvořil pouze 4% z jejich celkového počtu. Je přitom nutné připomenout, že v USA se standart Dolby Stereo používal již od konce 70. let a od roku 1991 tam byl zaváděn kvalitnější formát Dolby Digital.

Například zlínské Velké kino, které je největším stálým kinosálem v ČR, zavedlo zvukový formát Dolby Stereo až roku 1997 a na formát Dolby Digital přešlo teprve v roce 2004 v rámci celkové rekonstrukce sálu. (21)

De facto první multikino v Česku (a vůbec ve střední Evropě) bylo uvedeno do provozu v roce 1996. Nejednalo se však o objekt poskytovaný komfortem srovnatelný s „běžnými“ multikiny v západní Evropě a USA, neboť vznikl pouze rekonstrukcí nedokončeného kulturního centra Galaxie. I tak jeho provoz ukázal, že obchodní a marketingo-

vá strategie multikin je přesně tím, co situace v čerstvě kapitalistickém Česku vyžaduje, což se projevilo skutečností, že již roku 1997 se Galaxie podílela na celkových tržbách v republice velmi solidními 12,2%. (15 str. 77)

6.2.1 Domácí audiovizuální technika

Hlavní domácí alternativu k návštěvě kina představovalo v 90. letech vysílání komerčních televizních stanic (které, na rozdíl od televize veřejnoprávní, měly ve svém programu filmů jednak více a šlo také častěji o tituly divácky atraktivní) a distribuce videokazet formátu VHS, která probíhala jak v běžné obchodní síti, tak prostřednictvím oblíbených videopůjčoven.

V únoru roku 1994 zahájila vysílání první česká celoplošná komerční televize Nova a o něco později dosáhla celoplošného pokrytí taktéž komerční stanice FTV Premiéra²⁴, nicméně sledovanost i popularita Novy byla mnoho let výrazně vyšší (22). Nova se programově zaměřovala právě na to, po čem porevoluční divák toužil – hollywoodské velkofilmy, akční béčkovou produkci, kriminální seriály i lehkou erotiku. Diváci na to slyšeli a v probíraném období jí tak zajistili zhruba poloviční divácký podíl na televizním trhu. Po celé probírané období přitom stanice nabízela prakticky jedinou alternativu, jak žádané filmy vidět téměř zadarmo mimo kino.

Výhoda kin však spočívala v tom, že mohly premiérově uvádět tituly, které se k televizím dostaly minimálně s ročním zpožděním. Jejich trumf tedy krom kvality projekce spočíval v exkluzivitě. Filmový kanál HBO, jenž začal vysílat taktéž roku 1994 (23) a který nabízel filmy s daleko menším zpožděním než Nova, za velkého konkurenta kin považovat nelze, neb byl od počátku placený a určený užší skupině movitějších diváků.

Ohledně videokazet typu VHS bohužel nejsou dohledatelné statistiky, které by zachycovaly rozvoj jejich půjčování a prodeje. Kazety tvořily poměrně snadno dostupnou a ekonomicky výhodnou alternativu k návštěvě kina, která oproti televizi nabízela vyšší exkluzivitu a samozřejmě daleko variabilnější výběr. Nabídka titulů v tomto formátu byla každopádně široká, přičemž na videopřehrávačích bylo možno vidět i filmy distribuované jen na černém trhu, případně (jistě velmi žádané) pornofilmy, které kina vůbec nepromítala. For-

²⁴ Stanice v průběhu let prošla sérií přejmenování – nejprve to byla Premiéra TV, poté Prima televize a nakonec Prima Family.

mát umožňoval i kopírování kazet a tedy pirátství, to však bylo ve srovnání s dnešními možnostmi počítačů a internetu poměrně finančně nákladné, vyžadovalo nákup speciálního přístroje a kvalita záznamu se s každou další kopií znatelně snižovala.

Videopůjčovny se objevily již počátkem 90. let a byly běžnou součástí nejen měst, ale i vesnic, což svědčí o poměrně velké rozšířenosti VHS přehrávačů a celkové oblibě tohoto formátu. Bylo by tedy s podivem, kdyby se do návštěvnosti kin nepromítla.

Sami filmoví distributoři však kvůli videu možná až tolik netratili, neboť většina společností, která se zabývala distribucí 35mm kopií pro kina podnikala i v oblasti videodistribuce a videopůjčovny se nezdálo zřídka zřizovaly přímo v prostorách kin. (15 str. 66)

Formát DVD poskytující oproti VHS daleko vyšší kvalitu záznamu a také mnohem jednodušší možnost kopírování, vstoupil na českých trh roku 1997, přičemž vůbec prvním evropským filmem vydaným na DVD do prodeje se stal v prosinci český Kolja. (15 str. 74) Rok na trhu je však příliš krátká doba, aby se mohlo DVD mezi Čechy zabydlet a ovlivnit jejich chuť a ochotu chodit do kina, proto se jím bude blíže zabývat až další kapitola. Nutně zanedbatelné muselo být i pirátství pracující s DVD nosiči.

Vliv internetu a počítačové techniky lze v tomto období pokládat za marginální. Ke světové síti se tehdejší ČSFR připojila v únoru roku 1992. Tou dobu užívalo internet na celém světě pouze přibližně 7 milionů lidí (24). Na samém konci vymezeného období, tedy v roce 1998, bylo v ČR asi jen 270 000 uživatelů, většinou studentů. (25) Je také důležité si uvědomit, že do roku 1998 měla většina prodávaných a používaných počítačů příliš slabý výkon na to, aby mohla uspokojivě přehrávat tzv. DVDripy²⁵, natož je vytvářet. Záznamová média (CD, DVD) byla drahá a vypalovací mechaniky schopné na ně zapisovat patřily v rámci počítačových sestav k raritní výbavě. Rychlost internetového připojení a kapacita dostupných úložných prostor byla tak nízká, že internetové šíření pirátských kopií filmů ve větším než zanedbatelném množství prakticky neumožňovala.

²⁵ Což je dosud jedna z nejčastějších podob, v jaké se filmy šířené po internetu vyskytují.

6.3 Ekonomická a legislativní situace

Rok 1990 byl poslední rokem, kdy veškerá filmová distribuce spadala pod monopolní Ústřední půjčovnu filmů, v níž již toho času probíhala restrukturalizace a o rok později zanikla. Přestaly též být zákonem regulovány maximální ceny vstupného. (15 str. 53)

Kvůli chaosu na trhu, poklesu zájmu o kina, i bolestně se rodícímu zákonu o kinematografii nebylo podnikání v oblasti provozu kin nikterak lákavou oblastí, do níž šlo investovat čas a peníze. Jak se praví v *Cinemě* (26 str. 6): „*Pod tlakem ekonomických okolností sice viditelně stoupá efektivita jednotlivých filmových představení, ale při srovnání s distribučními náklady i náklady na provoz kina zjišťujeme, že jejich růst byl rychlejší, než růst příjmů, takže situace podnikatelů v této oblasti není příliš růžová.*“

6.4 Stav distribuce

V roce 1990 přestaly platit předepsané limity regulující poměr vysílaných filmů ze socialistických a nesocialistických zemí. Filmy sice do té doby byly vybírány velmi ledabyly – bez ohledu na jejich kvalitu či ekonomickou výhodnost, ale na druhou stranu tak byla programová nabídka poměrně diverzifikovaná. Aleš Danielis (15 stránky 56-57) uvádí, že počet premiér „*se v průběhu celých osmdesátých let držel nad 200 a každoročně se v nabídce objevovaly filmy z 25 až 30 států světa.*“

Konec regulací a povinných kvót vedl nově vzniklé distributory k tržnímu chování, což se projevilo zejména zvyšujícím se podílem filmů importovaných z USA. V prvních letech 90. let tak bylo v českých kinech uvedeno mnoho slavných a úspěšných hollywoodských filmů, které si světovou premiéru odbyly již v minulé dekádě a které mohli čeští diváci do té doby znát maximálně z ilegálních videokazet pašovaných ze Západního Německa. Dominance hollywoodské tvorby je ostatně realitou ve většině světa, kde výjimky tvoří pouze státy, které americký import legislativně omezují (Čína, Írán), nebo státy s vlastní distinktivní kinematografickou tradicí (např. Nigérie či Indie, jejíž filmy většinou dominují oblastem, kde Hollywood silné postavení nemá). (27 stránky 87-98)

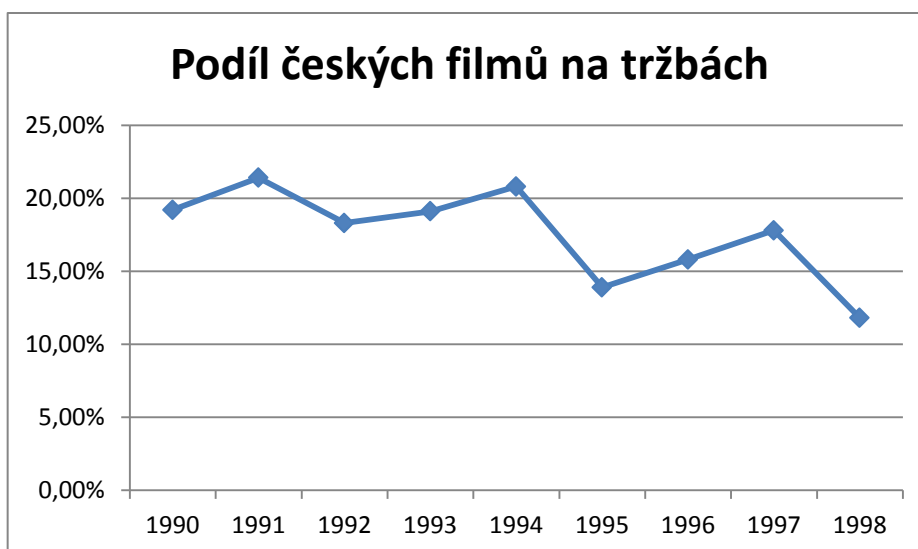
Filmový přehled (28 str. 45) uvádí: „*Základem filmového obchodu je americký film. Mnoha lidem se to nelíbí, někteří dokonce připomínají období násilného nucení sovětských filmů do kin v době nedávno minulé, ale kdo se jednou rozhlédl po světových kinech, ví, že se to stejně nezmění. Americké filmy nejsou v kinech, protože by to někdo nařídil, ale protože to diváci chtějí.*“

K obsahové stránce úspěšných amerických filmů v české distribuci *Cinema* (29 str. 11) lakonicky poznamenává: „Přes veškeré výtky puritánů a estétů lákají do setmělých sálů kin stále nejvíce vycvičené svaly drsných hrdinů a eroticky provokující vnady hrdinek.

Přehledy o návštěvnosti jednotlivých filmů a jejich tržbách jsou zejména v počátku období poněkud chaotické, což je způsobeno zprvu absentující dohodou mezi distributory o sdílení těchto údajů. Žebříčky návštěvnosti pro jednotlivé měsíce nicméně od roku 1992 shrnují časopisy *Cinema* a *Filmový přehled*.

Na vrcholech žebříčků návštěvnosti v jednotlivých letech jsou očekávaně velké hollywoodské blockbustery (např. *Jurský park* v roce 1993, *Forrest Gump* v roce 1995), avšak také české filmy, které, krom *Akumulátoru 1* z roku 1994, spojuje komediální základ a glosování minulého režimu (*Tankový prapor* v roce 1991, *Černí baroni* v roce 1992 a oscarový *Kolja* v roce 1996). (30)

Podíl českých filmů na celkových tržbách (viz Graf 3) přitom vykazoval spíše mírně klesající tendenci, vyznačující se však značnými ročními výkyvy, za nimiž zřejmě stojí kvalita (či přesněji divácká lákavost) konkrétní dobové nabídky.



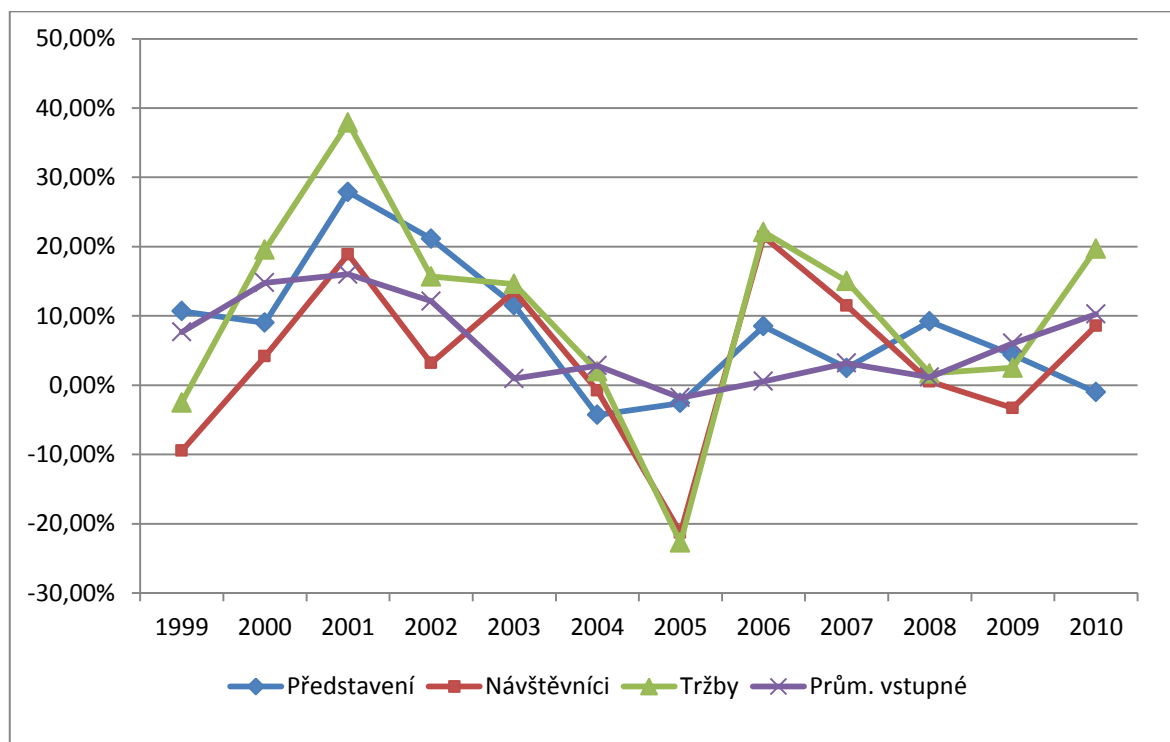
Graf 3 – Podíl českých filmů na tržbách v letech 1990 - 2010²⁶

²⁶ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Aleš Danielis v časopisu *Iluminace* (15 str. 97)

7 ČESKÝ FILMOVÝ TRH V LETECH 1999 – 2010

Byla-li předchozí etapa porevolučního vývoje filmového trhu v Česku charakterizována společenským a právním zmatkem a také jen klopotnou technickou modernizací a početně nevýznamným rozšířením projekčních technologií, které by kinům konkurovaly, v druhé etapě byla situace takřka úplně opačná.

Trh se normalizoval a začaly do něj vstupovat zahraniční subjekty, byly ustanoveny zákony regulující a podporující tuzemský filmový průmysl a zdejší filmová kultura se nevyhnutelně začínala přizpůsobovat podobě, jaké nabývala v zemích západní Evropy. Zároveň během této doby došlo k prudkému rozvoji informačních technologií, které se velmi brzy staly finančně dostupné pro široké masy a zabydly se ve většině domácností, což vedlo k podstatným proměnám diváckých návyků.



Graf 4 – Základní ukazatele filmového trhu v letech 1999 - 2010²⁷

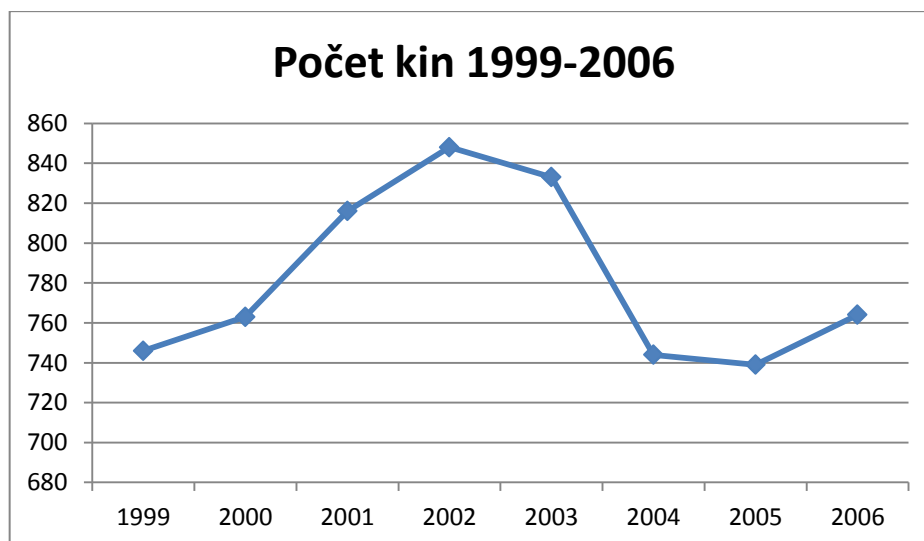
Nejpřesvědčivějším důkazem o uklidnění dříve chaotických poměrů na trhu může být Graf 4 zachycující procentuální vývoj jeho základních ukazatelů. Jednotlivé křivky se tentokrát kopírují daleko těsněji než v předchozí sledované etapě a je v nich tedy možno vypořo-

²⁷ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Unie filmových distributorů (51).

vat příčinné souvislosti. Viditelně hluboký propad v roce 2005 (kdy mimochodem nerostla cena vstupenek) bývá zpravidla připisován nedostatku zajímavých titulů a rozmachu pirátství. (30)

Zatímco v předchozím, porevolučním období počet kin s každým rokem klesal, v prvních třech letech období dalšího se objevil jejich nezanedbatelný nárůst. Ten může jednak souviset s tehdejším výrazným nárůstem tržeb, které těžily jak z přílivu diváků, tak ze zvýšení ceny vstupného, ale je za ním možné vidět i otevření některých nově modernizovaných kin, případně rozšíření kin letních.

Existuje přitom jasná tendence soustředit kina především do velkých měst. V roce 2001 jich Praha měla 32, Brno 7, Ostava, Hradec Králové, České Budějovice a Kladno 4, přičemž u ostatních měst už šlo o kina jen 3 nebo méně. (31 str. 34)

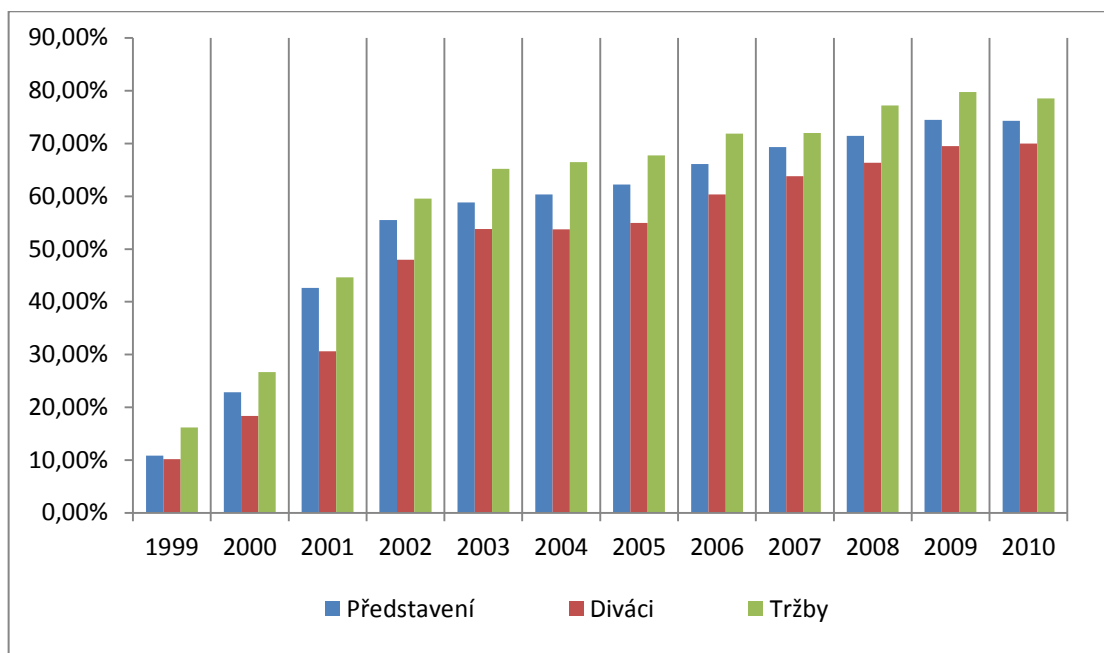


Graf 5 – Počet kin v letech 1999 - 2006²⁸

Obrovskou roli hrála v tomto období multikina, o jejichž výsadním postavení na trhu svědčí podíl, který si zvládla vydobýt i přes svůj relativně nízký počet. Roku 2001 jich u nás bylo teprve 10, na celkových tržbách se přesto podílely téměř polovinou. Mezi lety 1999 – 2003 rostl podíl návštěvníků, které si uzmuly multiplexy, poměrně prudce. Poté sice zpomalil, nicméně na konci sledovaného období už mají multiplexy na své kontě zhruba tři čtvrtiny všech odehraných představení, diváků i tržeb. Podíly na tržbách přitom dosahují

²⁸ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Aleš Danielis v časopisu *Iluminace* (15 str. 97). Údaje pro roky 2007 – 2010 se nepodařilo najít.

nejvyšších hodnot, neboť multiplexy mají celkově dražší vstupné a obvykle též promítají drahé 3D filmy.



Graf 6 – Podíl multiplexů na českém filmovém trhu v letech 1999 - 2010²⁹

7.1 Společenská situace

Soudě dle vzpomínek autora i zběžné obsahové analýzy tehdejšího tisku lze říct, že s příchodem roku 1999 již bylo dobře patrné odvanutí prvotního kulturního šoku po Sametové revoluci. Divácký vkus si přestal zakládat na exploatačních brakových materiálech (kterých již všichni byli dostatečně nasyceni) a lidé začali rozmanité nabídky využívat nikoli ke konzumaci senzací, ale k uspokojení svých vlastních specifických preferencí, což byl nepochybně jeden z faktorů, který nahrával multikinům hrajících několik filmů ve stejnou dobu.

Stále žádaná pornografie, která byla dříve téměř výhradně doménou videokazet a place-nych kanálů, se přitom přesunula na internet, který divákům kromě větší nabídky a časové variability nabízí i větší diskrétnost a relativní anonymitu.

Podle ukazatele zvaného *Cultural Cinema Index*, jenž indikuje celkovou ekonomickou a společenskou pozici filmu v každé zemi, si Česká Republika na konci sledovaného období

²⁹ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Unie filmových distributorů. (52)

vedla nejlépe ze všech evropských zemí, které byly v minulosti součástí Východního bloku a umístila se celkově na 26. pozici. (32)

7.2 Ekonomická a legislativní situace

Velkým hráčem ze západních zemí, jako jsou Spojené státy americké, Německo, nebo Francie³⁰, se český trh nejevil jako příliš perspektivní, proto první zřizovatelé multikin pocházeli ze zemí, v nichž není filmový průmysl až tolik rozvinutý. Jedná se především o původem izraelskou společnost *Cinema City*, která ucítila příležitost v nově demokratizovaných zemích střední Evropy, kde dnes zastává dominantní pozici. Dalším důležitým subjektem byla australská síť *Village Cinemas* dbající především na divácký komfort, jehož dosahovala i zbudováním speciálních, luxusně vybavených sálů. Českou odnož společnosti nicméně roku 2009 koupil německý *CineStar*, jenž toho času již byl vedoucím provozovatelem, který se mohl chlubit nejpočetnější sítí multikin v ČR. (33)

Zatímco multikinům ve velkých městech se relativně dařilo, města střední a malá byla odkázána na klasická jednosálová kina, jejichž provoz byl ztrátový a nedokázala se tedy sama udržet v regulérní hospodářské soutěži. Tato kina byla většinou spravována a dotována obcemi a o jejich provoz se staraly příspěvkové organizace, popřípadě soukromí nájemci. (34 str. 37)

Jednosálová kina nicméně dokázala dobře fungovat v relativně velkých městech v dobách, kdy tam ještě nebyla multikina – příkladem může být *Velké kino* ve Zlíně nebo kino *Metropol* v Olomouci. V Praze, kde je silné konkurenční prostředí a filmový trh je zároveň uspokojivě nasycený, se podařilo udržet dobré výsledky těm jednosálovým kinům, která si dokázala vybudovat určitou image a lákala na alternativní program či prostředí. Sem spadají například kina *Aero* a *Světozor* hrající artové filmy a hostící různé přehlídky a festivaly, či kino *Evald* sázející na komorní, komerčního lesku zbavenou atmosféru.³¹

Pokud jde o cenu vstupenek, jež bývá často zmiňována jako hlavní faktor, proč lidé návštěvu kina pečlivě zvažují, jako vhodný ukazatel se nabízí tzv. *Cinema Index* udávající

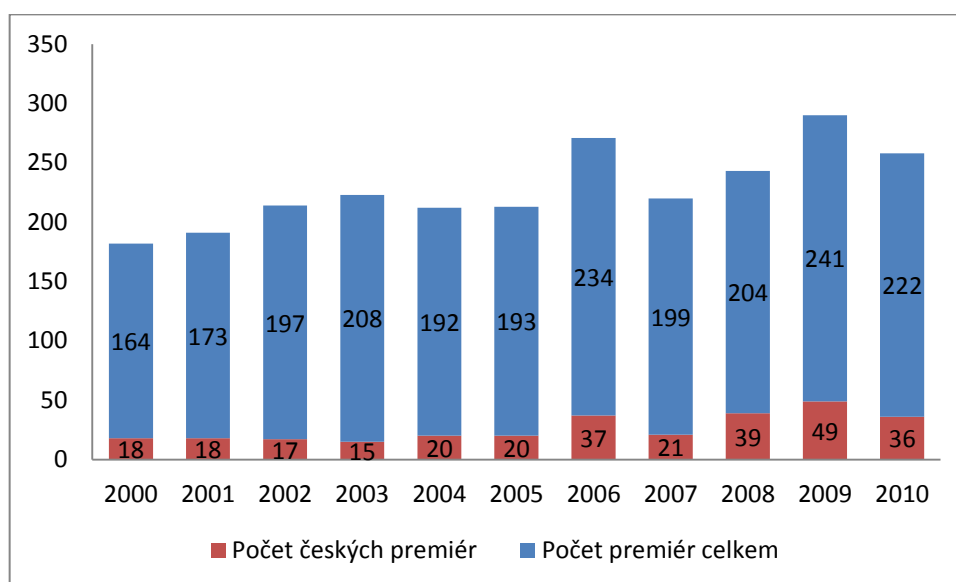
³⁰ Právě Francie je přitom považována Mekku evropského filmu.

³¹ Byť o komfortu kina Evald může autor této práce na základě osobní zkušenosti s nedostatečným vytápěním, špatnou technickou kvalitou projekcí a nepříjemným personálem pochybovat.

počet minut, které musí člověk v té které zemi v průměru odpracovat, aby si vydělal na průměrnou cenu lístku do kina. V žebříčku z roku 2005 je Česká republika na 32. místě (toho času Čech na vstupenku vydělával 79,1 minut) a kromě zemí jako je Indie (pouhých 16.1 minut vzhledem k tamní extrémně nízké ceně vstupného), Jižní Afrika (32, 8 minut), Turecko (57,2 minut) či Rumunsko (67,5 minut) ji předbíhá i většina bohatých zemí západní Evropy – např. Švýcarsko (32,7 minut), Dánsko (35, 6 minut), Francie (38,6 minut) nebo Španělsko (42,1 minut). Jelikož světový průměr činí 56,6 minut, je třeba uznat, že lidová percepce o drahém vstupném v ČR je skutečně oprávněná. (35 str. 38)

7.3 Stav distribuce

Rozvoj multiplexů a alternativnější programové vymezení jednosálových kin ve velkých městech byly skutečnosti, které se podepsaly i na stavu samotné distribuce filmů.

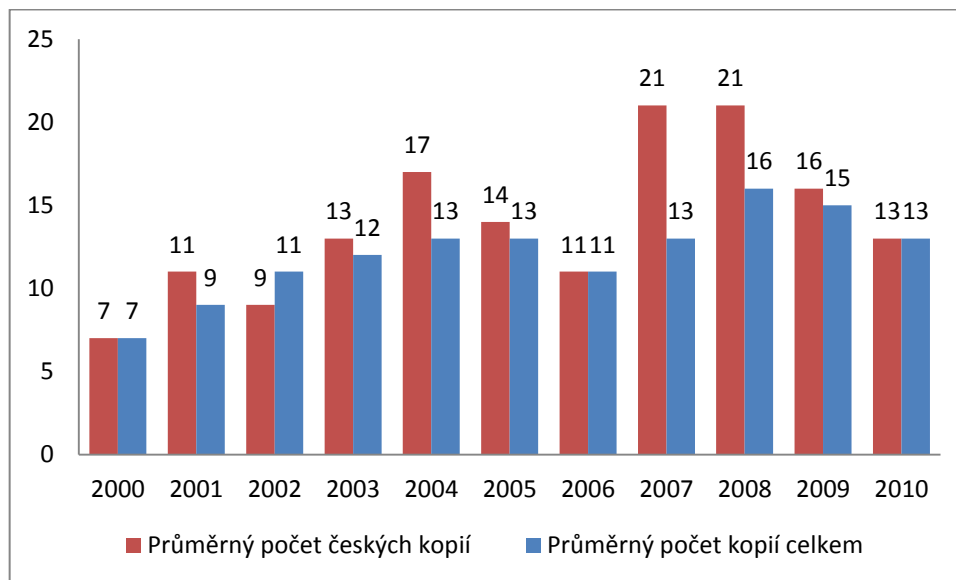


Graf 7 – Počet premiér v letech 2000 - 2010³²

Z grafu je jasně patrné, že od nástupu multiplexů na náš trh počet premiér uvedených v každém roce zvolna stoupá, zatím však nemůžeme tvrdit, že by se jednalo o stabilní trend s předvídatelným vývojem, neboť můžeme rok od roku pozorovat nezanedbatelné výkyvy. Podobná slova lze konstatovat, i pokud se zaměříme pouze na české filmy, kterých u nás (s ohledem na velikost našeho státu) vzniká poměrně mnoho. U let 2006 a 2009, které se zda-

³² Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: (53) Data pro rok 1999 nejsou dostupná.

jí být k českým filmům zvláště štědré je však třeba poznamenat, že mnoho z těchto snímků (17 v roce 2006 a 11 v roce 2009) bylo v kinech promítáno jen z DVD disku (a šlo většinou o dokumenty).



Graf 8 – Počet filmových kopií v distribuci v letech 2000 – 2010³³

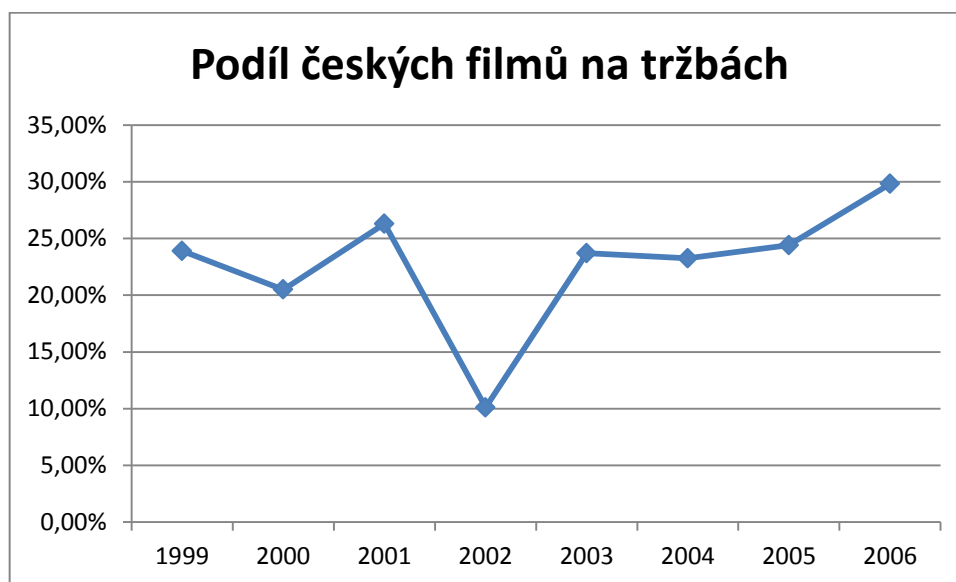
Zajímáme-li se o průměrný počet filmových kopií, který u každého filmu v jednotlivých letech koloval mezi českými kiny (viz graf), musíme mít na paměti, že tento údaj je s postupujícím časem stále více zavádějící, neboť mimo klasické celuloidové pásy se stále více prosazuje distribuce skrze digitální formát DCP, u něž žádný „počet kopií“ není měřitelný. Některé (zejména české) filmy přitom byly dostupné jen a pouze v digitální podobě (což mimochodem znamená, že nedigitalizovaná kina je neměla jak promítat).

Z grafu i přes zmíněné výhrady můžeme vyčíst, že na úspěch českých filmů věří distributoři výrazně více, než u filmů zahraničních a mají proto tendenci je uvádět ve větším počtu kopií, a tedy i ve více kinech současně. Musíme mít přitom na paměti, že rozdíly v číslech ve prospěch české produkce by byly ještě mnohem větší, kdybychom do výsledků nezapočítávali české dokumenty, které u nás nemají takřka žádné zahraniční konkurenty a po nichž je přirozeně nižší poptávka, čímž celkový průměr „kazí“.

Že se českým filmům dařilo poměrně dobře, napovídá i jejich podíl na celkových tržbách, který je oproti minulému období v průměru vyšší o 5,17%. Pozoruhodně razantní propad

³³ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: (53) Data pro rok 1999 nejsou dostupná.

můžeme zaznamenat v roce 2002 a lze si jej vysvětlit hlavně silnou konkurencí, neboť ve zmíněném roce bylo ve velkém počtu kopií nasazeno několik velkých hollywoodských hitů – *Harry Potter a Tajemná komnata* (35 kopií), *Muži v černém 2* (33 kopií) a *Minority Report* (30 kopií).



Graf 9 – Podíl českých filmů na tržbách v letech 1999 - 2006³⁴

Při pohledu do dokumentů Unie filmových distributorů jde jednoznačně prohlásit, že nejširší distribuci (nejvyšší počet kopií kolující v kinech) u nás ve sledovaném období mají atraktivní české filmy³⁵ a hollywoodské blockbustery – většinou pokračování zavedených sérií, u nichž je již dopředu možné očekávat velký komerční úspěch³⁶.

České filmy možná poněkud překvapivě dominují i čelním příčkám žebříčků návštěvnosti – pouze v letech 2002 a 2004, v konkurenci nejprve *Pána prstenů: Společenstva prstenu* a poté *Shrecka 2*, nebyl nejnavštěvovanější film roku vyroben v Česku. Uspěly přitom zejména produkce očekávané díky svým realizačním zvláštnostem (např. nákladné a tech-

³⁴ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Aleš Danielis v časopisu *Illuminace* (15 str. 97). Data pro roky 2007 – 2010 se nepodařilo nalézt.

³⁵ Např.: *Musíme si pomáhat* (2000), *Horem pádem* (2004), *Prachy dělají člověka* (2006), *Nestyda* (2008), *Ženy v pokušení* (2010) atd.

³⁶ Např.: *102 dalmatinů* (2001), *Terminátor 3* (2003), *Piráti z Karibiku 2* (2006), *Muzikál ze střední 3* (2008),

nicky vypiplané velkofilmové *Tmavomodrý svět* či koprodukční *Bathory*), či již kultovním tvůrcům (*Vratné lahve* otce a syna Svěrákových, *Libáš jako Bůh* Marie Poledňákové). (30)

Šířka ohlasů, které se v Česku dostávají domácí filmům, je ve světovém prostředí spíše raritou, čehož si ve svém textu o globalizaci filmové kultury všimají i Dixon s Fosterovou (27 str. 95) – zatímco kinům v Kolumbii, Peru, Spojených arabských emirátech, Austrálii či Egyptě dominují hollywoodské trháky, pouze Česká republika, Brazílie, Itálie a Japonsko představují otevřené filmové trhy, v jejichž žebříčku návštěvnosti figurují domácí snímky na nejvyšších příčkách.

Naopak podíl amerických filmů uvedených v ČR poklesl oproti předchozímu sledovanému období zhruba od 10% a filmová nabídka se stala variabilnější, zejména co se týče nezávislé evropské výroby (15 str. 88). I k tomuto stavu zřejmě přispěla multikina – donutila totiž jednosálová kina ve větších městech k většímu programovému vyhranění a pak také sama poskytují příhodnější podmínky pro projekci filmů, u nichž se čeká menší divácký zájem, neboť případné ztráty snadno nahradí navštěvovanější projekce v jiných sálech.

Ve světové (zejména americké) produkci je přitom vidět jasná tendence sázet především na vysokorozpočtové tituly s množstvím speciálních efektů a jiných diváckých atrakcí, jejichž účinek je nejintenzivnější právě při sledování v kině. Antonín Tesař (36) parafrázuje slova Roberta Eberta: „*Fenomén 3D projekcí a nakonec i dlouhodobější trend převahy vysokorozpočtových filmů tak lze chápat jako snahu hollywoodských studií oslovovat publikum chodící do kina či přímo lákat diváky ke sledování filmů v kinosálech. Hollywoodský produkt musí být náležitě bombastický, aby bylo na první pohled jasné, že vidět ho na velkém plátně je radikálně jiná zkušenost než sledovat jej na televizní obrazovce či monitoru počítače. 3D se podle Ebertových postřehů ovšem stává dvojsečnou zbraní, protože sice nepochybně poskytuje přidanou hodnotu oproti domácím médiím, ale zároveň nepříjemně zvyšuje cenu projekce. Ani tato technologie tedy není onou vysněnou atrakcí, která vrátí kinům jejich kouzlo, naopak podle Eberta z něj může ještě více ukrojit.*“

7.4 Technické vybavení kin

Vstup zahraničních subjektů na trh, privatizace a narůstající konkurence vedly k tomu, že kina, která dál chtěla pokračovat v provozu a nebyla zavřena, musela urychleně modernizovat vybavení. Multikina přitom byla již rovnou zřízena s vybavením, které odpovídá světovým standardům.

Výrazným inovačním procesem, který probíhal na samotném konci této etapy, počínaje rokem 2009, byla digitalizace kin. (37). Ta zasáhla nejen multikina, ale také jednosálová kina, která s nimi chtěla udržet krok. Vzhledem k tomu, že se počítá také s tím, že roku 2013 bude zcela zastavena distribuce filmů na 35mm filmových kopiích, lze vlastně konstatovat, že kina, která v brzké době nenajdou prostředky na digitalizaci, budou muset nutně zaniknout, neboť nebudou mít co promítat.³⁷ Nutná investice do digitalizace jednosálového kina činí asi 3 miliony korun, přičemž část může uhradit stát ze Státního fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie. (38). Zejména pro kina v malých městech, jejichž provoz je nerentabilní, je však tato částka příliš vysoká.

Instalované digitální projekory kromě mnoha jiných výhod umožňují projekci filmů ve 3D formátu, které se ukazují jako poměrně výdělečné vzhledem k velkému diváckému zájmu a vyšší ceně vstupenky. Otazníky kolem jejich budoucnosti, vznesené v předchozí kapitole a teoretické části práce, však rozhodně nelze přehlížet a tvářit se, že právě tato technologie bude znamenat spásu současných kin tváří tvář k jiným, pohodlnějším a levnějším, možnostem jak sledovat filmy.

7.5 Domácí možnosti projekce filmů

I na konci zkoumaného období, tedy v roce 2010, bylo sledování televize stále významnou aktivitou, které lidé nad 15 let věku věnovali v průměru více jak tři hodiny denně. (39) Přesto se domnívám, že význam televize jakožto konkurenta kin oproti minulé dekádě významně poklesl a to zejména kvůli diverzifikaci nabídky samotných televizních programů a rozšíření nabídky alternativních mediálních kanálů, jako jsou optické nosiče nebo internet.

Na rozdíl od nichž totiž u televize přetrvává nevýhodná skutečnost, že si divák nemůže zvolit dobu, kdy bude konkrétní pořad sledovat a je nucen přizpůsobit se programovému rozvrhu. Proto byla na českém televizním trhu viditelná tendence k vytváření specializova-

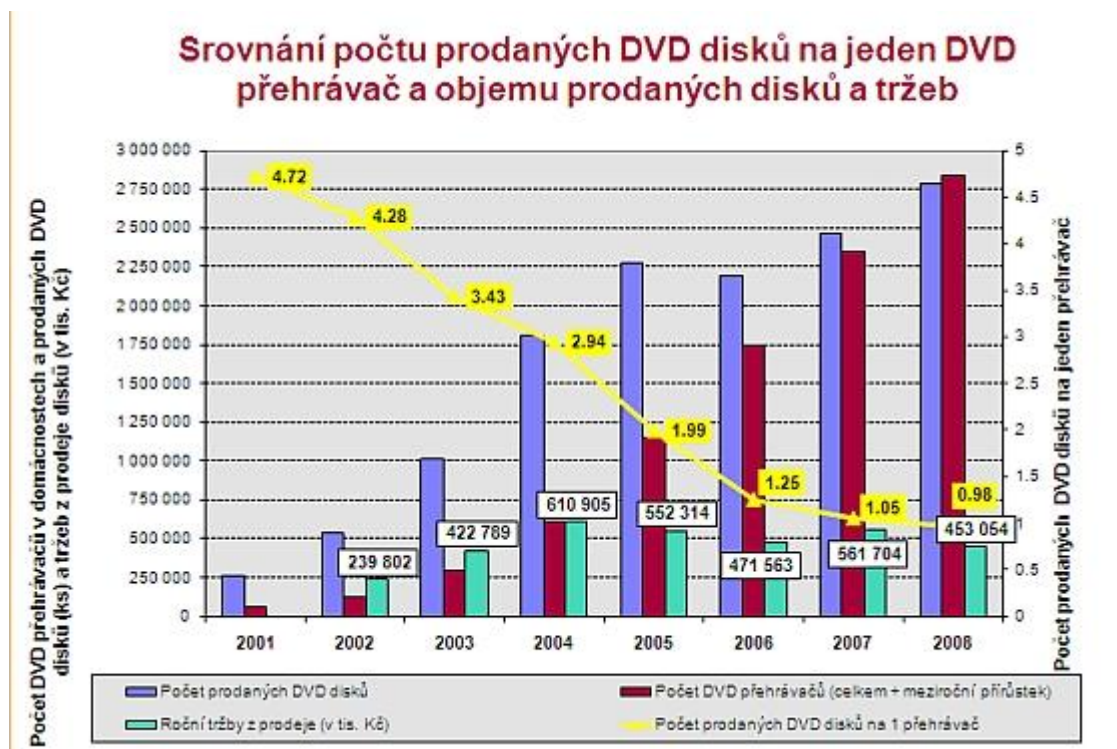
³⁷ Jak vyplývá ze zprávy ČTK (38), k lednu tohoto roku bylo digitalizováno všech 26 českých multikin, ale jen 106 jednosálových kin, což je přibližně čtvrtina všech biografů v zemi.

ných, obsahově úzeji vymezených programů zaměřujících se na určitou skupinu diváků nebo odvětví televizní a filmové tvorby.³⁸

Komerční stanice se tak zaměřily převážně na vysílání seriálů a televizních pořadů, nežli uvádění filmů, které se na televizních obrazovkách navíc stále objevují s velkým zpožděním oproti svým kinopremiérám.

7.5.1 VHS a optické disky

V předešlé dekádě představovaly hlavní nosič používaný ve videodistribuci kazety VHS, šířené jak běžným prodejem, tak půjčováním ve videopůjčovnách. V novém tisíciletí se však již začali postupně prosazovat technicky vyspělejší a skladnější optické disky – DVD a Blu-Ray.



Graf 10 – Počet prodaných DVD nosičů a DVD přehrávačů v letech 2001 - 2008³⁹

³⁸ Tomuto stavu bezpochyby napomohla postupná digitalizace terestriálního televizního vysílání, která proběhla mezi lety 2005 – 2011. (50) Ta totiž technicky i legislativně usnadnila možnosti provozovat větší množství menších televizních stanic, čehož české komerční televize náležitě využily a rozštěpily se do několika specializovaných kanálů.

³⁹ Graf: (54)

V roce 2002 činil poměr prodaných VHS proti DVD 71:29 procentům, přičemž hned v následujícím roce došlo ke skokovému nárůstu prodeje DVD nosičů a poměr se zvedl na 61: 39 procentům. (40 str. 35) Roku 2004 poměr činil poměr vyrovnaných 52:48 procent ve prospěch DVD a roku 2005 již stříbrný disk definitivně triumfoval s poměrem 73:27. (41)

V grafu sestaveném Českou protipirátskou unií je kromě počtu prodaných DVD disků zachycen i počet DVD přehrávačů v domácnostech – je zajímavé, že zatímco přehrávacích zařízení v průběhu let postupně přibývalo, počet prodaných DVD začal od zlomového roku 2005 narůstat jen pomalu. Zatímco roku 2001 si každý vlastník přehrávače koupil v průměru téměř 5 disků, roku 2008 už šlo pouze o disk jediný. Jelikož půjčoven spíše ubývalo, než přibývalo, jsou nasnadě dvě prostá vysvětlení – lidé si mohli začít do svých bytů pořizovat přehrávačů více (např. do obývacího a do dětského pokoje) a také nejspíš začali ve větší míře disky kopírovat nebo stahovat z internetu.

Součástí boomu DVD trhu bylo i objevení se fenoménu takzvaných pošetkových či trafikových DVD – tedy levných disků (v rozmezí cca 40 – 100 korun), které vychází jako přílohy v časopisech, nebo jsou v trafikách prodávány samostatně. Tyto disky disponují poměrně nízkou výrobní kvalitou (co se týče např. lisování nebo použitého materiálu), prodávají se jen v jednoduchých kartonových obalech a ani kvalita záznamu na nich často není zrovna špičková, nicméně jich mezi diváky kolují až stamiliony a bývají zmixovány jako jeden z hlavních důvodů krachu většiny videopůjčoven.

Nedá se však říct, že by trafiková DVD ovlivnila kina – nabízely a stále nabízí poněkud odlišný typ produkce – často filmy artové či nehollywoodské, případně již notorické známé trháky, které se mezitím stihly objevit i v televizním vysílání. Výrazný pokles prodeje (téměř o polovinu oproti minulému roku) prodělala příbalová DVD roku 2009, kdy se jich na stáncích prodalo „jen“ 54 milionů. (42)

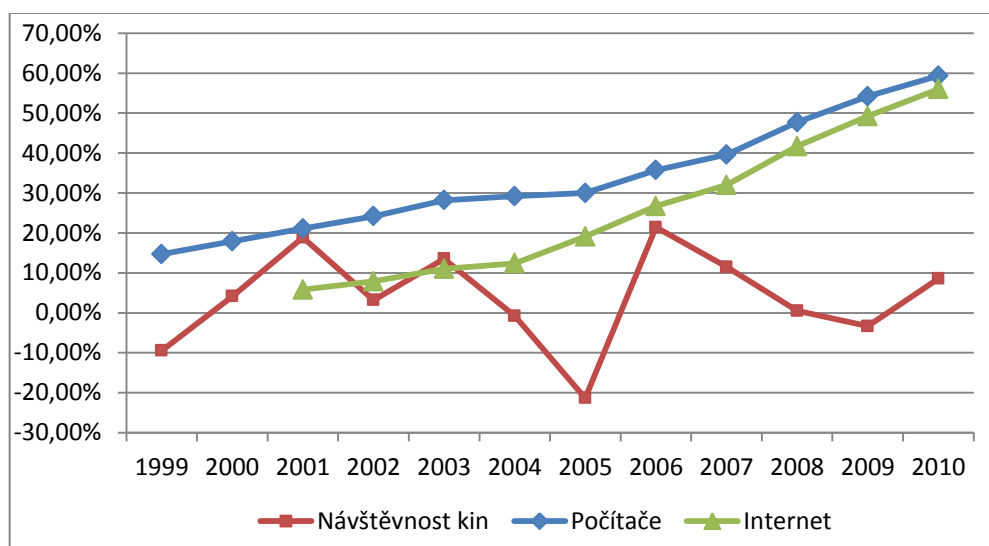
V roce 2007 na český trh pronikly i formáty HD DVD a Blu-Ray, které oproti klasickému DVD nabízí takzvané HD rozlišení, a tedy podstatně vyšší kvalitu i obrazu i zvuku. Jejich nástup do domácností provázely i rozmach plochých plazmových a LCD obrazovek se širokouhlým formátem, které dnes již prakticky vytlačily klasické obrazovky katodové. Blu-Ray, které nakonec v konkurenčním boji nad HD DVD zvítězilo, představuje ve spojení s kvalitní obrazovkou silného konkurenta kina, neboť nabízí projekci prvotřídních technic-

kých parametrů obohacenou o řadu bonusových materiálů⁴⁰, které nikde jinde není možné vidět. Blu-Ray je dokonce schopno zaznamenat i film ve 3D formátu.

Vzhledem k tomu, že samotná média i jejich přehrávače se vyznačují vyšší pořizovací cenou, však disky Blu-Ray ve sledovaném období nepředstavovaly důstojného protivníka DVD. Tedy ne, pokud mluvíme o objemu prodeje. I přes výrazný růst bylo v roce 2011 stále prodáno jen cca 202 tisíc kusů Blu-Ray disků a 3,1 milionů kusů disků DVD. (42)

7.5.2 Internet a přehrávání filmů na počítači

Dá se říct, že všechny osobní počítače vyrobené od počátku sledovaného období, tedy od roku 1999, již byly dostatečně hardwarově vybavené na to, aby na nich bylo možné přehrávat filmy buď ve formátu DVD, nebo na tzv. DVDripech⁴¹.



Graf 11 – Podíl domácností vlastnicích počítačů a připojení na internet ve srovnání s vývojem návštěvnosti kin⁴²

Zpočátku se to nejspíše týkalo hlavně vysokoškolských studentů, kteří měli snadný přístup jak k počítačům, tak k internetu, po němž se filmy daly šířit a nevadil jim tolik nižší komfort sledování, který alespoň starší počítače (vybavené malými obrazovkami s nevhodným poměrem obrazu) poskytovaly.

⁴⁰ Tím jsou myšleny různé dokumenty o natáčení konkrétního filmu, rozhovory s tvůrci apd.

⁴¹ Což jsou komprimované videosoubory vytvořené právě z DVD.

⁴² Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Český statistický úřad (55)

Jak však prozrazují data z Českého statistického úřadu (viz Graf 11), zhruba od roku 2005 se počítač začínal stávat běžným vybavením domácnosti a stávalo se také čím dál tím samozřejmějším, že vlastnictví počítače bylo spojeno i s připojením na internet. Při srovnání vývoje obou fenoménů s křivkou zachycující procentuální proměny návštěvnosti kin však nenalezneme žádné jednoznačné korelace, byť kontrast mezi navyšující se vybaveností domácností počítači a klesající návštěvností mezi lety 2006 – 2009 jistě stojí za pozornost.

Filmy lze po internetu šířit i legálním způsobem, nicméně neatraktivní nabídka titulů, nevyhovující audiovizuální kvalita a obtěžující systémy protipirátské ochrany prozatím vedly k tomu, že internetové videopůjčovny zaznamenaly jen omezený úspěch. V budoucnu by se mohly stát důležitým hráčem zábavního průmyslu, nicméně předtím musí důkladně vypilovat své obchodní strategie.

Daleko více než online videopůjčovny jsou tak mezi českými uživateli internetu oblíbené pirátské kopie filmů, které se v české legislativě pohybují v jakési šedé zóně – není trestné je stahovat a sledovat, je však zakázáno je na internet nahrávat, nebo k nim jiným uživatelům usnadňovat přístup.⁴³ (43) Díky nim mají diváci přístup k filmům, které by v českých kinech ani nemohli vidět, protože jsou buď velmi staré, nebo pocházejí se zemí, s nimiž naši distributoři nemají uzavřené smlouvy. Díky internetu se tak v Česku mohla rozrůst například poměrně významná komunita fanoušků japonského, čínského či korejského filmu. Stahovány jsou však i filmy, které v české distribuci jsou a je palčivou a často probíranou otázkou, nakolik tím náš filmový trh trpí.

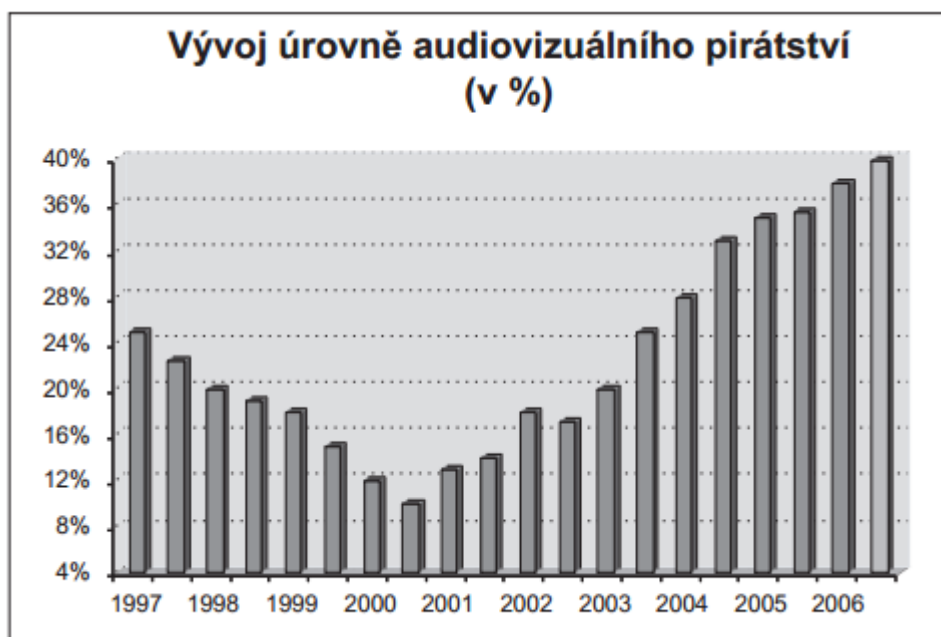
7.5.3 Otázka filmového pirátství

Spolu s rozvojem (a také velkou rozšířeností) počítačových technologií a internetu se stala široce diskutovanou otázkou filmového pirátství – tedy porušování platných autorských práv neoprávněným rozmnožováním filmových děl a jejich černé distribuci povětšinou skrze bezplatná webová úložiště. Podle mnohých názorů přitom kopírování velmi neblaze postihuje celý filmový průmysl a způsobuje mu obrovské finanční ztráty.⁴⁴ Ty se ovšem větší-

⁴³ Což je problém například u hojně využívané technologie bitTorrent, při níž uživatel film zároveň stahuje a ve stejný čas již uložená data rozesílá ostatním uživatelům.

⁴⁴ Tohoto názoru jsou kupříkladu představitelé České protipirátské unie, která kromě spouštění různých kampaní hromadí důkazy proti subjektům, které se na porušování autorských práv podílejí a podává proti nim žaloby u soudů. (49)

nou vypočítávají tak, že se počet stažení neoprávněně šířeného díla vynásobí průměrnou cenou vstupenky do kina. Tento postup je navýsost problematický, neboť ač skutečnost, že mnozí lidé mohli vidět film, aniž by za to zaplatili, nepochybně poškodila zájmy majitelů práv, nelze automaticky počítat s tím, že lidé, kteří shlédli pirátskou kopii, by za jiných okolností skutečně navštívili kino.



Graf 12 – Vývoj úrovně audiovizuálního pirátství v letech 1997 - 2006⁴⁵

Pirátství u filmových děl je každopádně masivním fenoménem, jak ukazuje Graf 12, a jeho vliv na fungování kinematografie nelze podceňovat. Přesto v tomto směru není lehké dělat jednoznačné závěry, na prostoru této práce lze spíše jen doporučit zpracování podrobné a komplexní studie, která by dokázala zmapovat behaviorální profil průměrného filmového piráta.

Lze si totiž snadno představit hypotetického filmového fanouška, který sice filmy ve velkém množství stahuje z internetu, ale zároveň nadprůměrně často navštěvuje kino a kupuje si nadprůměrné množství optických disků. U takového fanouška by zároveň bylo neprav-

⁴⁵ Graf: (49)

děpodobné, že by dal před návštěvou kina přednost zhlédnutí snímku na povětšinou velmi nekvalitní pirátské kopii⁴⁶ na obrazovce svého počítače.

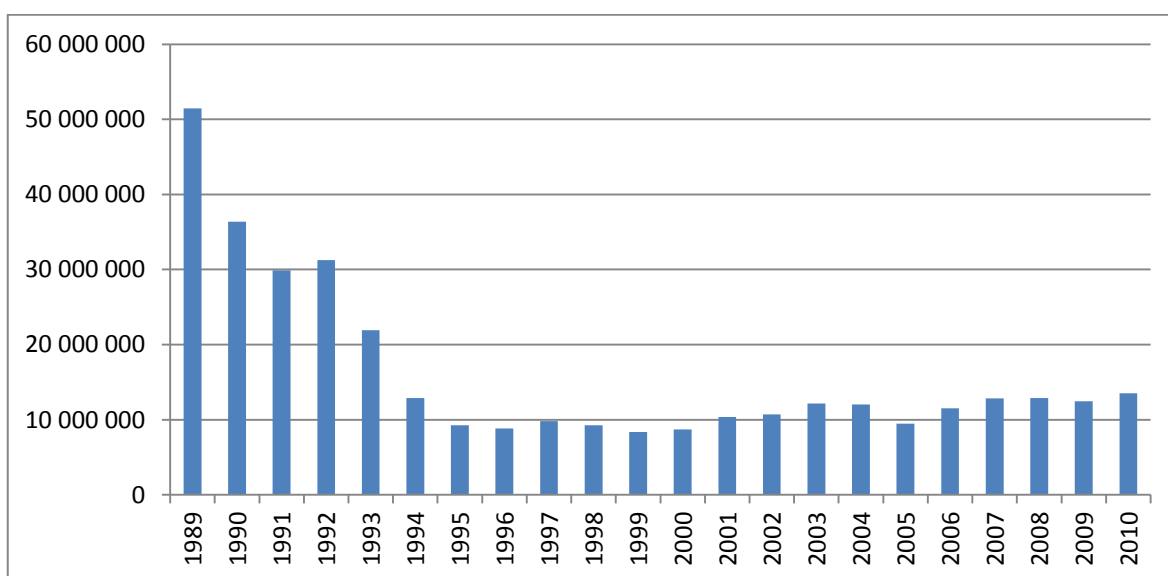
Nelegální kopírování přesto představuje značné riziko u snímků, které mají velký ohlas a zároveň jsou v české distribuci nasazeny s výrazným zpožděním po datu jejich světové premiéry. V takovém případě potom hrozí, že film před nasazením do českých kin vyjde na DVD v zahraničí, přes internet se rozšíří jeho kvalitní kopie a nedočkaví diváci zhlédnou raději ji, než by vyčkávali na řádnou distribuční premiéru. Je tedy vhodné se podobným zpožděním proti světovým premiérám pokud možno co nejvíce vyhýbat.

⁴⁶ U filmů, které jsou aktuálně nasazené v kinech, se pirátské kopie většinou pořizují nahráním obrazu na plátně kina na videokameru, což je postup, který má přirozeně velmi špatné kvalitativní výsledky.

8 VERIFIKACE HYPOTÉZ A SHRNUÍ PRAKTICKÉ ČÁSTI

1. hypotéza: Návštěvnost kin bude mít ve sledovaném období klesající charakter s určitým zlepšením v jeho druhé polovině, kdy na českém trhu začala působit multikina.

Hypotéza byla **potvrzena s výhradami**. Návštěvnost vykazuje strmý pokles oproti situaci před sledovaným obdobím a v době nástupu prvních multikin na trh sice roste, ale jen minimálně a dále poměrně znatelně kolísá. Nejlépe je to vidět na grafu srovnávajícím absolutní počet diváků pro každý rok:



Graf 13 – Vývoj návštěvnosti v absolutních číslech⁴⁷

2. hypotéza: Podíl multikin na celkových výtěžcích z české distribuce bude narůstat.

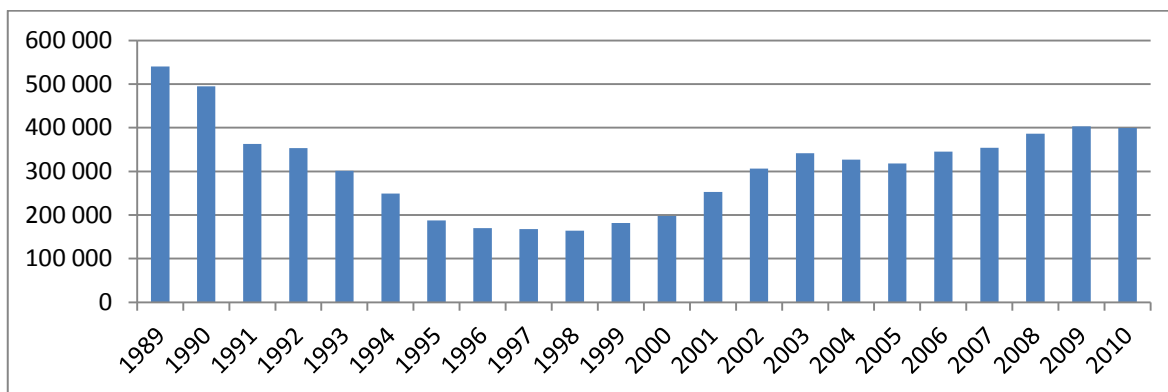
Tato hypotéza byla **potvrzena**. Jak je zřejmé z Grafu č. 6 na straně 33, multikina si dokázala získat cca poloviční podíl na výtěžcích již asi tři roky po svém vstupu na český trh a dnes hrají неотřesitelně dominantní roli, přestože jich funguje ve srovnání s jednosálovými kiny velmi málo.

3. hypotéza: Bude narůstat počet kopií v české distribuci a počet odehraných představení.

Hypotéza byla **vyvrácena**. Jak dokládají údaje uvedené v předchozích kapitolách, počet kopií vykazuje velké meziroční výkyvy a spíše se zmenšuje s přechodem na digitální pro-

⁴⁷ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Unie filmových distributorů. (51)

jekce. Růst byl viditelný pouze v počtu kopií toho nejšířěji nasazeného filmu v každém roce. Počet odehraných představení přitom výrazně klesal až do roku 1988 a poté (po nástupu multikin) stoupal jen pozvolně a dosud se nepřiblížil výchozím hodnotám. Viz Graf 14:



Graf 14 – Vývoj počtu představení v absolutních číslech⁴⁸

4. hypotéza: Vývoj návštěvnosti kin bude viditelně poznamenán důležitými událostmi v oblasti domácí projekce filmů, jako je nástup komerčních televizních stanic, či rozvoj videa a internetu.

Tuto hypotézu se pomocí zvolených metod **nepodařilo verifikovat**, neboť se ukázalo, že k něčemu takovému je zapotřebí daleko podrobnějších a složitějších analýz, které by zahrnovaly velké množství faktorů, jaké ovlivňují chování potenciálních diváků. Přesvědčivé korelace mezi návštěvností a sledovaností televize, prodejem DVD apod. nebyly objeveny.

Pokud srovnáme zjištěné skutečnosti s údaji, které uvádí Dixon (44), Bordwell (2) či Haines (45), můžeme z toho vyvodit, že vývoj filmového trhu a kultury v České republice v převážné míře následuje světové trendy a může se tedy inspirovat ve světě i co se týče marketingových aktivit.

Největší českou zvláštností je tak nakonec významná pozice, kterou má v distribuci domácí kinematografie.

⁴⁸ Graf: Vlastní zpracování. Zdroj dat: Unie filmových distributorů. (51)

ZÁVĚR

V této práci jsme analyzovali situaci a vývojové tendence na českém filmovém trhu v letech 1990 – 2010. Zvláštní pozornost jsme přitom kladli na spojení kin a jejich návštěvnosti s alternativními možnostmi, jak sledovat filmy.

Ukázalo se přitom, že první období, rozložené zhruba mezi roky 1990 – 1998, je charakteristické povšechným chaosem, nejasnou legislativou, prudkým poklesem návštěvnosti, restrukturalizací filmového trhu a uzavíráním velkého množství kin. Tento chaos se přitom promítl i do dostupnosti potřebných dat, takže nebylo možné provést některá nabízející se srovnání.

Od roku 1999 již lze trh považovat za vyspělý a stabilizovaný. Příchozí multikina si na něm velmi rychle dovedla získat majoritní podíl v divácích i tržbách, což svědčí o tom, že jejich zřizování má tak jako ve světě kladnou odezvu i v naší republice. Nástup multikin se nicméně překvapivě neprojevil ve výrazném nárůstu počtu představení a kolujících filmových kopiích.

Ukázalo se též, že situace na trhu s videonosiči či rozvoj internetu návštěvnost kin přímo neovlivňují (nejsou zřetelné jasné korelace), leč v tomto směru by bylo vhodné učinit samostatné a podrobné analýzy. Nejproblematictější otázkou zůstává reálný dopad pirátství na návštěvnost kin či prodej mediálních nosičů, neboť je velmi nesnadné, ne-li přímo nemožné, jej změřit nebo alespoň kvalifikovaně odhadnout.

Hlavní slabinu této práce vidíme bohužel už v jejím zadání, které není dostatečně konkrétně a rozebíhá se do přílišné šíře. Nedostupnost některých důležitých podkladových dat se též negativně podepsala na hloubce a možnostech provedených analýz.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. **Spurný, Michael.** *Historický vývoj kin od roku 1990.* Zlín : Fakulta multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, 2010. Bakalářská práce.
2. **Bordwell, David a Thompsonová, Kristin.** *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie.* Praha : Akademie múzických umění v Praze, Nakladatelství Lidové noviny, 2011. ISBN 978-80-7331-207-7.
3. **Szczepanik, Petr (editor).** *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury.* Praha : Herrmann & synové, 2004. ISBN 8023941070.
4. **Allen, Robert a Gomery, Douglas.** *Film History: Theory and Practice.* místo neznámé : McGraw-Hill Humanities, 1993. ISBN 978-0075548713.
5. **Monaco, James.** *Jak číst film: Svět filmů, médií a multimédií.* místo neznámé : Albatros, 2004. ISBN 978-80-00-01410-4.
6. **Fila, Kamil.** Recenze: Sci-fi Tron je triumf 3D designu. *Aktuálně.cz.* [Online] Centrum Holdings, 19. prosinec 2010. [Citace: 15. srpen 2012.] <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=755021>.
7. **Prokopová, Alena.** The Artist. *Alenčin blog.* [Online] 12. únor 2012. [Citace: 15. srpen 2012.] <http://alenaprokopova.blogspot.cz/2012/02/artist.html>.
8. **Bordwell, David a Thompsonová, Kristin.** *Umění filmu: úvod do studia formy a stylu.* Praha : Akademie múzických umění v Praze, 2011b. ISBN 978-80-7331-217-6.
9. **Holman, Tomlinson.** *Sound for Film and Television.* místo neznámé : Focal Press, 2010. ISBN 978-0240813301.
10. **Polášek, Roman.** Stereoskopie - jak funguje 3D kino. *Stahuj.cz.* [Online] Centrum Holdings, 31. leden 2009. [Citace: 16. srpen 2012.] <http://magazin.stahuj.centrum.cz/stereoskopie-jak-funguje-3d-kino/>.
11. **Buriánek, Jan.** 3D stereoskopická produkce. *PiXEL.* 2010, Sv. III, 159.
12. **Field, Audrey.** *Picture Palace: A Social History of the Cinema.* Londýn : Gentry Books Limited, 1974. ISBN 0 85614 029 5.

13. **Sorlin, Pierre.** *European Cinemas, European Societies: 1939-1990 (Studies in Film, Television, and the Media)*. místo neznámé : Routledge, 1991. ISBN 978-0415056717.
14. **Marich, Robert.** *Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies Used by Major Studios and Independents*. 1. vydání. místo neznámé : Focal Press, 2005. ISBN 978-0240806877.
15. **Danielis, Aleš.** Česká filmové distribuce po roce 1989. *Illuminace*. 2007, Sv. I, 65.
16. **Anon.** Česká republika - základní údaje o filmovém trhu. *Unie filmových distributorů*. [Online] Unie filmových distributorů. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://www.ufd.cz/clanky/ceska-republika-zakladni-udaje-o-filmovem-trhu>.
17. **Flígl, Jiří.** New Yorku a Libni zdaleka se vyhni / Exploatační tendence v české porevoluční kinematografii. *Cinepur*. [Online] Sdružení přátel Cinepuru, 16. březen 2010. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://cinepur.cz/article.php?article=1831>.
18. **Anon.** *Cinema*. 1991, Sv. I.
19. —. Aktuality. *Cinema*. 1992.
20. —. Kina Dolby Stereo v ČR. *Cinema*. 1995, 11, str. 14.
21. —. Historie budovy Velkého kina v datech. *Velké kino Zlín*. [Online] Golden Apple Cinema. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://www.velkekino.cz/historie.htm>.
22. **Plesl, Jaroslav.** Železný postavil tiskárnu na peníze, které ho zničily. Nova má zlatá léta za sebou. *Ihned.cz*. [Online] Economia, a.s., 31. leden 2012. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-54567970-zelezny-postavil-tiskarnu-na-penize-ktere-ho-znicily-nova-ma-zlata-leta-za-sebou>. ISSN 1213 - 7693.
23. **Anon.** HBO + HD. *TV Zpravodaj*. [Online] 2012. [Citace: 26. srpen 2012.] http://tvzpravodaj.mnoho.info/televizni-stanice/cr-satelit_-kabel_-iptv/hbo-_hd.
24. **CESNET.** Před 20 lety se Česko připojilo k Internetu. *CESNET*. [Online] CESNET z.p.s.o., 6. únor 2012. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://www.cesnet.cz/doc/tisk/2012/tz120206.html>.
25. **Ručáková, Dagmar.** Do roku 2002 by měl počet uživatelů Internetu v ČR přesáhnout milion. *Computerworld*. [Online] IDG, 1. únor 1999. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://computerworld.cz/archiv/do-roku-2002-by-mel-pocet-uzivatelu-internetu-v-cr-presahnout-milion-11130>.

26. **Anon.** TOP 50 ČSFR 1992. *Cinema*. 1992, 24.
27. **Dixon, Wheeler a Foster, Gwendolyn.** *21st-Century Hollywood - Movies in the Era of Transformation*. místo neznámé : Rutgers University Press, 2011. ISBN 978-0-8135-5125-8.
28. **Anon.** *Filmový přehled*. 1992, 8.
29. —. TOP 50. *Cinema*. 1995, 5.
30. **Kubín, Zbyněk.** Komentář: Česká kina od revoluce až dodnes. *Filmserver.cz*. [Online] IMEG s.r.o., 5. únor 2012. [Citace: 26. srpen 2012.] <http://filmserver.cz/clanek/3040/komentar-ceska-kina-od-revoluce-az-dodnes/>. ISSN 1804-5529.
31. **Anon.** Výsledky kin v rozhodujících městech ČR za rok 2001. *Filmový přehled*. 2002, 10. ISSN 0015-1645.
32. **Hradický, Michal.** Cultural cinema index - tool for measuring the most "cinophile" country in the world. *Michal Hradicky*. [Online] 1. prosinec 2011. [Citace: 4. září 2012.] <http://michal-hradicky.blogspot.cz/2011/12/most-cinephile-country-in-world.html>.
33. **Němcová, Veronika.** Společnost CineStar vstoupila do Prahy. Koupila konkurenční multikina Village Cinemas. *Idnes.cz*. [Online] MAFRA a.s., 12. listopad 2009. [Citace: 27. srpen 2012.] http://ekonomika.idnes.cz/spolecnost-cinestar-vstoupila-do-prahy-koupila-konkurencni-multikina-village-cinemas-grs-ekoakcie.aspx?c=A091112_160754_ekoakcie_vem.
34. **Ministerstvo kultury České republiky.** Zpráva o české kinematografii 2005. *Ministerstvo kultury*. [Online] květen 2006. [Citace: 30. srpen 2012.] <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2005.pdf>.
35. **Anon.** Cinema Index. *Filmový přehled*. 2005, 5.
36. **Tesař, Antonín.** Rok, kdy Hollywood sešel z cesty. *Cinepur*. [Online] Sdružení přátel Cinepuru, 25. červen 2012. [Citace: 3. září 2012.] <http://cinepur.cz/article.php?article=2314>.
37. **Ministerstvo kultury České republiky.** Digitalizace kin v ČR – Informace o přechodu na digitální projekci obrazu a zvuku. *Ministerstvo kultury*. [Online] duben 2009. [Citace: 2.

září 2012.] http://www.mkcr.cz/assets/statni-fondy/statni-fond-pro-podporu-a-rozvoj-ceske-kinematografie/Digitalizace_kin_v_CR.doc.

38. **Česká tisková kancelář.** Digitalizována je čtvrtina kin, ostatním hrozí příští rok zánik. *Finance.cz.* [Online] 22. leden 2012. [Citace: 2. září 2012.] <http://www.finance.cz/zpravy/finance/340115-digitalizovana-je-ctvrtina-kin-ostatnim-hrozi-pristi-rok-zanik/>.

39. —. Lidé tráví před televizí více než tři hodiny denně, ukázal průzkum. *Lidovky.cz.* [Online] Mafra a.s., 12. listopad 2010. [Citace: 3. září 2012.] http://www.lidovky.cz/lide-travi-pred-televizi-vice-nez-tri-hodiny-denne-ukazal-pruzkum-p9v-/ln-media.asp?c=A101112_180940_ln-media_tsh. ISSN 1213-1385.

40. **Anon.** Informace o DVD video. *Filmový přehled.* 2004, 3. ISSN 0015-1645.

41. —. Informace o trhu DVD video v roce 2005. *Filmový přehled.* 2006, 2.

42. **Česká tisková kancelář.** Český a slovenský trh s DVD loni klesl, prodej Blu-ray vzrostl. *Mediář.cz.* [Online] Mediář.cz, 4. únor 2012. [Citace: 3. září 2012.] <http://www.mediar.cz/cesky-a-slovensky-trh-s-dvd-loni-klesl-prodej-blu-ray-vzrostl/>. ISSN 1804-7238.

43. **Sláma, David.** Stahování filmů a hudby: legální či nelegální? *AVmania.cz.* [Online] Mladá fronta a.s., 22. březen 2012. [Citace: 3. září 2012.] <http://avmania.e15.cz/stahovani-filmu-a-hudby-legalni-ci-nelegalni>.

44. **Dixon, Wheeler.** *The Second Century of Cinema: The Past and Future of the Moving Image.* New York : State University of New York, 2000. ISBN 0791445151.

45. **Haines, Richard.** *The Moviegoing Experience, 1968 - 2001.* Jefferson : McFarland & Company, Inc., 2003. ISBN 0-7864-1361-1.

46. **Prokopová, Alena.** Poslouchejte – němý film! *Alenčin blog.* [Online] 30. červenec 2009. [Citace: 15. srpen 2012.] <http://alenaprokopova.blogspot.cz/2009/07/poslouchejte-nemy-film.html>.

47. **Česká televize.** ČST v datech. *Česká televize.* [Online] Česká televize, 2012. [Citace: 15. srpen 2012.] <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/cst-v-datech/>.

48. **Ebert, Roger.** Why I Hate 3-D (And You Should Too). *The Daily Beast*. [Online] The Newsweek/Daily Beast Company LLC, 9. květen 2010. [Citace: 16. srpen 2012.] <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2010/04/30/why-i-hate-3-d-and-you-should-too.html>.
49. **Česká protipirátská unie.** Co je to pirátství a jaké tresty za něj hrozí? *Česká protipirátská unie*. [Online] [Citace: 30. srpen 2012.] <http://www.cpuofilm.cz/piracy.html>.
50. **České radiokomunikace.** Digitalizace televizního vysílání v ČR byla ukončena. České Radiokomunikace do ní investovaly téměř 1 miliardu korun. *České radiokomunikace*. [Online] České radiokomunikace, 9. listopad 2011. [Citace: 3. září 2012.] http://www.radiokomunikace.cz/o-spolecnosti/tiskove-centrum/tiskove-zpravy.html/67_554-digitalizace-televizniho-vysilani-v-cr-byla-ukoncena.-ceske-radiokomunikace-do-ni-investovaly-temer-1-miliardu-ko.
51. **Unie filmových distributorů.** Česká republika - základní údaje o filmovém trhu. *Unie filmových distributorů*. [Online] Unie filmových distributorů, 2011. [Citace: 4. září 2012.] <http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky>.
52. —. Podíl multikin na trhu. *Unie filmových distributorů*. [Online] Unie filmových distributorů, 23. leden 2012. [Citace: 4. září 2012.] http://www.ufd.cz/system/files/clanky/podilymkina2011_0.xls.
53. —. Premiéry v českých kinech od roku 2000. *Unie filmových distributorů*. [Online] Unie filmových distributorů. [Citace: 4. září 2012.] <http://www.ufd.cz/clanky/premiery-v-ceskych-kinech-od-roku-2000>.
54. **Česká protipirátská unie.** Grafické přehledy audiovizuálního pirátství. *Česká protipirátská unie*. [Online] Česká protipirátská unie. [Citace: 4. září 2012.] <http://www.cpuofilm.cz/prehled.html>.
55. **Český statistický úřad.** Vybavenost domácností osobním počítačem a internetem podle typu domácnosti, velikosti obce, příjmové skupiny krajů. *Český statistický úřad*. [Online] Český statistický úřad, 4. září 2012. [Citace: 4. září 2012.] http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=ICT0070PU_KR&kapitola_id=420&voa=tambulka&go_zobraz=1&childsel0=2.

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 – Základní ukazatele filmového trhu v letech 1990-1998.....	25
Graf 2 – Počet kin v letech 1990-1998	26
Graf 3 – Podíl českých filmů na tržbách v letech 1990 - 2010.....	31
Graf 4 – Základní ukazatele filmového trhu v letech 1999 - 2010.....	32
Graf 5 – Počet kin v letech 1999 - 2006	33
Graf 6 – Podíl multiplexů na českém filmovém trhu v letech 1999 - 2010.....	34
Graf 7 – Počet premiér v letech 2000 - 2010	36
Graf 8 – Počet filmových kopií v distribuci v letech 2000 – 2010.....	37
Graf 9 – Podíl českých filmů na tržbách v letech 1999 - 2006.....	38
Graf 10 – Počet prodaných DVD nosičů a DVD přehrávačů v letech 2001 - 2008	41
Graf 11 – Podíl domácností vlastnících počítač a připojení na internet ve srovnání s vývojem návštěvnosti kin	43
Graf 12 – Vývoj úrovně audiovizuálního pirátství v letech 1997 - 2006	45
Graf 13 – Vývoj návštěvnosti v absolutních číslech.....	47
Graf 14 – Vývoj počtu představení v absolutních číslech	48

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

- 3D - Three-dimensional; třídímenzionální, prostorový obraz
- CD - Compact Disc; kompaktní disk, cédečko
- ČR - Česká republika
- ČSFR - Česka a Slovenská federativní republika
- DCP - Digital Cinema Package; digitální médium pro záznam audiovizuálního obsahu
- DTS - Digital Theatre System; standart prostorového zvuku
- USA - United States of America; Spojené státy americké

