

Komparace podpory filmového průmyslu a filmových destinací v Malopolském vojvodství a Moravskoslezském kraji

Gabriela Nedjalkovová

Bakalářská práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Gabriela Nedjalkovová**
Osobní číslo: **M120172**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Komparace podpory filmového průmyslu a filmových destinací v Malopolském vojvodství a Moravskoslezském kraji**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Podejte a diskutujte teoretické poznatky filmového průmyslu a filmových destinací jako nástroj rozvoje regionu.
- Představte podporu a současné trendy v rozvoji filmového průmyslu a filmových destinací na úrovni EU, v Polsku a České republice.

II. Praktická část

- Charakterizujte a zhodnoťte podporu filmového průmyslu a filmových destinací v Malopolském vojvodství a Moravskoslezském kraji.
- Navrhněte projekt na podporu vybrané filmové destinace v Moravskoslezském kraji a zhodnoťte jeho přínosy a rizika.

Závěr

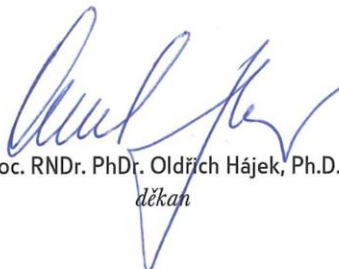
Rozsah bakalářské práce: cca 40
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

ANDERSEN, Arthur. The European Film Production Guide: Finance, Tax, Legislation. 1st ed. New York: Routledge, 1996, 461 p. ISBN 04-151-3665-2.
BEETON, Sue. Film-induced Tourism. 2nd ed. Clevedon: Channel View Publications, 2005, 270 p. ISBN 1-84541-014-9.
ROESCH, Stefan. The Experiences of Film Location Tourists. 1st ed. Buffalo: Channel View Publications, 2009, 248 p. ISBN 18-454-1122-6.
VICAN, Tomáš. Výzkum využití marketingových aktivit pro úspěch filmu a využití filmu pro podporu produktu, odvětví a oblasti. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 56 s. ISBN 978-80-7454-346-3.

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2016
Termín odevzdání bakalářské práce: 16. května 2016

Ve Zlíně dne 15. února 2016


doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
děkan




Mgr. Jiří Novosák, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské 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;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou 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;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 12. 5. 2016


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Bakalářská práce je zaměřena na problém podceňování podpory filmového průmyslu a důležitosti marketingu filmových destinací na regionální úrovni v České republice. Cílem práce je provést komparaci filmového průmyslu a filmových destinací v Malopolském vojvodství a Moravskoslezském kraji. Data byla zpracována pomocí kvalitativního výzkumu ve formě strukturovaných rozhovorů. Provedeným výzkumem bylo zjištěno, že Malopolské vojvodství má vůči Moravskoslezskému kraji rozvinutější strukturu financování a jiné podpory filmového průmyslu a kvalitně podchycený marketing filmových destinací. Zjištěné poznatky vedly k vytvoření návrhu projektu, který poskytuje možnost zvýšení atraktivit filmových destinací a tím následné přilákání filmových produkcí do regionu.

Klíčová slova: Kinematografie, filmový průmysl, filmové destinace, regionální rozvoj, financování.

ABSTRACT

Bachelor thesis is focused on the problem of underestimating the support of film industry and the importance of the film destination marketing on regional level in Czech Republic. Main goal is to make comparison of support in film industry and film destinations in the Lesser Poland Voivodeship and Moravian-Silesian Region. Data was processed using qualitative research in the form of structured interviews. From the research was found that Lesser Poland voivodeship is better developed than Moravian-Silesian Region in structure of funding and other support of film industry and great film destination marketing. From these results was created project proposal, which provides the ability to increase the attractiveness of the film destinations and to attract film productions to the region.

Keywords: Cinematography, film industry, film destinations, regional development, fundings.

Děkuji vedoucímu bakalářské práce RNDr. Pavlovi Bednářovi, Ph. D. za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. Mé poděkování patří také všem zmíněným respondentům, kteří mi poskytli rozhovor pro vytvoření této práce.

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 FILMOVÝ PRŮMYSL – VYMEZENÍ, VÝVOJ, KLASIFIKACE	13
1.1 VÝVOJ A VZNIK KINEMATOGRAFIE	13
1.2 KINEMATOGRAFIE JAKO PRŮMYSLOVÉ A KULTURNÍ ODVĚTVÍ.....	15
1.3 ROZVOJ REGIONU POMOCÍ FILMOVÉHO PRŮMYSLU A FILMOVÝCH DESTINACÍ	16
2 DEFINICE FILMOVÉHO TURISMU A VYMEZENÍ POJMŮ	17
2.1 FORMY FILMOVÉHO TURISMU.....	18
2.1.1 On-Location	18
2.1.2 Off-Location.....	19
2.1.3 Cestování za mylnou destinací.....	19
2.1.4 Komerční aktivity.....	19
3 SOUČASNÉ TRENDY VE FILMOVÉM PRŮMYSLU A TURISMU	21
3.1 TRENDY FILMOVÉHO PRŮMYSLU	21
3.2 TRENDY FILMOVÉHO TURISMU	22
4 ZDROJE A FORMY PODPORY FILMOVÉHO PRŮMYSLU V EU, ČR A POLSKU	26
4.1 PODPORA FILMOVÉHO PRŮMYSLU EVROPSKOU UNIÍ.....	27
4.1.1 Kreativní Evropa MEDIA	27
4.1.2 European Film Commission Network.....	28
4.2 PODPORA FILMOVÉHO PRŮMYSLU V ČESKÉ REPUBLICE	28
4.2.1 Vývoj historie a podpory kinematografie v ČR	28
4.2.1.1 Vývoj státní podpory české kinematografie	30
4.2.1.2 Stav konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu v ČR.....	31
4.2.2 Státní fond kinematografie	32
4.2.3 Filmové pobídky	33
4.2.4 Asociace producentů v audiovizí	35
4.2.5 Czech Film Commission	36
4.3 PODPORA FILMOVÉHO PRŮMYSLU V POLSKU	36
4.3.1 Vývoj historie a podpory kinematografie v Polsku.....	36
4.3.2 Polský Filmový Institut	37
4.3.3 Polsko – německý fond pro rozvoj filmového průmyslu	40
4.3.4 Film Commission Poland.....	41
II PRAKTICKÁ ČÁST	43
5 ZÁKLADNÍ SOCIOEKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH REGIONŮ	44
5.1 ČR – MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	44
5.1.1 Obecné údaje	44
5.1.2 Současná socioekonomická situace.....	44
5.2 POLSKO – MALOPOLSKÉ VOJVODSTVÍ.....	45
5.2.1 Obecné údaje	46
5.2.2 Současná socioekonomická situace.....	46

6	ANALÝZA ROZVOJE FILMOVÉHO PRŮMYSLU A FILMOVÝCH DESTINACÍ VE VYBRANÝCH REGIONECH	47
6.1	MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	47
6.1.1	Regionální podpora filmového průmyslu.....	47
6.1.2	FILM OSTRAVA	48
6.1.3	Návštěvnost a propagace filmových destinací v regionu	48
6.2	MALOPOLSKÉ VOJVODSTVÍ	49
6.2.1	Podpora filmového průmyslu	49
6.2.2	Krakow Film Commission	51
6.2.3	Návštěvnost a propagace filmových destinací v regionu	51
7	VÝSLEDKY ROZHOVORŮ S AKTÉRY FILMOVÉHO PRŮMYSLU V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI A MALOPOLSKÉM VOJVODSTVÍ.....	53
7.1	OTÁZKY PRO ZÁSTUPCE REGIONÁLNÍCH FILMOVÝCH KOMISÍ MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE A MALOPOLSKÉHO VOJVODSTVÍ	53
7.1.1	Komparace Ostravské a Krakovské filmové kanceláře.....	56
7.2	OTÁZKY PRO REGIONÁLNÍ ZÁSTUPCE FILMOVÉHO PRŮMYSLU VYBRANÝCH REGIONŮ.....	61
7.2.1	Komparace Moravskoslezské a Malopolské instituce	63
8	KOMPARACE SOUČASNÉHO STAVU PODPORY FILMOVÉHO PRŮMYSLU A FILMOVÝCH DESTINACÍ VE VYBRANÝCH REGIONECH	67
8.1	ZÁVĚREČNÉ SHRNTÍ KOMPARACE	71
9	NÁVRH PROJEKTU NA PODPORU VYBRANÝCH FILMOVÝCH DESTINACÍ V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI	73
9.1	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU	73
9.2	PŘÍNOSY A RIZIKA SOUTĚŽE	76
	ZÁVĚR	79
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	80
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	83
	SEZNAM OBRÁZKŮ	84
	SEZNAM TABULEK.....	85
	SEZNAM GRAFŮ	86

ÚVOD

Filmový průmysl bývá velmi často podceňován vůči hospodářství státu. Aktéři a stakeholdeři filmového průmyslu si někdy nedokáží uvědomit podstatu a přínos v rozvoji tohoto průmyslu na národní a regionální úrovni. Film rozvíjí nejen ekonomiku státu, ale také vede k uspokojování kulturních potřeb, které nás můžou obohatit z hlediska rozvoje osobnosti člověka a vyjádřením postoje k daným tématům.

Podpora filmového průmyslu byla v České republice velmi dlouho ve stagnující fázi (2002 – 2008), po dlouhá léta nebyla ČR konkurenceschopnou na mezinárodním trhu. Počínaje rokem 2009 byly zavedeny filmové pobídky tedy finanční podpora ze strany státu. Právě tyto investiční pobídky přináší filmovému průmyslu externí kapitál do ČR a podporují či dokonce zvyšují ekonomickou činnost našeho hospodářství. Členové filmového štábu tvoří široké spektrum specifických profesí, souvisejících s mnoha hospodářskými odvětvími. Především jde o dopravní, ubytovací a stravovací služby, také právnícké a další poradenské služby, které na našem území využívají zahraniční produkce tvořící film. Hospodářství podporují rovněž podpůrné služby spjaté s výrobou filmu.

Tato bakalářská práce proto ve svojí teoretické části přiblíží vývoj filmového průmyslu, filmových destinací a jeho podpory z národní a evropské úrovně.

Praktická část pak komparuje současný stav Moravskoslezského kraje a Malopolského vojvodství z pohledu podpory a rozvoje filmového průmyslu a filmových destinací.

Poznatky a rešerše v této práci budou především čerpány ze zákonů o kinematografii, výročních správ a to jak města, tak vybraných regionálních institucí. Z literárních zdrojů budou využity knihy o filmu, jeho vývoji a rozvoji za poslední tisíciletí.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Na základě východisek popsaných v úvodu práce, kde byly definovány problémy, byl stanoven hlavní cíl bakalářské práce a to je komparace filmového průmyslu a filmových destinací v Malopolském vojvodství a Moravskoslezském kraji.

Dílčím cílem práce je komparovat současnou situaci jednak z hlediska podpory financování filmově zaměřených projektů v regionech, struktury této podpory ze strany filmových komisí a regionu, zájmu produkčních společností o natáčení v těchto regionech, následně zájmu občanů navštěvovat tyto filmové destinace za účelem turismu a také z pohledu regionální filmové komise a aktérů filmového průmyslu, na propagaci filmových destinací a na aktivity tvořené v regionu za účelem podpory rozvoje filmového průmyslu.

Z poznatků získaných v průběhu výzkumu krajů bude následovat vytvoření návrhu projektu. Projekt se bude věnovat vybraným destinacím v Moravskoslezském kraji a bude mít za cíl rozvíjet filmový průmysl a podpořit filmové destinace, navrhovat jak by se tyto lokace daly použít k zvýšení marketingové aktivity regionu. Zároveň tím i poukázat na příležitosti ke zlepšení.

V praktické části byla zvolena kvalitativní metoda výzkumu formou rozhovorů. Z pohledu výše uvedeného je za kvalitativní výzkum považován výzkum, který se zabývá slovní analýzou, může probíhat například ve formě dotazníků a to buď v elektronické nebo tištěné podobě, anebo také ve formě rozhovorů. Rozhovory jsou buď strukturované – kdy se jedná o plně standardizované interview, polo-strukturované – předem je připravena pouze základní osnova rozhovoru, nebo nestrukturované – má volný a neformální charakter, informátor si ani nemusí uvědomit, že jde o výzkumný rozhovor. (Kvantitativní výzkum, © 2013). V této práci je zvolen strukturovaný rozhovor, jelikož má vůči ostatním rozhovorům výhodu snazší komparovatelnosti a také je možný aplikovat na početnější vzorek respondentů. Jedinou nevýhodou této metody je omezený prostor pro vyjádření vlastních názorů dotazovaného.

Rozhovory budou vedeny se zástupci regionálních filmových komisí a zástupci regionálního filmového průmyslu. Komise bývá přítomna v regionu jedna a po prostudování jejich webových kontaktních stránek byly osloveny kompetentní osoby a zástupci produkčních společností regionu byli osloveni pomocí metody sněhové koule, která je používána k získávání nových kontaktů na základě doporučení nominování osobami, které již byli k rozhovoru osloveni. Komunikace probíhala v elektronické podobě a následný rozhovor

byl veden buď na osobní schůzce, nebo pomocí elektronické aplikace Skype v závislosti na požadavku respondentů. Odpovědi byly zaznamenávány písemnou formou a poté po přepsání zkontrolovány respondenty. Dohromady byly provedeny čtyři rozhovoru na území České a Polské republiky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 FILMOVÝ PRŮMYSL – VYMEZENÍ, VÝVOJ, KLASIFIKACE

Pro provedení analytické část této práce je důležité vymezení pojmů, které budou později zmiňovány. Jeden z nich je filmový průmysl tedy kinematografie. Následující kapitola objasní vznik a vývoj filmu od počátku až do současnosti. Vymezí dané pojmy a klasifikuje filmový průmysl.

1.1 Vývoj a vznik kinematografie

„Kinematografie je stále ještě relativně mladý obor, ale její dějiny dnes už zaujímají v lidské paměti rozsáhlé území. Vývoj filmu a kinematografie nabral hned z počátku mimořádnou dynamiku, která odpovídala tempu moderní doby: umění se mísilo s průmyslem, originál s kopií, hluk s tichem. Velké a malé věci lidského života si začaly vyměňovat pozice tak nečekaně, že právě proměny obrazů a zvuků ve filmu dokázaly nejlépe vystihnout situaci, v níž se ocitl člověk 20. Století. Zrodilo se nové médium, jehož estetika ovlivnila nejnovější dějiny lidstva podobně jako knihtisk, automobilismus nebo letectví.“ (Bordwell, Thompson, 2011, 5s)

Podle Bordwella a Thompsonové (5s, 2011) je kinematografie něco složitého a vnitřně bohatého propojení celku, jakéhosi technologického a uměleckého univerza, jehož řád bylo třeba objevit.

V širší definici Monaca (226s, 2004) se dá tohle odvětví rozdělit na film, kinematografii a kino. Filmový aspekt se týká převážně vztahu s okolním světem, kinematografický si pohrává převážně s estetikou a vnitřní strukturou filmového průmyslu a nakonec kino má funkci ekonomické komodity. Samozřejmě se tyto tři aspekty navzájem prolínají a souvisí jeden s druhým.

Dějiny filmového odvětví jsou bohaté a komplexní, ačkoli zatím trvají jen jedno století. (Monaco, 2004, 226s). Počáteční zrod kinematografie nebo jako filmu takového se datuje od poloviny 90. let 19. století. Kdy za vznikem tohoto odvětví stál ne jeden vynálezce. Mnoho pokusů a vynálezů předchůdců kamer vznikalo na území USA, ale také u nás v Evropě převážně v Německu, Velké Británii a Francii. Jeden z nejranějších vynálezců nápomocných k vzniku filmu byl Francouz Émile Reynaud, který sestavil optickou hračku promítací praxinoskop. Díky praxinoskopu mohli diváci poprvé vidět promítání pohyblivých obrázků na plátně pomocí dlouhých a širokých pásů ručně malovaných obrazů. (Bordwell, Thompson, 2011, 19 – 24s)

Thomas Edison spolu s W. K. L. Dicksonem předvedli v roce 1889 jednoduchý projekční systém kinetoskop. Podle Monaco Edison smýšlel o filmu jako o osobním spíš než o skupinovém prožitku, jelikož jeho výzkum vedl k vytvoření přístroje pro jednotlivce. (Monaco, 2004, 230s)

Velkým zvratem a bodem v historii kinematografie se stal 28. prosinec 1895, kdy bratři Lumiérové představili elegantní malou kameru – kinematograf - a uskutečnili jedno z nejslavnějších promítání veřejných filmových představení v pařížském Grand Café. Tento okamžik se pro mnohé stal klíčovým v historii dějin filmu.

Bratři Lumierové se soustředili především na projekce pro veřejné skupiny a dokázali rozšířit svůj vynález velmi rychle, za necelý rok promítali po celém světě a také u nás v Karlových Varech. (Bordwell, Thompson, 2011, 26 – 27s)

Monaco (230-231s, 2004) uvedl, že kdyby se vývoj filmové technologie ubíral podle Edisona, vypadala by distribuce produkováných filmů úplně jinak. Historické médium by bylo mnohem podobnější televizi a individuálnímu použití. Avšak Edisonův kinetoskop ustoupil kinematografu a tím pádem se film rozvíjel pomocí veřejných kin.

Film se z laciné zábavy postupně vymanil a v období kolem roku 1912 z něho bylo plně funkční ekonomické umění. To byl také první nástup celovečerního filmu. (Monaco, 2004, 231s)

Národní kinematografie a hlavně ty evropské nacházely trendy, kterých se drželi a lišili se tak od ostatních národů. V Itálii se začaly rodit historické velkofilmy, ale také realisticko-veristické, kde se snažily vyhýbat vyumělkovanému světu a zabývat se sociální tematikou. V Rusku se film rozvíjel brzy, jak díky divadlu, tak díky možnostem co v něm politici viděli. Film se tak stal politický, aby vychovával masy. Vznikla zde i první filmová škola. Ruští filmaři se stali známí díky svému umění střihu a zavedl se pojem Ruská montážní škola.

V německé kinematografii, převládl expresionismus, jednalo se převážně o horory, po výtvarné stránce se jednalo o umělé dekorace, které přejímaly prvky z kubismu. Švédská kinematografie se z počátku odrážela od své literatury a na této bázi začali natáčet filmy o propojení člověka s přírodou. V USA vznikly několika hodinové výpravné eposy, tvořené převážně D. W. Griffitem, který je považován za prvního filmového režiséra. Ve Francii vznikl poeticko-realistický film, jenž čerpal inspiraci ze života prostého lidu. Poukazoval na fakt, že filmy nemusí být jen z prostředí bohatých a intelektuálních lidí.

Po příchodu zvuku se trh v anglické jazykové oblasti stal nejrozšířenějším a Anglie se stala konkurentem Hollywoodu. V USA vznikly gangsterské filmy, western, válečné filmy a veselohry. Za dob války americká kinematografie nabrala na síle a stala se tak hlavním hráčem na poli filmového průmyslu. Byla založena velká filmová studia, přešlo se na tovární výrobu filmu a začíná silný kult herců a hereček. Evropské státy zmítané válkou kupovali filmy z USA, aby kina měla co promítat. Po válce situace zůstává stejná, avšak Evropa si našla alternativní cestu k americkému filmovému průmyslu.

V Itálii vznikl neorealismus, filmy se tak stavěli do čela politického boje, umění o zájmu člověka, umění humanismu. Ve Francii se stejné období označuje za nástup Nové vlny, základní myšlenkou celého směru bylo vyjádření hlubiny niterního života člověka. Díla byla ovlivněna i severskou kinematografií. Díky postupnému vývoji technologií, se již kamera mohla držet v ruce, filmaři vyráželi točit do ulic, experimentovali jak s příběhem, tak s formou vyprávění.

Od této doby si americká kinematografie drží první místo, kde na druhé koleji je kinematografie evropská často vnímána jako umělečtější, minimalističtější a nezaměřené tolik na zisk. (Bordwell, Thompson, 2011)

1.2 Kinematografie jako průmyslové a kulturní odvětví

„To bratři Lumiérové vynalezli promítací systém, který udělal z kinematografie komerčně využitelný obor pro podnikání po celém světě“. (Bordwell, Thompson, 2011, 26s)

Z předešlé citace můžeme tedy odvodit, že film byl považován za průmyslové odvětví již od počátku založení, kdy bratři Lumiérové vynalezli kinematograf a dokázali ho dostat do povědomí celého světa.

Ovšem první použití pojmu kreativního průmyslu se objevilo až v roce 1997, kdy se tímto pojmenováním začal zabývat tým ve Velké Británii. V přesnější definici:

„Jsou to aktivity, které vycházejí z tvořivosti jedinců, jejich dovedností a talentu a které mají potenciál pro tvorbu bohatství a pracovních míst prostřednictvím produkce a využívání duševního vlastnictví.“ (Gibola, © 2007)

Po tomto určení se pojem začal používat a definice různě rozvíjet a rozšiřovat. Také kreativní průmysl se začal různě přejmenovávat a to jako průmysl kultury nebo ekonomika kultury. Podle definice evropské komise spadá film, video a televize pod kulturní sektor respektive kulturní průmysl.

Vyspělé světové ekonomiky chápou, jak velký ekonomický přínos přináší filmový neboli kreativní průmysl. Film je považován za globální fenomén a jeho hodnota se momentálně odhaduje na 62 mld EUR. Je pokládán za zásadní ekonomický nástroj. (Olsberg, © 2006)

1.3 Rozvoj regionu pomocí filmového průmyslu a filmových destinací

Když si filmová produkce vybere filmové destinace v kraji, má to četné pozitivní přínosy pro rozvoj daného regionu. V této podkapitole bude vymezeno jaké přínosy má pro region filmový průmysl a filmové destinace a to jak z hlediska ekonomického tak kulturního.

Filmový průmysl a filmové destinace na sebe významně navazují. Pokud je v regionu dostatek atraktivních filmových destinací, které jsou dobře propagovány, pak se dá předpokládat, že zde bude vyšší zájem o možnost natáčení filmovými produkcemi.

Přínosy pro region

Jedním z ekonomických přínosů je nepřímá podpora malých a středních podniků a živnostníků. Filmové produkce jsou důležitými zákazníky domácích služeb a zboží v odvětví reklamy a marketingu, stavebnictví, dopravního průmyslu, ubytovacích zařízení, gastroonomie, poradenství nebo právních oddělení, rovněž podporuje exportní služby státu.

Filmově aktivní region přispívá především ke zvyšování zaměstnanosti výše zmíněných aktérů. Filmové štáby a produkce krom stálých zaměstnanců se velmi často skládají z filmařů na volné noze. Tito filmaři jsou obvykle přijímáni jen k natočení daného filmu. To znamená, že si produkce velmi často vybere filmaře z regionu, kde chce film natáčet. Pomocní filmaři pracují většinou 12 hodin a více denně a to 5 nebo 6 dní v týdnu po různě dlouhé etapy během roku. (Olsberg, © 2006). Produkce také vytvářejí krátkodobé pracovní místa ve formě komparsistů potřebných do filmu. Můžeme tedy usuzovat, že filmová produkce zvyšuje zaměstnanost v regionu, i když ne dlouhodobě.

Zahraniční produkce také přinášení do státu investice, které mají pozitivní dopad na technologický rozvoj – stát může dovolit více investovat do rozvoje technologických center na post produkci v regionech. Růst filmového průmyslu má příznivý vliv na synergické efekty s činnostmi na podporu turismu, propagaci a zvýraznění regionu, ve kterém je natáčeno. Natáčení filmů v lokacích regionu má vedlejší efekt propagace země a regionu v zahraničí, což ovlivňuje zvyšování filmového cestovního ruchu. Zvyšuje také konkurenceschopnost regionu ve státě. Na rozdíl od výrobního průmyslu má ten filmový daleko mírnější dopad na životní prostředí. (Státní Fond Kinematografie, © 2012)

2 DEFINICE FILMOVÉHO TURISMU A VYMEZENÍ POJMŮ

V této kapitole se seznámíme s pojmy filmový turismus a filmové destinace. Tyto pojmy jsou velmi důležitým článkem v analytické části této práce, proto je podstatné jejich pochopení.

Jednu z možností jak definovat vznik filmového turismu uvedla ve své knize Halina Kotíková.

„Předchůdce filmového turismu byl cestovní ruch na místa, spojená s literaturou. Literární turismus je formou cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni návštěvou míst děje (reálných i fiktivních) významných románů a dalších literárních děl, případně i rodišť, míst pobytu a míst posledního odpočinku významných spisovatelů.“

„Filmový turismus zahrnuje cestovní ruch, jehož hlavním motivem je návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film či jiné audiovizuální dílo, nebo návštěva atraktivit a událostí, které se vztahují k filmu, seriálu či jiným oblastem audiovizuálním dílům.“

(Kotíková, 2013, 131s)

Pro filmový turismus (*film tourism = film-induced tourism*) je charakteristické cestování na místa, které své obdivovatele přiláká skrz filmová plátna nebo televizní obrazovky. (Roesch, 2009, 7s)

V počátečních fázích bádání tohoto poměrně nového oboru je často zmiňován pojem *movie-induced tourism*, který obsahuje motivaci lidí po zhlédnutí celovečerního filmu v kině více, než po zhlédnutí téhož filmu v televizi, cestovat na místa, jež je zaujala. *Film-induced tourism* je o něco širším pojmem a obsahuje jak návštěvnost lokalit, které zná publikum ze svých oblíbených seriálů či jiných TV pořadů, tak cestování do míst, které objevili v klasických hraných filmech. (Beeton, 2005, 9s)

A právě člověk, který se rozhodne jet na dovolenou z důvodu předešlého sledování konečné destinace v kině nebo v televizi se nazývá filmový turista (*film tourist*). Tohle označení však neznamená to, že daní turisté jedou na místo aktivně hledat přesná místa natáčení. Pro takovéto skalní nadšence filmu existuje i jiné označení – *film location tourists*. (Roesch, 2009, 7s)

2.1 Formy filmového turismu

Existují různé druhy filmového turismu, a tedy pro správné pochopení rozsahu tohoto pojmu považují za důležité se o těch nejdůležitějších alespoň okrajově zmínit. Dalo by se říct, že se formy liší od možného „stupně fanouškovství“.

Podle názorů Connell (2012) můžeme klasifikovat tyto formy do mnoha skupin, které spadají do filmového turismu:

Graf 1- Formy filmového turismu (Connell, 2006)



Z celkových devíti popsaných skupin v grafu, budou detailněji popsány 4 možné formy cestování:

2.1.1 On-Location

Úplně základním motivem filmového cestování je pochopitelně návštěva destinací, které jsou zobrazeny ve filmu. Je tím tedy myšleno, že zobrazená lokalita je skutečná a pokud za ní vycestujeme, opravdu se ocitneme ve filmové scéně. Jedním ze zajímavých příkladů je film *Šifra mistra Leonarda* (2006), který vyvolal vysoký zájem o návštěvnost míst, ve kterých se jak v knize, tak ve filmu děj odehrává.

V České republice je asi nejznámějším příkladem této formy cestování film *Noc na Karlštejně* (1973), kdy je filmováno na hradě Karlštejn. (Kotíková, 2013, 133s)

2.1.2 Off-Location

Tento pojem se využívá při natáčení filmů ve filmových studiích. Také tedy návštěva a prohlédnutí těchto studií spadá do onoho filmového cestování. Pro některé fanoušky může být právě velmi lákavé to, že by mohli být i svědky samotného natáčení nebo si prohlédnout průběh vzniku filmu v tematických parcích.

Tematické parky mají všechna hlavní produkční studia po celém světě, mezi která patří například Fox – Fox Studios Sydney, Universal – Universal Studios Hollywood, Universal Studios Florida a také Warner Brothers – Movie World Gold Coast, Movie World Florida, Movie World Geramany.

Filmové festivaly a filmové premiéry jakožto regionální, národní nebo světové, které jsou definované jako jednorázové akce, spadají také do návštěv off-location. (Beeton, 2005, 12s)

2.1.3 Cestování za mylnou destinací

V některých filmech se mohou objevovat scény, které jsou natočeny úplně v jiné lokalitě, než je ve filmu prezentováno. Důvodem je převážně lepší finanční dostupnost nebo proto, že do míst, které by režiséři chtěli použít, je nemožné se dostat. Tyto mylné destinace můžeme vidět například ve filmu Četa (*Platoon, 1986*) kde vidíme scény zobrazující Vietnam, ale ve skutečnosti jsou to Filipíny. Nebo taky část filmu Zachraňte vojína Ryana (*Saving Private Ryan, 1998*) zobrazuje Normandii, ve skutečnosti je to však pobřeží Irska. Když si tedy lidé neověří, kde se opravdu natáčelo, mohou být pak zklamáni faktem, že tam kde hledají, danou lokaci nenajdou. Nicméně se odhaduje, že fanoušci kinematografie mají poměrně rozsáhlé povědomí o těchto náhradních destinacích. (Beeton, 2005, 31s)

2.1.4 Komerční aktivity

U těchto aktivit se jedná zejména o využití potencialu filmového marketingu a jeho popularity. Cestovní kanceláře tak na úkor slavných filmových destinací pořádají různé zájezdy. Dalo by se tedy říct, že se jedná o připravenou formu on-location.

Pořádané zájezdy jsou založeny buď na návštěvě lokality a jejího okolí, které bylo využito k natáčení nebo se celkový zájezd koná v oblasti (někdy i soukromé), ve které se vytvořila část daného filmu. Pokud filmové místo vytváří v myslích potenciálních filmových turistů pozitivní dojem, má reálné předpoklady pro to, aby se stalo ideální turistickou destinací. Tento trend je dále umocněn v případě, že se v dané lokalitě natáčelo více filmů, resp. další

pokračování původního filmu. Příkladem takové lokality je Hobitín z trilogie Pána prstenů na Novém Zélandě, který vznikl kvůli filmu, se stal po premiéře velmi oblíbenou návštěvní atrakcí. (Kotíková, 2013, 141s)

3 SOUČASNÉ TRENDY VE FILMOVÉM PRŮMYSLU A TURISMU

Tato kapitola se zabývá současnými druhy trendů filmového průmyslu a turismu. Tyto trendy budou moci být doporučeny v analytické části této práce jako nový nástroj podpory.

3.1 Trendy filmového průmyslu

Trendy filmového průmyslu jsou v posledním desetiletí zásadním způsobem ovlivňovány nástupem digitálních technologií. Každý rok slyšíme o neustále nových a vylepšených technologických nástrojích pro tvorbu filmu a softwaru pro zpracování filmu a post produkci.

Rychlý rozvoj digitálních technologií učinil filmovou tvorbu přístupnější (nákladově i technologicky) a umožnil tak filmařům ze zemí s méně rozvinutou kinematografií, tvorbu filmů, které byly dříve nerealizovatelné z důvodu omezených zdrojů.

Filmový průmysl a jeho tvora byla dlouho ovlivňována dominantními trhy, jako jsou USA a Evropa. Filmové dílo asijských nebo latinsko-amerických zemí se rozvíjela pomaleji, jelikož jejich kultura je velmi odlišná od toho, co bylo uváděno na dominantních trzích. Právě díky rozvoji digitálních technologií se začalo objevovat více a více nových filmů z méně známých filmových zemí. Filmy z Asie, Srbska, Chorvatska, Ruska nebo Jihoafrické republiky jsou stále častěji uváděny na amerických a evropských uměleckých scénách a na světových filmových festivalech, kde získávají četná ocenění. Tyto filmy umožňují zdravou výměnu názorů, kultur a umožňují tak lépe poznat, co se děje v jiných částech světa. Díky nim se také zvyšuje konkurence na filmovém trhu.

(All school art, © 2002 - 2016)

Online distribuce filmů

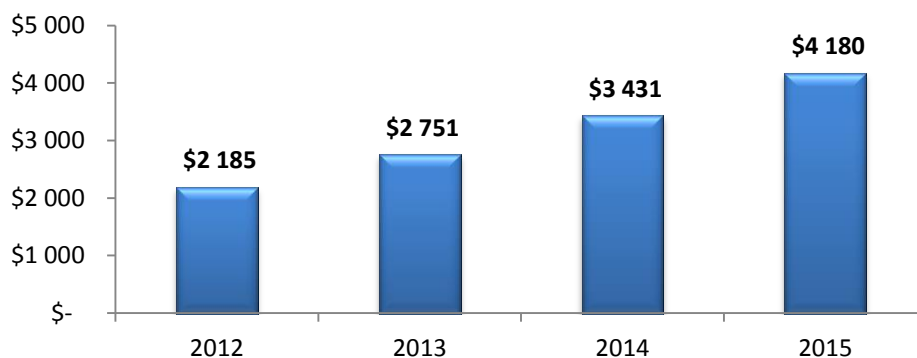
Jedním z novějších trendů ve filmovém průmyslu je online distribuce filmů. Internetový trh s filmem se stále víc rozšiřuje a mění strategie uvádění audiovizuálních obsahů. Internet je také novým nástrojem nejen v distribuci, ale také propagaci filmů a práci s publikem.

V současné době existují jak legální tak nelegální způsoby, jak shlédnout online film či seriál. Do legálních možností patří např. platforma *video on demand* což je online videotéka, která nabízí seznam nahraných filmů, které je možno shlédnout za předem zaplacený poplatek. (Šilarová, © 2015)

Sledování filmů online neboli VOD platformu nabízí například Netflix, Google play nebo iTunes, kde jsou filmy dostupné v SD i HD kvalitě. Netflix má v současné době nejaktuálnější a nejširší nabídku nových filmů.

V tabulce jsou znázorněny výnosy Netflixu z globálního streamování v mld. dolarů.

Graf 2 - Globální streamování Netflixu v mld. dolarech (Netflix, 2015)



Dalším trendem v online distribuci je „*day-and-date release*“ tedy premiéra filmu v kině a na internetu ve stejný den. Tento typ distribuce tak vychází vstříc dvěma různým typům diváků a to těm, kteří mají rádi sdílený zážitek a těm, kteří preferují soukromí. Například v roce 2014 Sony Pictures Entertainment zvolilo tento typ distribuce u filmu *Interwiev*. (Šilarová, © 2015)

3.2 Trendy filmového turismu

„Mezi relativně nové formy cestovního ruchu řadíme i filmový turismus, který vznikl jako reakce na popularitu filmu a televize. Film a televize mohou ovlivnit jak samotnou návštěvnost daného místa, tak i jeho image, vnímání a hodnocení, následně pak chování návštěvníků v dané destinaci. Otázkou vlivu filmu a televize na vnímání image a „značky“ daného místa se zabývá destinace cestovního ruchu.“ (Kotíková, 2013, 131s)

Filmový turismus se liší od ostatních druhů cestovního ruchu hlavně v tom, že záměrně neusiluje o autenticitu.

Film jako efektivní nástroj marketingu

Když popisujeme vztah filmu a cestovního ruchu, musíme zde zahrnout fakt, že film je často využíván jako marketingový nástroj pro zvýšení popularity a návštěvnosti dané destinace. V tabulce je znázorněn dopad filmového cestovního ruchu na velmi úspěšných zahraničních filmech. (Kotíková, 2013, 137s)

Tabulka 1- Dopad filmového cestovního ruchu (Hudson, Ritchie, 2006)

Film/seriál	Rok	Místo	Dopad na počet návštěvníků nebo na příjmy cestovního ruchu
Dallas	1978	Ranč Southfork, Dallas	500 000 návštěvníků za rok
Krokodýl Dundee	1986	Austrálie	20% nárůst amerických návštěvníků 1981-1988
Tanec s vlky	1990	Fort Hayes, Kansas, USA	25% nárůst oproti 7 % nárůstu za předchozí 4 roky
Statečné srdce	1995	Pomník Williama Wallace Skotsko	300% nárůst počtu návštěvníků rok po premiéře
Zachraňte vojína Ryana	1998	Normandie, Francie	40% nárůst amerických návštěvníků
Pán prstenu	2001	Nový Zéland	10% nárůst návštěvníků z VB od 1998-2003
Pýcha a předsudek	2005	Lyme Park, Cheshire, Anglie	150% nárůst návštěvníků

Product a location placement

Jedním z hlavních trendů současnosti v natáčení konkrétní destinace je *product placement* neboli *location placement*. Tyto pojmy znamenají „*záměrné a placené umístění značkového výrobku nebo služby do audiovizuálního díla s cílem jeho propagace*“ (Kotíková, 2013, 137s)

Výhody, které pak čerpá film z destinačního marketingu, jsou například:

- Samotný film/seriál má předem určenou cílovou skupinu
- Následný marketing již na tyto cílové skupiny působí
- Product/location placement umožňuje statistické sledování dopadu sdělení (počet prodaných vstupenek, počet stáhnutí, sledovanost TV).

Dobrym příkladem využití trendu location placement pro propagaci filmové destinace v České republice jsou filmy *Bobule* a *2Bobule*, které byly natáčeny na Jižní Moravě. Po premiéře filmu *Bobule* v roce 2008 tento film sklídl opravdu velký úspěch, byl třetím

nejnavštěvovanějším filmem v kinech a to s 390 000 diváky. Hned následující rok byl puštěn film v televizi a i zde byl úspěšný s více než 2 milionem diváků. Předpokládá se, že úspěšnost filmu se dá připisovat i cílené mediální kampani, která provázela film od doby natáčení až do doby distribuce. (Vican, 2011, 12 – 18s)

Producent filmu Tomáš Vican (2011) uvedl, že *“komunikaci na novináře je třeba zahájit už před natáčením filmu, stupňovat v období, kdy se začne zintenzivňovat předpremiérová kampaň a držet ji cca měsíc po premiéře. Dozvuk v médiích bude mít cca 1-2 měsíční zpoždění”*. (Kotíková, 2013, 139s)

Film byl využit k propagaci ve všech směrech, premiéra byla využita k regionálnímu marketingu a konala se v Mikulově. Celkově měl producent za cíl, aby diváci měli z filmu dojem touhy se do dané lokality podívat, jakousi pomyslnou pozvánku na jižní Moravu. Také byla k filmu nahrána píseň *Atentát*, od Richarda Krajča s klipem z filmovaného prostředí a ta za necelých 6 týdnů byla nejhranější písní v českých rádiích. (Kotíková, 2013, 140s)

Další trendy filmového turismu

Podle Kamarádkové (2013) mohou být dalšími nástroji pro zvýšení návštěvnosti a atraktivity dané filmové destinace například:

- tematické prohlídky objektu (kostymérna, speciální výklad)
- animační program na místě natáčení
- ubytování v objektu, kde se filmovalo
- stezka “Po stopách filmu”
- geocaching s keškami ukrytými na filmových místech dané lokality
- mobilní aplikace provázející místem a filmem s možností přehrát si danou pasáž
- informační panely s obrázky z filmů s pohledem na reálné místo
- setkání s herci, kteří hráli v propagovaném filmu
- tematická akce zaměřená na daný film určená uzavřené skupině účastníků (např. jako odměna v soutěži)
- možnost nákupu tematických suvenýrů
- výstava spojená s filmem
- procházka na místa spojená s filmem

Tyto trendy filmového turismu nemusí být chápány jako nezbytná součást propagace, ale jednotlivé body mohou být nápomocny ke zvýšení počtu návštěvnosti fanoušků jak daného objektu tak také celé destinace. (Kotíková, 2013, 141s)

4 ZDROJE A FORMY PODPORY FILMOVÉHO PRŮMYSLU V EU, ČR A POLSKU

V této kapitole budou vymezeny veškeré druhy podpor, které lze čerpat v oblasti filmového průmyslu. Také se bude zabývat investičními pobídkami státního fondu, které se staly v posledních sedmi letech velmi užitečným nástrojem pro financování rozpočtů filmů. Tato forma je pouze jednou z více způsobů, jak lze v současnosti financovat rozpočet audiovizuálního díla jak v zahraničí, tak v ČR.

Z hlediska udržitelnosti, zvyšování atraktivity a kvality filmového průmyslu v Česku je jeho podpora nezbytná. Kapitola se proto zabývá převážně způsoby financování ze strany státu a veřejných rozpočtů.

Na fiskální podporu se můžeme dívat z několika hledisek:

- Podle druhu:
 - Finanční, ve které dostáváme peněžní prostředky na konkrétní projekt.
 - Nefinanční, která se zabývá spíše filmovou a mediální gramotností. Předmětem této podpory jsou workshopy a vzdělávací semináře.
- Podle poskytovatele:
 - Čerpání veřejných zdrojů filmového průmyslu, kterými jsou dotace a granty Ministerstva kultury a také českého fondu kinematografie.
 - Soukromé zdroje v podobě fundraisingu – sponzoři, partneři projektu, soukromé dary. (Andersen, 1996, 441s)

Podle předsedkyně správní rady České filmové komory Heleny Uldrichové, (Uldrichová, © 2006), se zdroje financování jak v České republice, tak v zahraničí dělí na dvě skupiny, a to:

- Podle možnosti získávání:
 - Selektivní zdroje – nenárokovatelná forma podpory, udílena zpravidla na základě posouzení žádosti odbornou komisí.
 - Automatické/referenční zdroje – nárokovatelná forma podpory, zpravidla se určuje výpočtem podle daných kritérií.
- Podle formy podpory:

- Přímou podporu můžeme chápat jako přímé poskytnutí finančních prostředků jako jsou například subvence, dotace, granty, prémie či dary. Jedná se jak o veřejné tak i soukromé zdroje financování.
- Pod nepřímou podporou si můžeme představit daňové úlevy, daňové pobídky nebo výhodné půjčky, které nejsou obvykle k dispozici.

(Uldrichová, © 2006)

4.1 Podpora filmového průmyslu Evropskou Unií

V předchozí kapitole byly zmíněny různé druhy forem podpory filmového průmyslu, nyní je důležité si popsat, kde všude se dají tyto podpory čerpat. V této podkapitole bude definována podpora filmového průmyslu na Evropské úrovni. Zmíněny jsou klíčové asociace, které mohou být z hlediska podpory uvedeny v analytické části.

4.1.1 Kreativní Evropa MEDIA

Program Kreativní Evropa MEDIA spadá pod projekt Kreativní Evropa Evropské unie. Je následníkem projektu MEDIA 2007, který byl založen roku 1991 za účelem zvyšování konkurenceschopnosti a oběhu evropských projektů na mezinárodním filmovém trhu. Současný program funguje od 1. 1. 2014 a skončí po šesti-letém období roku 2020. Do programu jsou zapojeny všechny státy Evropské unie a také státy patřící do EHP.

Program Kreativní Evropa má na dobu svého působení (2012-2020) celkový rozpočet 1,462 mld. EUR a z toho připadá 56 % tedy 818,7 mil EUR dílčímu programu MEDIA. Financování z programu lze získat podáním žádosti na pravidelně vypisované výzvy na internetových stránkách. Finanční podpora zahrnuje různé oblasti audiovizuálního průmyslu jako podporu producentů, distribuci evropských filmů v kinech, filmové vzdělávání, filmové festivaly, video-on-demand, kina nebo také přístup na filmový trh.

Dílčí program MEDIA má dvě hlavní priority a to posílení kapacity audiovizuálního průmyslu za účelem národního fungování a v oblasti národního pohybu filmových děl.

(Kreativní Evropa MEDIA, © 2014)

4.1.2 European Film Commission Network

EUFCN – Filmování Evropy – je nezisková asociace, která podporuje, propojuje a propaguje Evropský filmový průmysl a kulturu. K vytvoření základů této asociace došlo v roce 2004, ale oficiálně registrovaná byla až v břenu roku 2007 v Bruselu.

Hlavním cílem asociace je vytvoření sítě nejatraktivnějších Evropských filmových komisí. Pomocí této sítě kontaktů vznikají různé druhy spolupráce, které mají vzájemně rozvíjet výměnu informací mezi státy a tím zvyšovat povědomí o jejich destinacích pro možné natáčení. Dalšími cíli asociace je pořádání odborných školení pro své členy, řešení problémů národních a regionálních filmových komisí na evropské úrovni, podpora zakládání nových filmových komisí, realizace projektů financovaných Evropskou unií s cílem analyzovat potřeby filmových a televizních produkcí. V současné době je v této síti zapojeno 84 evropských filmových komisí z 28 zemí.

Podílejí se na akcích jako Cannes Film Festival 2014, Berlinale Film Festival 2015 nebo Cannes Film Market'15.

(EUFCN, © 2015)

4.2 Podpora filmového průmyslu v České republice

Pro možné pozdější popsání analytické části je podstatné pospat vývoj a současnou podporu filmového průmyslu na státní úrovni tedy v České republice.

Cílem podpory filmového průmyslu je navrácení konkurenceschopnosti českému filmovému průmyslu a kinematografii v evropském a mezinárodním měřítku. (PPFP, © 2016)

4.2.1 Vývoj historie a podpory kinematografie v ČR

Dějiny české kinematografie jsou v podstatě stejně dlouhé jako dějiny filmu vůbec. První promítání v Karlových Varech dne 15. července 1896 se konalo jen půl roku po Pařížské premiéře. Český filmový průmysl zaostával za světovými trendy až do konce první světové války a to jak technicky a ekonomicky, tak umělecky. (Lukeš, 2013, 15s)

Radikální změna nastala vznikem Československa, kdy vysoce vzrostl počet kin, producentů, distributorů i vyrobených českých filmů. 17s. Poválečná kinematografie lákala do kin mnoho návštěvníků, český film nabíral na síle a vznikal střední proud produkce. Začínaly se projevovat vlivné režisérské osobnosti jako například Marin Fryč (Janošík 1935) nebo Gustav Machatý (Extase 1932). Další velká událost, která významně ovlivnila českou

kinematografii, bylo vybudování Barrandovských ateliérů na okraji Prahy, které svého času byly nejmodernějším studiem v Evropě. Roku 1933 byl zde natočen první film.

Za protektorátu, v letech 1938-1945, odešlo mnoho tvůrců do zahraničí a mnoho z nich se už nevrátilo. Praha se podle Gebelse měla stát kulturním centrem pro celou střední a východní Evropu. V roce 1939 nacisté založili instituci Českomoravské filmové ústředí, která cenzurovala veškerou produkci filmového průmyslu. Nacisté v průběhu války také vlastnili Barrandovské ateliéry. (Lukeš, 15 – 20s)

V srpnu 1945 byl vydán dekret prezidenta Beneše, podle kterého jedině stát mohl provozovat filmová studia, vyrábět, půjčovat a veřejně promítat filmy. V roce 1945 vzniká AMU a hned následující rok byli první studenti přijatí na FAMU. Vzniká první ročník mezinárodního filmového festivalu v Mariánských lázních v roce 1948 – poté se festival stěhuje do Karlových Varů, stává se soutěžním, v šestém ročníku již získává mezinárodní porotu.

Po převratu v roce 1948 se filmová tvorba stala především nástrojem komunistické propagandy, až koncem 50. let a v 60. letech začínají vznikat filmy s náznakem kritiky společenského režimu. Mezi neznámější tvůrce tohoto období patřili E. Chytilová, M. Forman, J. Němec, M. Ondříček, J. Menzel. (Lukeš, 2013, 25s)

Po pádu komunismu v roce 1989 byla zrušena státní cenzura, filmový průmysl byl postupně privatizován, filmoví tvůrci a producenti byli vystaveni pro ně nezvyklému tržnímu prostředí. Postupně vznikaly soukromé filmové společnosti, např. Ateliéry Zlín, Bioscop, Bonton, Space Films, výrazně se na produkci filmů začala podílet i Česká televize, která se postupně stala největším ko-producentem českých filmů. Očekávanou oporou české kinematografii se naopak nestala společnost AB Barrandov, která vznikla privatizací barrandovského studia, které v minulosti produkovalo ročně až 40 filmů. (Historie ČR, © 2009)

V tomto období se prosadilo několik generací filmových tvůrců. Nejstarší generace režisérů ze 60. let většinou nedokázala pružně reagovat na novou realitu a tak vznikaly spíše řemeslně kvalitní díla (K. Kachyňa – Kráva, J. Jireš – Helimadoe, V. Jasný – Návrat ztraceného ráje), výjimku tvoří V. Chytilová a J. Němec. Výrazněji se prosadila střední generace režisérů, jejichž filmy zachycují osudy svých vrstevníků vyrovnávacích se s novou realitou po změně společenského a ekonomického prostředí (T. Vorel – Cesta z města, M. Šteidler - Díky za každé nové ráno, I. Pavlásková – Čas dluhů). Začíná se prosazovat i mladší generace filmových tvůrců (tzv. „nová vlna“), která se svých filmů zabývá především konflikty uvnitř mladší generace (D. Ondříček, P. Zelenka, S. Gedeon, B. Sláma, A.

Nellis, J. Svěrák). Samostatně pak stojí dvě výrazné osobnosti – dokumentarista K. Vachek a režisér J. Švankmajer.

4.2.1.1 Vývoj státní podpory české kinematografie

Státní podpora kinematografie v počátečním období filmu vůbec neexistovala. Film spadl do skupiny zábavních průmyslů všeho druhu. Zemské úřady vydávali licence na provoz kinematografie a také dělali jejich cenzuru. V roce 1919 převzalo jednotnou cenzuru Ministerstvo vnitra a tuto činnost vykonávalo až do roku 1939, kdy ji převzal Úřad říšského protektora. Pro zajištění zvýšení kvality filmu spadala kinematografie také pod ministerstvo průmyslu obchodu a živnosti.

První snaha o podporu českého filmu byla v období 30. let (1932) formou kontingentního systému, který měl stanovené kvóty na dovoz filmů – za 1 vyrobený český film mohl výrobce dovézt 7 zahraničních. Tento poměr byl později zpřísněn na 5:1 a poplatek za dovozní povolení byl 15 tis. Kč, resp. 21 tis. Kč. Tímto mohlo ministerstvo ovládat objem domácí výroby a také objem dovozu. Z vybraných poplatků byl vytvořen fond pro domácí filmovou výrobu. Tím sice vzrostl počet československých filmů, za to klesla jejich kvalita. (Iluminace, © 2006)

Druhý pokus o podporu české kinematografie byl hned za dva roky vytvořením registračního systému, který sice zrušil omezení dovozu filmů, ale zachoval poplatky. Registrační poplatek činil 20 tis. Kč a peníze šly opět do fondu pro podporu domácí výroby. Producenti tak mohli požádat o finanční podporu a po posouzení díla dostali podporu v rozmezí od 70 do 210 tis. Kč. Za protektorátu Němci odkoupili veškerou technickou základnu pro výrobu českého filmu a tím ho ovládli do takové míry, že přidělovali výrobní kapacity.

Po roce 1945 se o kinematografii starali státní zmocněnci, přišlo znárodnění veškerých prostředků pro výrobu a exploataci filmu. Faktem je, že do roku 1988 byla česká kinematografie, nebereme-li v úvahu investice ze státního rozpočtu, finančně soběstačná.

V první polovině padesátých let přichází vrchol centralizace, pod plnou kontrolou komunistické strany byla tvrdá cenzura a kontrola scénářů. Ve druhé polovině vznikla nová organizační struktura a s tou nové podniky státního filmu pro jednotlivé odvětví.

Relativně větší uvolnění přísné kontroly přišlo v druhé polovině 80. let 20. stol. V 90. letech 20. století, došlo k rozpadu monopolu Československého státního filmu, a na jeho místo nastoupilo ministerstvo kultury tehdy již České republiky, které nemělo ani zázemí

ani zkušenosti ve vedení této oblasti. Tímto krokem se formálně oddělil český a slovenský film. V roce 1991 byl přerozdělen redistribuční fond ve výši 100 mil korun a to tak, že 50 % bylo přiděleno stávajícím filmovým studiím jako Barrandov a Zlín a zbylých 50 % na nově vznikající soukromé filmy. (Iluminace, © 2006)

Další dění z pohledu vývoje státní podpory kinematografického průmyslu už je skoro současné. Byly vydány první české zákony o kinematografii, které nahradily Dekret č. 50/1945 a to zákon č. 241/1992 – České národní rady o Státním fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, zákon č. 273/1993 o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl, o změně a doplnění některých zákonů a některých dalších předpisů v neposlední řadě pak zákon č. 121/2000 – Autorský zákon o audiovizuálním díle. O nynější podpoře české kinematografie se zmíním v pozdější kapitole.

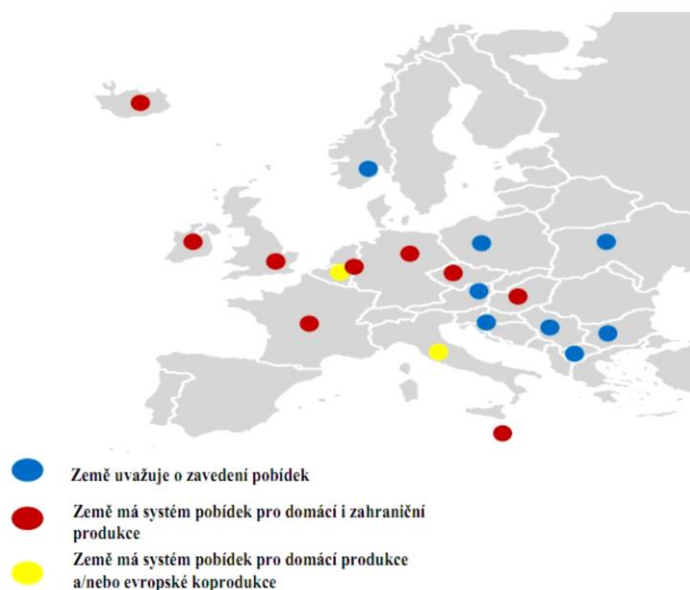
4.2.1.2 Stav konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu v ČR

Stav konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu měl za poslední desetiletí klesající tendenci. Objem filmové produkce zahraničních filmů uskutečněných v české republice za období 2002 – 2008 výrazně poklesl. Nejvyšší pokles byl zaznamenán v roce 2004, kdy došlo k meziročnímu poklesu objemu zahraničních produkcí o 70 %. Celkový objem zahrnující českou a zahraniční audiovizuální produkci se v důsledku poklesu snížil také o 47 %. K dalšímu dramatickému poklesu zahraniční filmové produkce v ČR došlo v roce 2008, a to o 66 %, ve srovnání s předešlým rokem 2007. V této době se tak produkce zahraničních filmů v ČR stala objemově nejnižší od roku 1992.

Až do roku 2009 neměly zahraniční produkce, které natáčely na území ČR žádnou možnost finanční podpory ze strany státu. Nebylo tedy možné konkurovat řadě evropských států, USA a Kanadě, které takové finanční podpory nabízely.

(Strategie konkurenceschopnosti, © 2010)

Obrázek 1 - Mapa evropských států, které uvažují o zavedení pobídek (Strategie konkurenceschopnosti, 2010)



4.2.2 Státní fond kinematografie

První fond na podporu kinematografie byl založen dne 14. dubna 1992 podle zákona č. 241-1992 Sb. O Státním fondu České Republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie. Tento fond fungoval v České Republice až do vydání nového zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi) dne 26. října 2012 tedy nabytí účinnosti dne 1. 1. 2013, kdy se jeho právním nástupcem v souladu s ustanovením § 58 odst. 2 zákona č. 469/2012 Sb. stal Státní fond kinematografie.

Tento fond spravuje Ministerstvo kultury České republiky. Ředitel fondu rozhoduje o filmových pobídkách a spolu s radou vykonává rozhodnutí o podpoře kinematografie. Rada fondu stanovuje koncepci strategie podpory kinematografie, hodnotí a udává výši podpory projektů filmových pobídek. (SFK-zakon, © 2012)

Činnost fondu

Státní fond kinematografie podle zákona o audiovizi 10 odst. 1 zákona č. 496/2012 Sb. Zákona o audiovizi vykonává zejména tyto úkoly a činnosti:

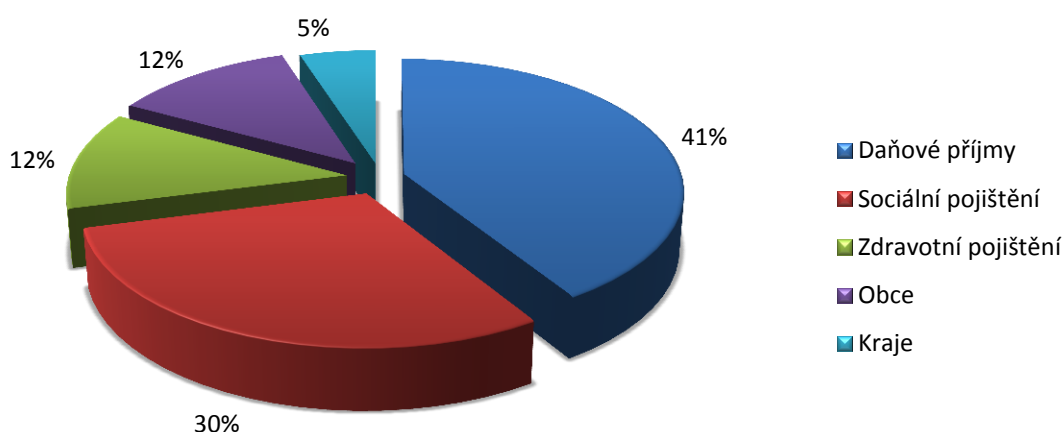
„... správu audiovizuálních poplatků, poplatku z vysílání reklamy a správních poplatků podle tohoto zákona, vede evidenci v oblasti audiovize, poskytuje podporu kinematografie, vykonává práva výrobce audiovizuálních děl, která na jeho právního předchůdce přešla podle jiného právního předpisu, a práva výrobce zvukově obrazového záznamu, který mu

náleží podle jiného právního předpisu, přiděluje koprodukční statut podle Úmluvy nebo jiné mezinárodní smlouvy o filmové koprodukci, poskytuje filmové pobídky“. (SFK-zakon, © 2012)

Financování fondu

Fond čerpá své finanční prostředky zejména z reklamních, audiovizuálních a správních poplatků, příjmů z majetkových prostředků, veřejných sbírek a loterií, využití kinematografických děl, darů a dědictví pro fond, dotací ze státního rozpočtu a dalších zdrojů stanovenými jinými právními předpisy. V grafu pod textem lze vidět jednoduchý model rozdělení výdělků na financování pobídek v ČR.

Graf 3 - Přehled výdělků na filmování v ČR (CFK, 2015)



4.2.3 Filmové pobídky

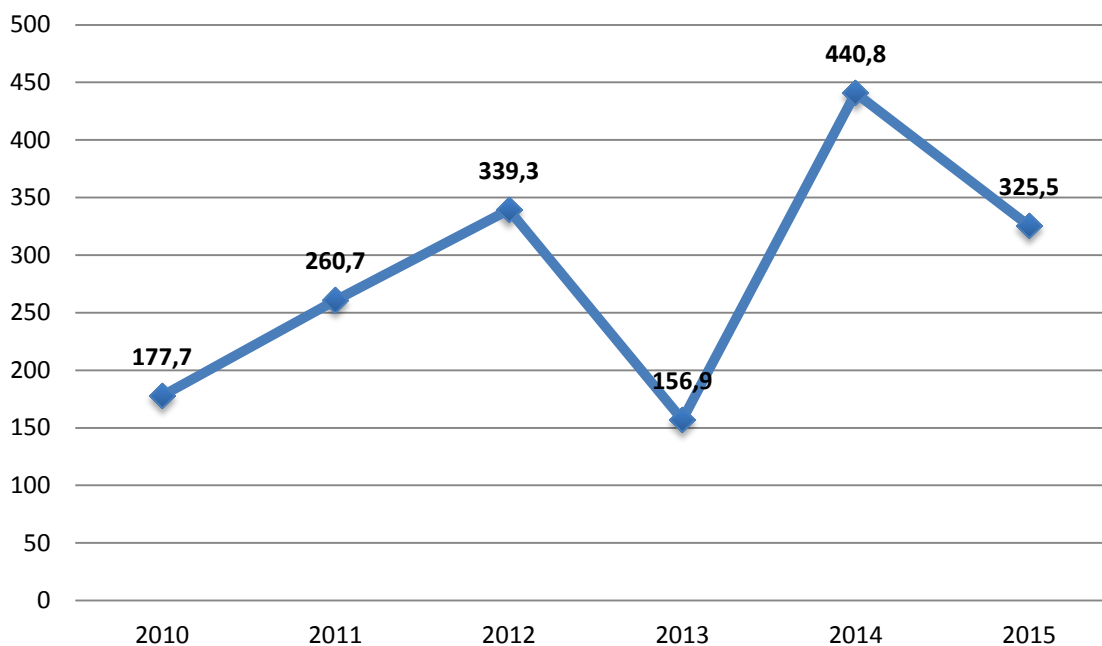
Filmové pobídky jsou především poskytovány na realizaci audiovizuálního díla, které musí být alespoň částečně natáčeno na území české republiky. Do audiovizuálního díla patří veškeré složky kinematografie, jako například animace, hraný film, dokumentární nebo epizodní dílo ve formě televizního seriálu. Do realizace díla zapadá celkový proces natáčení, od přípravy po výrobní proces až po likvidaci.

Filmové pobídky se vyplácejí až po realizaci předem schváleného audiovizuálního projektu, a to formou proplacení buď 20 %, nebo 10 % uznatelných nákladů.

Finanční pobídky jsou ve formě výzvy uvedeny na webových stránkách státního fondu kinematografie, kde se na něj můžou české i zahraniční produkční společnosti jednotlivě přihlásit. (SFK-zakon, © 2012)

Graf pod textem popisuje vývoj vyplacených finančních pobídek v České republice za posledních pět let.

Graf 4 - Vývoj vyplacených pobídek produkčním v mil. Kč (CFK, 2016)



Pro rok 2016 vytvořil Státní fond kinematografie investiční pobídky pro zahraniční štáby ve výši 2,4 mld. Kč, s 20% vratností nákladů vynaložených za filmování na území české republiky. Přihlášeno bylo 89 projektů a rozdělí si 800 mil. Kč. (CFK, © 2016)

Kritéria a výše pobídek

Počátečním kritériem je alespoň 50% úspěšnost splnění kulturního testu, ve kterém se zjišťuje, jestli má film nějakou souvislost s historickými událostmi Česka nebo Evropy, významnou osobou pocházející z českého prostředí nebo disponuje českými hodnotami. Druhá část testu se pak ptá na využití českých filmových studií a členů štábu k natáčení, využití českého poskytovatele služeb na našem území nebo postprodukce v ČR.

Jak lze vidět v tabulce níže, investiční pobídky se týkají jak filmů určených pro distribuci v kinech, tak i určitého typu televizní produkce. Není zde zohledňováno, zda jde o domácí nebo zahraniční projekt. (CFK, © 2016)

Tabulka 2 - Uznatelné projekty v rámci žádostí o finanční pobídky (CFK, 2016)

Uznatelné projekty	Stopáž v minutách	Min. uznatelné náklady v mil. Kč
Hraný a animovaný (kino, TV)	70	15
Dokumentární film (kino, TV)	70	3
Hraný TV seriál – jednotlivá epizoda	40	10

Výše proplacení uznatelných nákladů se vypočítá jako 20 % z českých a 10 % z mezinárodních nákladů, jak je přesněji vysvětleno v tabulce pod textem. Pro správný výpočet se v souladu s Evropskou komisí používá maximálně 80 % celkového realizačního rozpočtu. Také je zde značné omezení. „*Suma všech vyplacených veřejných podpor nesmí překročit 50 % celkového rozpočtu*“. (CFK, © 2016)

Tabulka 3 - Uznatelné náklady a výše vratek (CFK, 2016)

Uznatelné náklady	Stručná charakteristika	Výše pobídky
České	Úhrada v ČR zakoupených a zdaněných služeb a zboží	20 %
Zahraniční	Úhrada v ČR zdaněných služeb zahraničních členů štábů a hercům	10 %

4.2.4 Asociace producentů v audiovizi

Asociace producentů v audiovizi (APA) funguje od roku 1994. Jejím hlavním cílem je sdružovat producenty a produkční společnosti jak ze strany hraného, dokumentárního a animovaného filmu, tak také zahrnuje filmový servis, reklamu a televizní tvorbu. Asociace také ochraňuje a prosazuje zájmy producentů, jedná s profesními svazy a orgány státní správy. V současnosti má APA 83 členů. Asociace je také členem mezinárodních producentův organizací jako CFP-E, CEPI a FIAPF.

APA podporuje mladé talenty – producenty v účasti na vzdělávacích programech ve formě stipendia. Nabízí a doporučuje určité vzdělávací programy. Výběrové řízení má na starost APA a pořádá se třikrát do roka. Stipendia jsou přidělována v maximální výši 50 % výdajů za kurz a vyplácejí se zpětně. (APA, © 2016)

4.2.5 Czech Film Commission

Kancelář vznikla v roce 2004 v rámci neziskové organizace Česká filmová komora, o. p. s. Součástí Národního filmového archívu se stala roku 2013 a je také členem mezinárodních asociací jako například EUFCN nebo AFCL. Cílem této národní kanceláře je přilákat zahraniční a národní produkce na natáčení a audiovizuální aktivity do České republiky a také být pro štáby komplexním a nezávislým zdrojem informací. Czech Film Commission má za snahu propagovat ČR jako velmi atraktivní filmovou lokalitu a působí jako vstupní brána do českého audiovizuálního průmyslu pro zahraniční produkce. Je zprostředkovatelem mezi lokálními a zahraničními společnostmi. Spojuje tak zahraniční filmové produkce s lokálními partnery, místními úřady a napomáhá koordinovat jejich aktivity. Má snahu o zvýšení kvality filmového prostředí na úroveň konkurenceschopnosti ostatních zemí.

Kancelář nabízí k využití lokace v 8 skupinách - Praha historická i moderní, hrady a zámky, církevní památky, příroda, města, venkov, industriál a doprava. Zaměřuje se tak hlavně na zahraniční spolupráci a poskytuje služby, jako jsou relevantní informace o podmínkách a možnostech filmování v ČR, získání kontaktních informací na služby nebo zařízení, podpora při obhlídkách lokací, komunikace s místními i národními orgány a také poradenství o finančních a koprodukčních možnostech. Českým produkčním společnostem může pomoci při jednáních na národní úrovni s úřady, propojením s českými film-friendly regiony, ale také naopak poskytováním informací o filmových kancelářích v Evropě nebo ve světě a pomocí při organizaci natáčení v zahraničí. (CFK, © 2016)

V roce 2012 také začali za pomoci české filmové komise a české centrály cestovního ruchu vznikat regionální filmové kanceláře. Celkem v 8 regionech vznikla tato filmová kancelář a je povětšinou součástí organizací cestovního ruchu, které mají zázemí v daných turistických regionech. (Kotíková, 139s.)

4.3 Podpora filmového průmyslu v Polsku

Pro přesnější komparaci v analytické části je v této kapitole popsán vývoj a podpora filmového průmyslu v Polské republice.

4.3.1 Vývoj historie a podpory kinematografie v Polsku

Historie kinematografie v Polsku započala roku 1894, kdy Kazimierz Prószyński vynalezl pleograph, nicméně v Polsku stejně převládl tak jako ve zbytku Evropy vynález bratří Lumierů. Za první fabulární polský dochovaný film je považován *Pruská kultura, 1908*. Dal-

šího vývoje filmového průmyslu dosáhlo Polsko po znovunabytí státní nezávislosti a sjednocení polských zemí.

V 20. a 30. letech tak filmaři převážně čerpali z vlasteneckých motivů. Po druhé světové válce došlo ke stagnování polské kinematografie, celý filmový průmysl byl přeorganizován, vzniklo kino socialistického realismu. Vliv Sovětského svazu v Polsku byl velmi silný, platila zde velmi podobná pravidla jako v SSSR samotném. Režim byl tvrdý a filmaři si nebyli jistí, zda jim do jejich tvorby stát nebude jakkoli zasahovat nebo dokonce zakazovat činnost a posílat je do vězení kvůli obsahu filmu. Pro výuku mladých filmařů se používal sovětský model s cílem formovat studenty a vnutit jim poslušnost režimu. (Moderní dějiny, © 2009 - 2016)

Zlom v poválečné kinematografii přichází se vznikem tzv. Polské filmové školy (ekvivalent k Nové vlně ve Francii a neorealismu v Itálii), mladí filmaři se odklání od kina socialistického realismu a pokouší se prorazit s inovativními filmovými prostředky, charakteristické prvky jsou polské národní mýty, individuální postavy a jejich tragický osud, analyzování a důsledky druhé světové války. V červnu roku 1960 však zásah komunistické vlády ukončil působení tohoto proudu. Na kolci 70. let přišel do Polska spolu s novou generací tak zvaný „film nedůvěry“. Znamenalo to pomyslnou výměnu stráží generace filmařů narozených po válce, kteří svou tvorbou začali přispívat kolem roku 1968. (Haltof, 2008, 41s)

Vznikl směr morálního neklidu, kde tvůrci vyčítají komunistické vládě, omezení tvůrčí svobody. Tento manifest podpořilo několik tvůrců z filmové školy jako A. Wajda a K. Zanussi. Po pádu komunismu v Polsku a politické transformaci, zažívá kinematografie úpadek. Nicméně po nějaké době se začíná úspěšně přizpůsobovat tržnímu hospodářství polská kinematografie se tak široce otevírá západnímu trhu. (Ford, Hammond, 2004,135 + 194s)

4.3.2 Polský Filmový Institut

Polský filmový institut v originálním znění Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF), vznikl roku 2005 pod dohledem ministra kultury Polské republiky v souladu se zákonem o kinematografii. Hlavním cílem institutu je zajistit polskému filmovému průmyslu podporu v každé části výroby filmu. Od nápadu a zpracování projektu, přes natáčení a výrobu filmu až po distribuci a propagaci. (PISF, © 2015)

V zákoně o polské kinematografii jsou jeho úkoly definovány takto: „vytvořit podmínky pro rozvoj polské výroby filmů a mezinárodních koprodukcí, inspirovat a podporovat rozvoj všech typů polské filmové tvorby, zejména uměleckých filmů, podpořit aktivity zaměřené na vytváření podmínek pro společný přístup k polskému dědictví, propagovat polský film na mezinárodní úrovni, dotovat podniky, které pomáhají filmovým projektům, udržovat filmový archív a podpořit nezávislé polské filmové tvorby a výroby, zejména malých a středních podniků působících v kinematografickém sektoru.“ (PISF, © 2015)

Polský filmový institut poskytuje dotace a půjčky, které jsou stanoveny na základě relevantních priorit pro daný rok. Jsou řazeny do čtyř operativních programů a to operativní programy filmové produkce, filmové vzdělávání a správná komunikace filmové kultury, rozvoj infrastruktury kin a propagace polských filmů v zahraničí.

Operativní programy filmové produkce:

1. Priorita: Originální filmy – umělecky ambiciózní originální projekty, filmy které se zabírají společensky důležitými otázkami a debatami.
2. Priorita: Historické filmy – filmy s vysokou uměleckou úrovní promítající klíčové historické postavy a události, které jsou důležité pro Polskou kulturu, zejména pak ty, které doposud ještě nebyly filmově ztvárněny.
3. Priorita: Filmy pro mladé diváky a rodinné publikum – pohádky pro děti, filmy o problémech dětí a dospívající mládeže v současném světě, projekty s kognitivními a výchovnými hodnotami.
4. Priorita: Filmy s potencionálem – filmy určené širokému publiku, které patří do konkrétního filmového žánru (komedie, kriminální, melodrama, muzikál a thriller).

V těchto čtyřech operativních programech je možno žádat o podporu ve formě stipendia pro psaní scénářů a to celovečerních nebo animovaných filmů, o spolufinancování přípravy daného projektu a v neposlední o řadě spolufinancování produkce nebo výroby hraných/celovečerních, dokumentárních a animovaných filmů. Tento nástroj spolufinancování může být poskytován ve formě úvěru nebo půjčky.

Další operativní programy polského filmového institutu jsou pro vzdělávání a správnou komunikaci filmové kultury:

1. Priorita: Filmové a odborné vzdělávání – spolufinancování vzdělávacích programů, profesní rozvoj filmařů a lidí z filmového průmyslu, workshopy a kurzy pro produkce a jejich členy.

2. Priorita: Filmové akce – spolufinancování národních a mezinárodních festivalů, výstav a dalších jiných událostí, které propagují význam filmu ve vztahu k Polské a světové kultuře.
3. Priorita: Místní filmové iniciativy (local film initiatives) – spolufinancování propagačních a marketingových opatření zaměřených na zvyšování počtu filmového publika prostřednictvím sítě Studio a místních kin, pořádání filmových soutěží a popularizace filmového umění.
4. Priorita: Digitalizace a zachování filmových archivů – spolufinancování rekonstrukce/digitalizace polských filmů, zachování filmových sbírek.
5. Priorita: Výzkum a vývoj – spolufinancování výzkumných prací, publikací vědeckých studií kinematografie, pořádání kongresů, konferencí, vydávání knih a časopisů o filmech a provozování internetových portálů.

Institut také pomáhá v rozvoji infrastruktury kin, spolufinancuje jejich výstavbu a modernizaci a také přispívá na digitální projekční techniku kin. Institut dále propaguje polské filmy v zahraničí pomocí grantů, které jsou udělovány filmovým producentům, distributorům a obchodním agentům, školám a univerzitám, nevládním organizacím a vydavatelům díla polské kinematografie. (PISF, © 2015)

Maximální podíl finanční podpory k dispozici ve vztahu k celkovému rozpočtu je 50 %. Jedná se tak tedy o maximálně 15 % celkových výrobních nákladů, ale ne více jak 700 tis. EUR. V roce 2016 vyčlenil Polský Institut částku přibližně 133,5 mil. PLN.

Tabulka 4 - Rozdělení finančních prostředků operačních programů na rok 2016
(PISF, 2016)

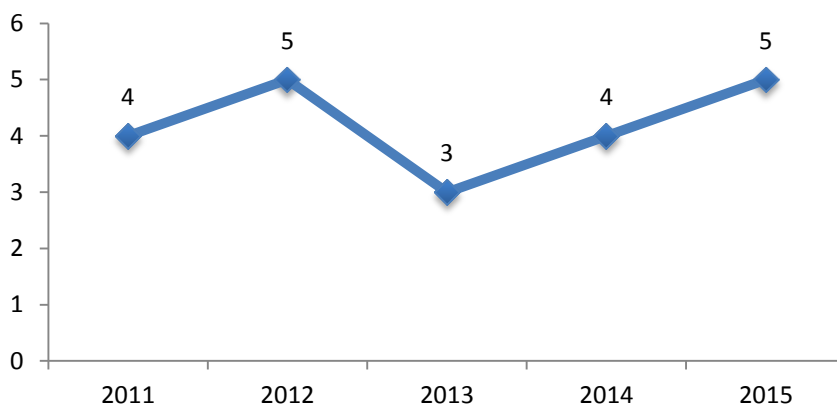
Operační program	Částka v mil PLN
Filmová produkce	90,50
Filmové vzdělávání	25
Rozvoj infrastruktury kin	6
Propagace polského filmu v zahraničí	8
Ceny, výstavy a ostatní	4
Celkem	133,5

Na spolufinancování z operačních programů se dá aplikovat 3x za rok a to v lednu, dubnu a srpnu.

Polský filmový institut poskytuje každý rok stipendium pro doktorské studium na jedné z vybraných vysokých filmových škol v Polsku a to vždy jednomu vybranému žadateli. Komise, která posuzuje žádosti je povětšinou složena ze čtyř odborníků a zástupců vysokých filmových škol. Doktorské stipendium má každý rok stejnou výši a to 30 tis. PLN.

Jak lze vidět z grafu vývoj žadatelů za posledních 5 let se pohybuje okolo 4-5 žádostí ročně. (PISF, © 2015)

Graf 5 - Výše žadatelů o stipendium (PISF, 2015)



4.3.3 Polsko – německý fond pro rozvoj filmového průmyslu

V originálním znění Fundusz Polsko-Niemiecki. Tento fond vznikl díky spolupráci mezi Polským filmovým institutem, MDM Berlin a Medienboard Berlin-Brandenburg. Fond je zaměřen na podporu koprodukčních spoluprací mezi producenty z Polska a Německa s ohledem na vývoj filmových projektů. Podporuje celovečerní, animované a dokumentární filmy. Fond poskytuje selektivní podporu pro nadějně filmové projekty, které by měli mít uměleckou kvalitu a demonstrovat potenciál pro získání nových diváků a případně další způsoby využití filmu v Evropě. Žádosti o dotace musí být schváleny jak polskou tak německou stranou. Financování se uděluje v maximální výši 70 tis. EUR, které jsou vypláceny v Polsku. Finanční příspěvek každého filmaře v celkových nákladech projektu musí být minimálně 20 %. Granty nesmí přesáhnout 70 % nákladů projektu a účast všech koproducentů musí být min. 30 %. Hodnotící komise je složena z ředitelů PISF, MDM a Medienboard nebo jejich zástupců. O financování z tohoto fondu je možno žádat 2 – 3x do roka.

Roční rozpočet fondu činí přibližně 300 tis. EUR. Nicméně fond přijímá i projekty s vyššími rozpočty a pomáhá jim najít řešení financování. (PISF, © 2015)

Tabulka 5 - Poskytnuté dotace v období 2014 - 2016 (PISF, 2015)

Rok	Dotace	Mezi kolik rozděleno
2016	120 000 EUR	3 projekty
2015	85 000 EUR	2 filmy/projekty
2014	70 000EUR	3 filmy

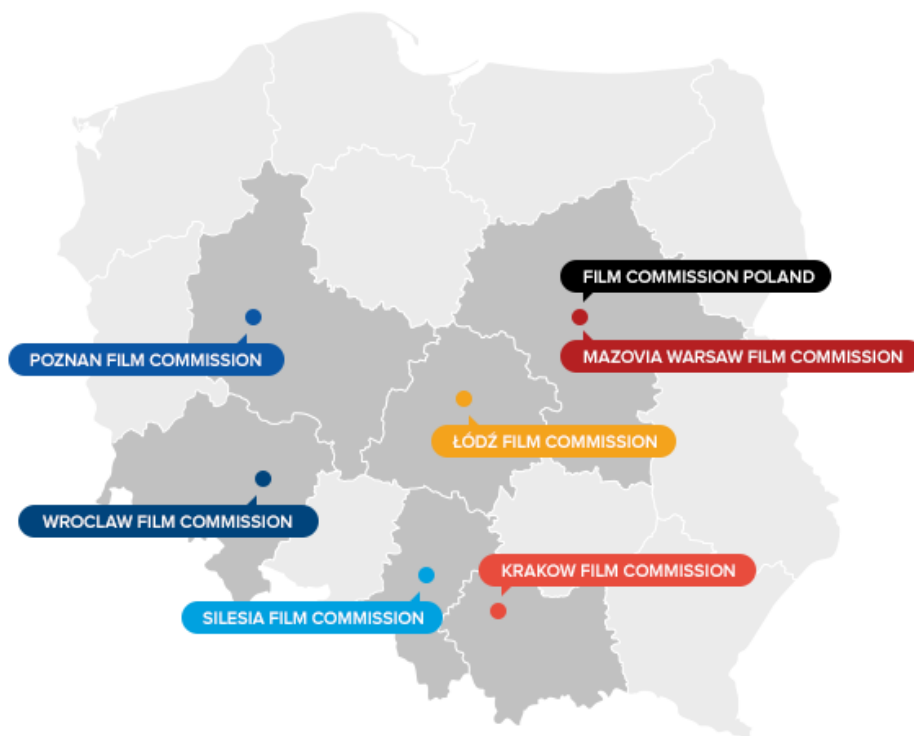
4.3.4 Film Commission Poland

Filmová komise v Polsku se sídlem ve Varšavě je neziskovou organizací a vznikla v roce 2012. Polský filmový průmysl má celkem čtyři instituce, které ho podporují, a Polská filmová komise s nimi úzce spolupracuje na denní bázi. Komise funguje v rámci struktury Polského audiovizuálního centra (FPCA), což je orgán zřízený k vývoji a posilování nezávislé produkce, polské kinematografie a filmového průmyslu. Komise je podporována polským filmovým institutem (PISF), polskou filmovou asociací (SFP) a polskou audiovizuální a obchodní komorou (KIPA). Je také členem mezinárodních filmových asociací jako EUFCN, AFICI a EFA. (FCP, © 2014)

Komise má tři základní úkoly a to koordinovat práci národních a regionálních subjektů při získávání filmové produkce do Polska, zajistit trvalou podporu polských audiovizuálních aktivit v zahraničí a poskytovat podporu pro zahraniční produkce, které natáčí na území Polska. Stejně jako česká národní komise působí jako vstupní brána do Polského filmového průmyslu. Je to trvalý zdroj aktuálních informací pro zástupce filmového průmyslu, kteří se jakkoliv podílejí na výrobě filmu nebo dokumentární a animované tvorbě.

Filmová komise úzce spolupracuje se šesti regionálními filmovými komisemi, které můžeme vidět na mapě níže. Filmová komise je jejich klíčovým partnerem, pokud jde o informace, poradenství a podporu filmové produkce v jednotlivých regionech. Všechny regionální filmové komise jednájí nezávisle, ale pracují spolu za cílem sjednocení polské nabídky a posílení přítomnosti na mezinárodním trhu. Filmová komise Polsko má také za cíl vytvořit fungující struktury v ostatních regionech, se kterými ještě nespolečně pracuje do takové míry. (FCP, © 2014)

Obrázek 2 - Regionální filmová komise Polska (FCP, 2014)



Polská kancelář má celkem v databázi 1274 lokací, 428 služeb, 131 producentů, 16 regionů, 9 regionálních fondů a 6 filmových komisí. Národní filmová komise poskytuje poradenství při celém průběhu natáčení, informace ohledně vyhlášek a předpisů, zprostředkování kontaktů s potencionálními partnery, vyhledávání lokací a efektivní umístění scén, pomoc při získání licencí a povolení.

Marketing komise je na velmi dobré úrovni. Pro zájemce o polské filmové lokace bylo v roce 2015 vytvořeno propagační video o dostupných destinacích a jejich různorodosti. Komise vydává jednou ročně filmový magazín, ve kterém charakterizuje současnou situaci filmového průmyslu a popisuje události a aktivity které se konaly v uplynulém roce. V neposlední řadě je také tištěnou ukázkou nejlepších filmových destinací v Polsku. (FCP, © 2014)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ZÁKLADNÍ SOCIOEKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH REGIONŮ

V této kapitole je podrobněji zkoumáno současné společenské a hospodářské postavení Moravskoslezského kraje a Malopolského vojvodství.

5.1 ČR – Moravskoslezský kraj

V podkapitole se pojednává o základních geografických údajích Moravskoslezského kraje a také o současné socioekonomické situaci. Toto zjištění bude nápomocno při detailnější komparaci dvou vybraných regionů.

5.1.1 Obecné údaje

Moravskoslezský kraj se nachází v severovýchodní části České republiky a sousedí s Polskem, konkrétně se Slezským a Opolským vojvodstvím, a se Slovenskem - Žilinským krajem. Region je vymezen šesti okresy. Svou plochou zaujímá 6,9 % území ČR, jednu šestinu kraje zaujímá zemědělská půda a zhruba 35 % zabírají lesy a horské oblasti. Kraj má v současnosti přes 1,25 mil. obyvatel a hustotu osídlení 230 obyvatel na km². Hlavním městem kraje a také třetím největším v Česku je Ostrava, ve které žije přes 307 tis. obyvatel. (MSK, © 2014)

5.1.2 Současná socioekonomická situace

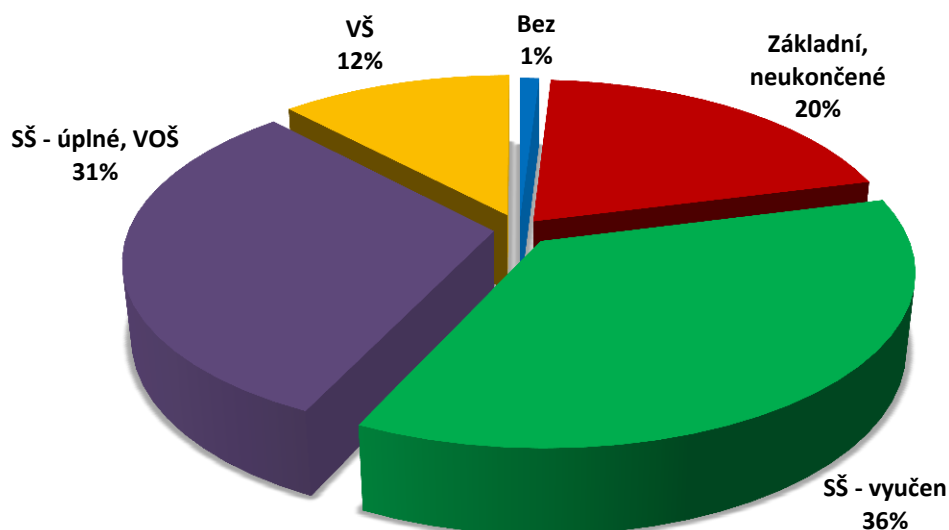
Moravskoslezský kraj (dále jen MSK) je jedním z nejdůležitějších průmyslových regionů ve střední Evropě. Má silnou tradici ve zpracování železa, strojírenství, chemickém průmyslu, hutnictví a hornictví. Díky tomu je v kraji dostatek technicky založených zaměstnanců. Mezi klíčové firmy v kraji patří ArcelorMittal, Hyundai, Třinecké železárny, Tatra Kopřivnice a Vítkovice steel.

V kraji je zhruba 250 010 ekonomicky aktivních subjektů s průměrnou mzdou 23 502 Kč. Míra nezaměstnanosti v kraji klesla v letošním roce 2016 na 7,9 %. HDP kraje dosáhl v roce 2015 výše 398,9 mld. Kč. V roce 2014 měl kraj nejvyšší počet investičních projektů v ČR. Také měl nejvyšší počet nových pracovních míst – 3 851. Výše investic směřujících do MSK činila 15,89 mld. Kč. (MSK, © 2014)

Co se týče dosaženého vzdělání v kraji, jak je vidět v grafu pod textem, největší podíl obyvatel má středoškolské vzdělávání (vyučen) a narůstá počet obyvatel s úplným středoškolským vzděláním. Graf je z roku 2011 z posledního sčítání lidu.

Podíl občanů dle nejvyššího ukončeného vzdělání v MSK

Graf 6 - Podíl občanů dle nejvyššího ukončeného vzdělání v MSK (MSK, 2014)



V současné době zažívá Moravskoslezský kraj útlum těžkého průmyslu, dochází k očekávanému uzavírání dolů. MSK se snaží vytvářet mnoho nových pracovních míst – strategie průmyslové zóny Barbora.

MSK se v nejnovějším žebříčku kvality života v českých krajích z roku 2016 stal nejhorší destinací. Na posledním místě se umístil hlavně z důvodu největšího úbytku obyvatel v ČR a nejvyššího výskytu onemocnění z povolání, také je místem s třetím nejvyšším výskytem trestných činů. Podle Hlaváčka je to převážně z důvodu koncentrace velkých měst v kraji.

(Aktuálně, © 2016)

5.2 Polsko – Malopolské vojvodství

V podkapitole se pojednává o základních geografických údajích Malopolského vojvodství a také o současné socioekonomické situaci. Toto zjištění bude nápomocno při detailnější komparaci dvou vybraných regionů.

5.2.1 Obecné údaje

Malopolské (pol. Malopolskie) vojvodství leží v jižní části Polska a pohraničně sousedí s Žilinským a Prešovským krajem Slovenska. Je jedním z menších vojvodství s nejvyšší populační hustotou. Svým rozložením pokrývá 4,9 % Polské republiky. Disponuje celkem 61 městy. 28,6 % území zabírají lesy a horské oblasti, kraj disponuje 6. národními parky. Malopolské vojvodství má podle posledního sčítání lidu roku 2011 3,4 mil obyvatel což je 8,8 % z celkové populace Polské republiky. Hustota obydlí je 224 obyvatel na 1km². Hlavním městem kraje je Kraków a má 756 tis. obyvatel. (MLPV, © 2016)

5.2.2 Současná socioekonomická situace

Malopolské vojvodství je považováno za jedno z nejméně atraktivních vojvodství v Polsku.

Průměrná měsíční mzda je 3 888,43 PLN. Nezaměstnanost v kraji činí v roce 2016 8,5 %, zato v hlavním městě Krakově jen 4,5 %. Počet nezaměstnaných osob je 122 040 a současných volných pracovních míst 9 966. V roce 2014 pobíralo sociální mzdy 6,8 % populace z Malopolského vojvodství. HDP kraje dosáhl v roce 2013 výše 128,08 mld. PLN.

Důležitým faktorem, který ovlivňuje stav obyvatelstva v Malopolsku je migrace, v posledních letech je zaznamenán mírný pokles úbytku obyvatel v kraji zhruba o 6 %. Díky migraci a tedy následným demografickým změnám se snižuje i počet studentů ve školství. Tento klesající trend trvá už od roku 2010, za posledních pět let se počet studentů v Malopolském vojvodství snížil o 28,5 tis. osob, tj. o 13,5 %. V akademickém roce 2014/2015 v kraji studovalo 183,4 tisíc studentů vysokých škol. Nejvyšší podíl obyvatel má středoškolské vzdělání s maturitou.

V současné době byl zaznamenán růst prodeje vlastních výrobků a materiálů získaných pomocí těžby nerostných surovin v Malopolském vojvodství.

(MLPV, © 2016)

6 ANALÝZA ROZVOJE FILMOVÉHO PRŮMYSLU A FILMOVÝCH DESTINACÍ VE VYBRANÝCH REGIONECH

V této výzkumné části je provedena komparace Moravskoslezského kraje s Malopolským vojvodstvím a to z pohledu podpory filmového průmyslu a filmových destinací v regionech. Porovnáváme jak finanční podporu tak technickou, zabýváme se otázkou jak velký zájem má region o rozvoj právě pomocí filmového průmyslu a filmových destinací.

6.1 Moravskoslezský kraj

Podkapitola nám popisuje současnou podporu filmového průmyslu a návštěvnost filmových destinací v Moravskoslezském kraji.

6.1.1 Regionální podpora filmového průmyslu

V České republice je pro zvýšení aktivity a povědomí o přínosech filmové produkce na region každý rok pořádána soutěž Film Friendly Region. Tuto soutěž zastřešuje asociace producentů v audiovizí, Czech Film Commission a CzechTourism. Do této regionální soutěže se připojují zejména regiony, které pravidelně navazují spolupráci s filmaři, aktivně nabízejí a propagují filmové destinace k natáčení a také podporují realizaci audiovizuální produkce. Výherce této soutěže dostane mediální podporu tří vybraných úspěšných organizací filmového průmyslu v regionu. Získání ocenění Film Friendly je pak signálem pro produkce, že zde jsou nejlepší podmínky pro natáčení. Magistrát města Ostravy byl v této soutěži už dvakrát, ale bohužel nevyhrál. I tak se Ostrava považuje za film-friendly region.

(Friendly, © 2015)

Moravskoslezský kraj ve svém rozpočtu nepočítá s významnou podporou filmového průmyslu, v roce 2015 podpořil filmovou tvorbu, distribuci, kina a shromažďování audiovizuálních archiválií ze svého rozpočtu částkou 7, 75 tis. Kč. www.msk Nicméně filmové projekty, které splňují kritéria kraje (propagace kraje), je kraj schopen podpořit maximální částkou 200 tis. Kč, které čerpá z rezerv rozpočtu.

Kraj také podporuje filmově zaměřené akce a to například přehlídku filmů Kino na Hranci, která je pořádána v Českém Těšíně spolu s Polskem. Tato akce se stala dlouholetou tradicí MSK a to již od roku 1999, je považována za jednu z nejcharakterističtějších filmových akcí v Polsku a České republice.

Školy v Moravskoslezském kraji se zaměřením na filmový průmysl jsou zde jen dvě, a to střední školy zaměřené obecně na multimédia – střední škola uměleckých řemesel, s.r.o. a střední odborná škola umělecká a gymnázium, s.r.o.

6.1.2 FILM OSTRAVA

Regionální kancelář FILM OSTRAVA vznikla teprve nedávno, v roce 2012. Organizace spadá pod Magistrát města Ostravy a jejím cílem je přilákat producenty a filmové štáby do regionu, Ostravsko je kanceláři prezentováno jako dynamický, energický, industriální a charismatický region.

Ostravsko chce být film-friendly regionem. Je jedním z prvních regionů v ČR, který začal úzce spolupracovat s Czech Film Commission na strategii přilákání filmových produkcí do regionu. Je velmi vstřícné k filmovým natáčením a poskytuje audiovizuálním produkcím asistenci a podporu při realizaci filmových projektů. Kancelář pomáhají s vyhledáním lokace pro natáčení, zajištění lokací s provozovateli od povolení k natáčení, dopravu a ubytování až po zajištění finální publicity filmu/projektu. Kancelář nabízí celkem 14 lokací pro filmové natáčení v prostředí Ostravy a okolí.

Asi nejznámějším filmovým projektem, který se v Ostravě natáčel, za pomoci filmové kanceláře roku 2014 byl korejský válečný film *Óda na mého otce, 2014*, který využil dolní oblast Vítkovic pro ztvárnění poválečných fabrik. Film shlédlo v Koreji přes 10 mil. diváků.

(FilmOVA, © 2015)

6.1.3 Návštěvnost a propagace filmových destinací v regionu

Nejnavštěvovanější a také nejpropagovanější filmovou destinací Moravskoslezského kraje je dolní oblast Vítkovic v Ostravě. Největší akcí, kterou město Ostrava v této lokaci každoročně pořádá je hudební festival Colours of Ostrava, dalšími akcemi jsou například City cross sprint nebo Oldies festival. Ačkoliv tyto akce nejsou filmově zaměřené, propagují tuto destinaci na dobré úrovni.

Město Ostrava ve spolupráci s destinační agenturou a filmovou komisí Film Ostrava letos pořádá druhý ročník famtripu pro filmové profesionály – Location Tour. Jedná se o filmovou akci, kde jsou zváni profesionálové z řad producentů, scénáristů, režisérů či lokačních manažerů a objevují nejlepší filmové lokace v Ostravě. Těmi se myslí jednak ostravská industriální místa jako dolní oblast Vítkovic, Ostrava-Poruba, Důl Michal, ale i Areál čs.

opevnění Hlučín-Darkovičky nebo také Divadlo Antonína Dvořáka. Ostrava a jeho okolí se filmařům představuje jako přátelské a vstřícné město pro film. To je také dlouhodobým cílem v rámci aktivit filmové komise v Ostravě. Velkým přínosem je, že většina producentů přijíždějících na tuto akci do Ostravy má vizi realizovat zde konkrétní projekt, který nejenže pomůže v rozvoji filmovému průmyslu v kraji, ale také je využitelný pro marketing turismu. Touto pořádanou akcí se zvyšuje návštěvnost lokací a také jejich propagace.

6.2 Malopolské vojvodství

Tato podkapitola stejně jako předešlá představuje podporu filmového průmyslu na regionální úrovni. Jsou zde popsány vlastnosti regionu tak jako v předešlé kapitole. Tyto stejnorodé popisy podpory budou využity v komparaci stavu těchto regionů.

6.2.1 Podpora filmového průmyslu

Jak už bylo zmíněno v popisu národní filmové komise, Polsko disponuje s celkem devíti regionálními filmovými fondy. Jeden z nich je také v Krakově – Krakovský regionální filmový fond, který spadá pod festivalovou kancelář stejně jako filmová komise.

Regionální filmový fond se každoročně zúčastňuje národní filmové soutěže, jejíž hlavní podmínkou je, aby filmový projekt souvisel s obcí, městem v regionu nebo s regionem samotným. Přidělení finanční podpory projektu je také podmíněno vynaložením nejméně 100 % finančních prostředků v rámci regionu, v některých případech je požadovaná výše až 150 %. Pořadatelé soutěže mají zájem na konsolidaci a posílení pozitivního image města či regionu, což je hlavním důvodem proč projekty, které využijí co nejvíc lokací a budov v regionu dostanou nejlepší hodnocení.

Regionální fondy se liší výši rozpočet, formou a výši podpory, kterou musí vložit do filmového projektu s cílem propagace města nebo regionu. Ostatní formy podpory jsou nenávratné dotace či náhrady, neboli částečná úhrada vynaložených nákladů, která je uhrazena až po dokončení filmu. Fond poskytuje podporu až do výše 50 % rozpočtu filmů a v případě dokumentárních nebo animovaných projektů může být financování i vyšší.

Regionální filmový fond Krakov existuje od roku 2009. Každý rok pořádá regionální soutěž o filmovou produkční podporu na natáčení v kraji, aby pak mohla mít ten nejlepší materiál do národní soutěže. V roce 2015 byl už sedmý ročník soutěže a přihlásilo se celkem třicet projektů. Producenti museli projít dvěma koly, přičemž se do druhého kola dostalo 21 projektů zahrnujících šest celovečerních filmů, třináct dokumentů a dva animované

filmy. V hodnotící porotě bylo celkem šest odborníků a to jak z filmového průmyslu, tak i z filmových komisí a krajského úřadu. Celková výše finanční podpory byla 3,68 mil. PLN, kterou disponoval regionální fond. V rámci soutěže byla vyčleněna finanční podpora v celkové výši 799 tis. PLN, kterou lze vidět v tabulce pod textem ta se rozdělila mezi pět výherců a to dva dokumentární filmy a tři celovečerní filmy. (PFC, © 2011)

Tabulka 6 - Výše přidělené finanční podpory vítězům regionální soutěže v roce 2015 (PFC, 2011)

Typ filmu	Celková finanční podpora v PLN
Dokumentární – 2 filmy	99 593
Celovečerní – 3 filmy	700 000
Celkově	799 593

Finanční částka poskytovaná filmům může být variabilní. Celkový rozpočet filmového regionálního fondu Krakov byl v roce 2015 jeden mil. PLN.

Následující tabulka znázorňuje počty přihlášených žadatelů v posledních čtyřech letech – jak lze vidět celkový zájem o účast v soutěži a výše přidělené podpory mají klesající tendenci.

Tabulka 7 - Financování filmů z Krakovského regionálního fondu (FCP, 2011)

Rok	Počet přihlášek	Film	Dokument	Animák	Celkové finance	Přidělená podpora	Počet vítězů
2015	21	6	13	2	3 681 816	799 593	5
2014	39	13	21	5	7 767 507	.	9
2013	35	15	15	5	8 263 228	983 500	8
2012	44	19	22	3	10 209 592	1 484 000	6

Vysvětlivka: . – nedostupné informace.

V regionu funguje také filmová akademie AMA – Akademia Multi Art, se sídlem v Krakově. Škola je soukromá a zaměřuje se na odborné vzdělávání moderních audiovizuálních oborů jako režie, kamera, postprodukce videa a zvuku, scenáristika, herectví a filmová produkce. Osnovy se vyvíjí s rozvojem nových trendů a technologií filmu. Zřizovatelem

školy je Piotr Lenar což je kameraman, filmový producent a lektor s dlouholetými mezinárodními zkušenostmi. Akademiamultiart.pl Dále jsou v regionu filmové školy jako Jan Matejko's Academy of Fine Arts – animovaný film, Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University – produkce, Krakow School of Film and Audiovisual Communication Krakow – režie, scenáristika, produkce, dokumentární film, Wojciech Jerzy Has Krakow Film School – animovaný film, scenáristika a režie. (PFC, © 2011)

6.2.2 Krakow Film Commission

Filmová komise v Krakově působí ve struktuře festivalové kanceláře, která umožňuje postupovat a vyřizovat informace velmi rychle. Podobně jako FILM OSTRAVA je jejím posláním podpora filmové zahraniční a regionální produkce. Pomáhá svým partnerům ve vyhledávání vhodných lokací Malopolska, usnadňuje přístup na veřejná místa v celém regionu, koordinuje spolupráci mezi produkcemi a úřady a pomáhá se získání potřebných povolení. Kancelář disponuje aktualizovanou databází specialistů filmové a televizní produkce a také společností působících v oboru.

Jak už bylo zmíněno, filmová komise Krakov poskytuje finanční prostředky z regionálního filmového fondu určenému k natáčení v Malopolsku. V roce 2015 byl založen mezinárodní filmový fond pro podporu mezinárodní spolupráce. Tento fond je zaměřen na rozvoj spolupráce evropského audiovizuálního sektoru s ostatními zeměmi světa prostřednictvím spolufinancování mezinárodních koprodukcí.

Filmová komise je členem EUFCN, KIPA, AFCI a CineRegio, což je nezisková organizace, která podporuje regionální fondy v audiovizuální produkci a koprodukcí v Evropě.

Regionální komise Krakov má také dobře zpracovaný marketing, na lokace v Malopolsku bylo vytvořeno video s těmi nejlepšími destinacemi v kraji.

Dobrým příkladem práce filmové komise Krakov je koprodukování polsko-rumunského dokumentu *Crulic – The Path to Beyond*, nebo snímek *Aazaan* v koprodukcí s Indií a Německem. (PFC, © 2011)

6.2.3 Návštěvnost a propagace filmových destinací v regionu

Filmová komise v Krakově organizuje nesčetné množství aktivit, které nejen, že podporují tvorbu filmu a filmaře ale také pomáhají v marketingu filmových lokací v Malopolském vojvodství. Jen za rok 2016 proběhlo a ještě proběhne celkem 21 akcí zaměřených na filmový průmysl, např. Krakow Film Festival, Film Music Festival, Week of Spanish Cinema

nebo Silent Film Festival. Už jen to fakt, že filmaři přijedou do Krakova prezentovat svůj film na festival je nástrojem propagace lokací, které navštíví během svého pobytu. Filmová komise v Krakově nabízí 44 filmových lokací, které také propaguje na svých webových stránkách.

V roce 2013 filmová komise v Krakově pořádala konferenci filmového cestovního ruchu – Film Tourism – 150 % of Film in the Region a Krakov se tak na dva stal světovým městem filmu. Na této konferenci se setkali významné osobnosti polské kinematografie (držitelé Oskarů – Eva Braun a Allan Starski) z různých složek filmového průmyslu a také špičkoví světoví odborníci ve filmovém turismu.

7 VÝSLEDKY ROZHOVORŮ S AKTÉRY FILMOVÉHO PRŮMYSLU V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI A MALOPOLSKÉM VOJVODSTVÍ

Zdrojem primárních dat v této práci je kvalitativní výzkum metodou strukturovaného rozhovoru s vybranými aktéry a stakeholdery filmového průmyslu a filmových destinací v Moravskoslezském kraji a Malopolském vojvodství. Každý z respondentů patří do jiné úrovně tohoto průmyslu, a proto mohli poskytnout odpovědi na otázky týkající se rozšíření různých kapitol. V každé úrovni byly položeny stejné otázky a to jak Moravskoslezskému kraji tak Malopolskému vojvodství.

Pod každou otázkou jsou vždy první odpovědi z České republiky označovány Č, hned pod nimi jsou z Polské republiky označovány P. V rozhovoru a následné komparaci jsou použity zkratky filmového průmyslu – FP a filmových destinací – FD.

Důvodem výběru strukturovaného rozhovoru je získání informací z osobního přístupu k problematice podpory a rozvoje filmového průmyslu a filmových destinací. Rozhovor byl veden buď na osobní schůzce, nebo pomocí elektronické aplikace Skype v závislosti na požadavku respondentů.

7.1 Otázky pro zástupce regionálních filmových komisí Moravskoslezského kraje a Malopolského vojvodství

S těmito otázkami byla oslovena filmová komise jak z České Republiky, tak z Polska, a to filmová komise v Ostravě – Film Ostrava, ve které byla oslovena **Mgr. Hana Vítková**, která je na pozici specialistky projektu destinačního managementu turistické oblasti Ostravsko. Druhá oslovená respondentka byla z filmové komise v Krakově – Film Commission Krakov, **Natalia Woda**, která je koordinátorkou regionálního filmového fondu v Krakově, ale také má na starosti propagaci a komunikaci s filmovými organizacemi.

Rozhovory byly vedeny při osobním setkání a prostřednictvím elektronické aplikace Skype.

- **Jak, kdy a z jakých příčin, resp. na základě jakých podnětů vznikla vaše filmová komise popř., kdo byl a je zřizovatel?**

Č: Zřizovatelem je Magistrát města Ostravy, film office funguje v rámci Odboru strategického rozvoje, oddělení marketingu. Těmto aktivitám jsme se na oddělení začali věnovat, protože jsme v nich viděli potenciál a možnost oslovit nové cílové skupiny.

P: Krakovská filmová komise byla založena roku 2009 jako oddělení Krakovské festivalové kanceláře, která je jejím zřizovatelem a také municipální institucí kultury.

- **Využíváte pro financování komise státní fond kinematografie? Popř., jakým jiným způsobem financujete činnost komise?**

Č: Státní fond kinematografie doposud žádnou možnost spolufinancování nenabízel. Od příštího roku zřejmě nějaká možnost bude, vypsání grantové výzvy se teprve chystá. Film office nedisponuje žádným zvláštním rozpočtem, aktivity se věnuji v rámci svého pracovního místa „specialista projektu destinačního managementu turistické oblasti Ostravsko“. Aktivity jsou součástí rozpočtu oddělení.

P: Filmovou komisi financuje regionální filmový fond Krakova. Tento fond je financován ze zdrojů města Krakov a také ze zdrojů Malopolského vojvodství.

- **Popište způsob Vaší spolupráce s ostatními klíčovými aktéry/stakeholdery jako jsou například město, region, regionální agentury cestovního ruchu nebo rozvoje?**

Č: Fungujeme v rámci města. Další klíčová spolupráce spočívá v komunikaci s lokacemi, jejich provozovateli a majiteli, hotely a dalšími konkrétními aktéry.

P: Partneři komise v Krakově jsou CineRegio – Evropská síť regionálních fondů, EUFCN, AFCI a KIPA. Také spolupracujeme s organizacemi, které poskytují služby produkcím natáčejícím u nás v regionu.

- **Jak komunikujete s krajem a jakým způsobem provádíte marketing Vaší činnosti, resp. Vašich aktivit, tj. například, kde jsou výsledky Vaší činnosti prezentovány vyjma Krajského úřadu.**

Č: S Krajským úřadem spolupracujeme především na poli destinačního managementu, pokud vím, film office je nezajímá a nezabývají se tím. Skrz krajský úřad nic neprezentujeme. Prezentujeme na webu, prostřednictvím tiskových zpráv a komunikace s novináři, fb města, komunikačních kanálech Czech Film Commission, případně i CzechTourism.

P: Naši nabídku (financování, lokace, služby) propagujeme během nejdůležitějších filmových festivalů a marketů – Cannes, Berlinale. Propagujeme se také prostřednictvím našeho webu, tiskových zpráv a pravidelné komunikace s novináři. Vytvořeno je i propagační vi-

deo filmových destinací. Máme silnou marketingovou podporu na sociálních sítích. Také jsme propagováni skrz národní filmovou komisi a díky pořádaným soutěžím.

- **Jaké vnímáte současné problémy v oblasti propagace FD v kraji a tím i následné přilákání producentů?**

Č: Dlouhodobým problémem je vzdálenost od Prahy, která štábu zvyšuje náklady.

P: Nemyslím si, že by byli nějaké velké problémy.

- **Pokuste se porovnat z hlediska rozvoje FP a podpory FD Váš kraj a ostatní kraje ČR/Polska, popř. i sousední vojvodství v Polsku, tj. Slezském (Katovice) a Malopolském (Krakov). Který kraj, resp. vojvodství, má a v čem podle Vás v těchto oblastech silnější stránky a z jakých příčin?**

Č: V rámci ČR patříme k top regionům. Podobně vnímám Jeseníky film office, Pardubicko (Destinační společnost Východní Čechy), Liberec, Karlovy Vary.

P: Dle mého názoru pro porovnání Malopolského vojvodství s ostatními regiony je potřeba detailní analýzy těchto regionů. Teprve pak by se daly opravdu správně porovnat. Nicméně máme rozhodně výhodu v regionálním filmovém fondu, jelikož ho má jen devět z šestnácti vojvodství.

- **Jak hodnotíte Vaši konkurenceschopnost, co se týče FP s ostatními regiony v ČR, popř. i sousedními vojvodstvími v Polsku, tj. Slezském (Katovice) a Malopolském (Krakov)?**

Č: Dobře. Slabinou je vzdálenost od Prahy, tu musíme kompenzovat vstřícností a službami, které poskytujeme. Někdy však finanční náklady rozhodují.

P: Jak bylo již zmíněno, je těžké přesně porovnat vojvodství. Konkurenčně se dá porovnávat pouze v devíti regionech, jelikož ostatní teprve pracují na rozvoji filmového fondu a filmových kanceláří.

- **Jaké jsou Vaše klíčové nabídky filmových destinací? A co je proslavilo?**

Č: Stěžejní jsou industriální lokace.

P: Urbanistické komplexy Krakova.

- **Kolik bylo natočeno filmů v moravskoslezském regionu za poslední 3 roky s využitím Vaší podpory?**

Č: Vyloženě filmy byli tři, které šly do kin. Pak jsme spolupracovali na pár projektech ČT a pár studentských projektech. Dále hudební videoklip, reklama.

P: Za poslední tři roky jsme podpořili dvacet filmů prostřednictvím našeho regionálního filmového fondu.

- **Jaké aktivity byly ze strany komise v podpoře těchto natáčení vyvíjeny?**

Č: Pomoc s vyhledáním lokací a zajištění jejich obhlídky, prvotní jednání s jejich majiteli či provozovateli, asistence při koordinaci s úřady a policií, pomoc při získání povolení k natáčení, při zajištění, dopravy, místních služeb, podpora publicity projektu prostřednictvím našich komunikačních kanálů.

P: Komise pomáhá s celkovým procesem od vyhledání vhodné lokace, zajištění obhlídek lokací přes vyřizování povolenek a komunikaci s úřady (získání povolenek atd.) až do natáčení filmu a také následné mediální podpory hotového filmu.

- **Jakými aktivitami v současné době podporujete činnost místních producentů a dalších navazujících filmových odvětví při zapojení do mezinárodních projektů či projektů vlastních?**

Č: Cílem film office je přilákat do regionu produkce, které nejsou místní.

P: Kromě financování filmů, také finančně podporujeme producenty na volné noze, poskytujeme jim různá oprávnění a umožňujeme používat filmové lokace.

- **Jak podporuje kraj Vás v těchto aktivitách?**

Č: Nijak.

P: Podporuje nás skrz regionální filmový fond Krakova.

- **Jaké plánujete aktivity v oblasti podpory FP a FD v letošním a příštím roce?**

Č: Pokračovat v lákání produkcí do regionu.

P: V následujících měsících nás čeká například Film Music Festival, PKO OFF CAMERA International Festival of Independent Cinema nebo Krakow Film Festival.

7.1.1 Komparace Ostravské a Krakovské filmové kanceláře

Ze získaných odpovědí z rozhovorů byla vytvořena tabulka komparace Ostravské kanceláře Film Ostrava a Krakovské – Film Commission Krakov.

Tabulka 8 - Komparace současné situace Ostravské a Krakovské filmové komise
(Vlastní zpracování)

Kritéria komparace	Film Ostrava	Film Commission Krakov
Vznik kanceláře a její zřizovatel	2012, zřizovatelem je Magistrát města Ostravy a funguje pod oborem strategického rozvoje, oddělení marketingu	2009, zřizovatelem je festivalová kancelář v Krakově a filmová komise patří do její struktury
Financování komise	Financování je součástí rozpočtu marketingového oddělení magistrátu Ostravy	Financována z regionálního filmového fondu Krakova, který je financován Malopolským vojvodstvím
Spolupráce s klíčovými aktéry regionu	Spolupracuje především s majiteli lokací (dolní Vítkovice), hotely v kraji a ostatními institucemi pro umožnění natáčení	Spolupracuje s CineRegio – Evropská síť regionálních fondů, také s EUFCN, AFCI. Dále s organizacemi nápomocnými při natáčení.
Marketing komise	Komise se propaguje prostřednictvím svého webu, tiskových zpráv, komunikuje s novináři, skrz sociální síť města, národní filmové komise – Czech Film Commission a Czech-Tourism	Komise se propaguje během nejdůležitějších filmových festivalů a marketů jako jsou Cannes a Bearlinale. Také díky svého webu, tiskových zpráv, komunikace s novináři, má silnou marketingovou podporu sociálních sítí. Skrz národní filmovou komisi a také díky pořádaným soutěžím.
Problémy v propagaci FD	Dlouhodobým problémem je vzdálenost od hlavního města Prahy – zvyšování nákladů filmového štábu	Komise nemá zásadní problém.
Porovnání s ostatními	V rámci ČR patří k nejlepším	Jsou jedním z devíti regionů,

kraji	regionům, které poskytují filmovou podporu a kvalitní podmínky pro natáčení	který poskytuje finanční prostředky na filmování z regionálního filmového fondu
Kritéria komparace	Film Ostrava	Film Commission Krakov
Klíčové nabídky FD	Industriální lokace v Ostravě	Urbanistické komplexy Krakova
Počet natočených filmů za pomoci komise v posledních 3 letech	3 celovečerní filmy promítány v kinech	20 celovečerních filmů
Aktivity vyvíjeny pro podporu natáčení	Pomoc s vyhledáním lokací a zajištění jejich obhlídky, prvotní jednání s jejich majiteli či provozovateli, asistence při koordinaci s úřady a policií, pomoc při získání povolení k natáčení, při zajištění, dopravě, místních služeb, podpora publicity projektu prostřednictvím našich komunikačních kanálů	Komise pomáhá s celkovým procesem od vyhledání vhodné lokace, zajištění obhlídek lokací přes vyřizování povolenek a komunikaci s úřady (získání povolenek atd.) až do natáčení filmu a také následné mediální podpory hotového filmu
Podpora ostatních produkcí kraje	Cílem této komise není podpora místních produkcí, ale přilákání produkcí z ostatních krajů a zahraničí	Podporuje filmaře na volné noze a také pomáhá lokálním produkcím s vyhledáváním lokací a zprostředkovává povolení
Plánované aktivity do konce roku pro podporu FP a FD	Film location tour 2016	Film Music Festival, PKO OFF CAMERA International Festival of Independent Cinema, Krakow Film Festival.

Nyní se podíváme na společné a rozdílné znaky obou srovnávaných komisí.

Vznik kanceláře a její zřizovatel

- Společné znaky: Nemají společné znaky
- Rozdílné znaky: Odlišují se daty vzniku, kdy Krakovská komise započala svou funkci o 3 roky dříve než Ostravská. Filmová komise v Krakově patří do struktury festivalové kanceláře, což napomáhá při projektech a různých akcích. Ostravská komise funguje pod oborem strategického rozvoje Magistrátu Ostravy, marketingového oddělení.

Financování komise

- Společné znaky: Obě komise jsou svým způsobem financovány z krajského rozpočtu, Film Ostrava je plně financován Magistrátem města Ostravy, jelikož spadá do rozpočtu marketingového oddělení, Krakovská komise je financována regionálním fondem Krakova, který je spolufinancován Malopolským vojvodstvím.
- Rozdílné znaky: Krakovská komise je financována i z jiných zdrojů než krajských.

Spolupráce s klíčovými aktéry regionu

- Společné znaky: Obě dvě komise spolupracují s regionálními organizacemi a institucemi, které pomáhají v průběhu natáčení filmů.
- Rozdílné znaky: Filmová komise v Krakově spolupracuje s Evropskými organizacemi jako Cine-Regio, EUFCN a AFCI.

Marketing komise

- Společné znaky: Krakovská i Ostravská komise se propagují prostřednictvím svého webu, tiskových zpráv a komunikace s novináři. Také díky sociálním sítím kdy Krakovská komise výrazně převyšuje sledovateli. Obě dvě komise jsou propagovány skrz národní filmovou komisi a další národní filmové organizace.
- Rozdílné znaky: Krakovská filmová komise se propaguje během nejdůležitějších filmových festivalů a marketů jako jsou Cannes a Bearlinale, které jsou opravdu klíčové pro mezinárodní marketing. Krakovská komise se také odlišuje v každoročním pořádaným soutěžím, které ji zároveň propagují.

Problémy v propagaci filmových destinací

- Společné znaky: Nemají společné znaky.

- Rozdílné znaky: Filmová komise v Ostravě vidí jako dlouhodobý problém vzdálenost od hlavního města Prahy, což může být pro některé štáby klíčové při tvoření rozpočtu filmového projektu.

Porovnání s ostatními kraji

- Společné znaky: Dalo by se říct, že jsou obě dvě komise jsou velmi kvalitní v porovnání s ostatními komisemi ve svém státě.
- Rozdílné znaky:

Klíčové nabídky filmových destinací

- Společné znaky: Nemají společné znaky.
- Rozdílné znaky: Ostravská komise vidí jako své klíčové nabídky industriální lokace v Ostravě. Zato Krakovská kancelář vidí potenciál ve městě Krakov z pohledu urbanistických komplexů, které město nabízí.

Počet natočených filmů za pomoci komise v posledních 3 letech

- Společné znaky: V posledních 3 letech pomáhala Krakovská i Ostravská filmová komise s natáčením filmů.
- Rozdílné znaky: Krakovská komise natočila o 17 filmů více než Ostravská.

Aktivity vyvíjeny pro podporu natáčení

- Společné znaky: Komise pomáhají při celém procesu natáčení (vyhledávání lokací, zajištění obhlídek, vyřizování povolenek, komunikace s úřady, koordinace komunikace s majiteli lokací a potřebných institucí, podpora publicity projektu).
- Rozdílné znaky: Nemají rozdílné znaky.

Podpora ostatních produkcí kraje

- Společné znaky: Nemají stejné znaky.
- Rozdílné znaky: Filmová komise v Ostravě se nezabývá podporou místních produkcí, ale přilákáním produkcí z ostatních krajů a zahraničí. Naproti tomu Krakovská filmová komise podporuje na volné noze a také pomáhá lokálním produkcím ve zprostředkovávání natáčení.

Plánované aktivity do konce roku pro podporu FP a FD

- Společné znaky: Komise přispívají alespoň jednou aktivitou ročně, která podporuje filmový průmysl a filmové destinace.
- Rozdílné znaky: Filmová komise v Krakově má více aktivit než Ostravská, jelikož je spoluorganizátorem mnoha aktivit různých druhů ve vojvodství.

7.2 Otázky pro regionální zástupce filmového průmyslu vybraných regionů

V tomto rozhovoru byli osloveni regionální zástupci filmového průmyslu Moravskoslezského kraje a Malopolského vojvodství. Osloveným respondentem pro regionálního zástupce MSK byl pan **Bc. Martin Novosad**, dramaturg ČT Ostrava a také dramaturg festivalu Kino na hranici. Respondent z Malopolského vojvodství požadoval zůstat v anonymitě.

- **Jaká je současná situace v podpoře FP ve vašem regionu ve srovnání s ostatními kraji, v ČR/Polsku, popř. i sousedními Moravskoslezským krajem/Malopolským vojvodstvím?**

Č: Moravskoslezský kraj má dvě formy podpory a to městskou a krajskou. Městská podpora je v podobě filmové kanceláře – Film Ostrava, kde je podle mého názoru splněný efekt důvodu založení. O krajskou podporu se dá žádat na krajském úřadě, zde je trošku problém. Město nevyprodukuje zajímavou částku pro podporu filmu, kraj už ano ale je hodně žadatelů. Ve srovnání s polskou stranou jsme na tom podstatně hůř, vojvodství jsou podporovány regionálními fondy, mají zde i oblastní podporu, celkově bych řekl, že mají rozhodně více zdrojů podpor než my v ČR.

P: Vojvodství je vybaveno několika možnými druhy financování a podpory filmových projektů. Filmová komise v Krakově pořádá každoročně soutěž o financování projektu z regionálního filmového fondu. Také je od roku 2015 založený fond pro mezinárodní spolupráce, do kterého lze aplikovat prostřednictvím podání žádosti.

- **Jaké uskutečňujete aktivity, resp. jaké jsou uskutečňovány aktivity, které podporují FP v kraji?**

Č: Pořádám kino na hranici – největší přehlídka v kraji – 130 filmů, je to v Českém Těšíně, takže spolupracujeme na půl i s Polskem, letos je již 18. Ročník. Finanční podporu čerpá-

me z několika fondů z krajského by jsme to nikdy nezaplatili. Jinak je v Ostravě pořádána akce Location Tour, která provádí producenty po Ostravských lokacích.

P: V Krakově je pořádáno mnoho festivalů a různě zaměřených akcí spojených s filmovým průmyslem. Například Filmový Festival Krakow a mnoho dalších.

- **Jak hodnotíte podporu FP národní filmovou komisí?**

Č: Dle mého názoru hlavním cílem Czech Film Commission je propagovat filmové pobídky zahraničním štábům a lákat je do ČR. Takže podpora tam je tehdy kdy si dané zahraniční produkce vyberou náš kraj.

P: Film Commission Poland propaguje veškeré druhy financování projektů, které je možné čerpat v Polsku, a to fondy Polského Filmového Institutu, regionální fondy, výzvy kreativní evropy, Polsko-německý fond a Eurimages – evropský fond. Film Commission Poland taky pomáhá filmařům v získávání potřebných informací, povolenek a prostě všech záležitostí v procesu natáčení filmu.

- **Jaký je podle Vás přístup a aktivita kraje stran podpory a rozvoje FP a FD v Moravskoslezském kraji?**

Č: Mizerný, hlavním problémem jsou zde úředníci, nemají k tomu vůbec žádný vztah – neznají to neumí nastavit parametry vhodné pro producenty, aby to bylo pro ně atraktivní – nejsou kompetentní.

P: Kraj pomáhá ve formě financování regionálního fondu, je otevřený při zprostředkovávání potřebných povolení a snaží se vyjít vstříc.

- **Jak hodnotíte podporu FP a FD prostřednictvím činnosti regionální filmové komise?**

Č: Komise má velmi omezené finanční prostředky. Podle mého názoru je nevyužitý potenciál klíčových filmových destinací, měli by se víc propagovat – kreativní videa, plakáty nebo reklamy. Na druhou stranu Filmová komise propaguje lokace přes akci Location tour která se bude letos konat po druhé, a podporuje zahraniční produkce při natáčení jako například korejský film ANO natáčený ve Vítkovicích.

P: Filmová komise podporuje filmový průmysl skrz regionální filmový fond a mezinárodní filmový fond. Další zajímavou činností je propagace na světoznámých festivalech jako Cannes.

- **Využili jste při Vašem natáčení za poslední tři roky nějakou veřejnou podporu? Pokud ano, jak hodnotíte její průběh a změny v nastavení systému přidělování grantů.**

Č: Ano, ČT Ostrava byla jako co-producent filmu cesta ven, díra do hanušovic. Podpora moc neroste, je to stále velmi podobné, návratnost by měla být větší, stagnuje to.

P: Ne, ale regionální filmový fond Krakov má velmi dobře nastavená kritéria pro poskytování finanční podpory, jelikož už funguje velmi dlouho. Myslím si, že se v posledních 3 letech nic nezměnilo.

- **Máte nějaké návrhy pro zvýšení atraktivity FD a pro zvýšení podpory pro FP v kraji?**

Č: Kancelář, kde zaměstnají profíka ve filmovém průmyslu, který s tím umí pracovat a ví koho kontaktovat, jezdí také na různá setkání producentů, umí propagovat kraj. Né úředníka co jen formálně potvrzuje a jinak se o filmový průmysl nezajímá.

P: Respondent nevedl odpověď.

7.2.1 Komparace Moravskoslezské a Malopolské instituce

V této podkapitole bude provedena komparace názorů zástupců filmového průmyslu v Moravskoslezském kraji a Malopolském vojvodství.

Tabulka 9 - Komparace současných názorů zástupců filmového průmyslu na podporu FP ve vybraných regionech (Vlastní zpracování)

Kritéria komparace	Moravskoslezský kraj	Malopolské vojvodství
Současná situace v podpoře filmového průmyslu v regionu	Dvě formy podpory, městská – filmová komise v Ostravě, krajská – po splnění kritérií kraje je možné získat podporu	Podpora od filmové komise v Krakově – každoroční soutěž o financování filmového projektu, Fond pro mezinárodní spolupráci
Uskutečňované aktivity v regionu na podporu FP a FD	Kino na hranici – největší přehlídka v kraji. Location tour pořádané filmovou komisí v Ostravě.	Filmový festival Krakov a mnoho dalších akcí zaměřených na podporu filmového průmyslu.

Kritéria komparace	Moravskoslezský kraj	Malopolské vojvodství
Hodnocení podpory FP na národní úrovni	Czech film commission propaguje filmové pobídky zahraničním štábům a láká je tím do ČR. Poskytuje veškeré informace ohledně natáčení v ČR. Podporuje filmaře v průběhu natáčení.	Film commission Poland propaguje veškeré dostupné financování filmových projektů v Polsku. Propaguje a láká do Polska zahraniční produkce. Poskytuje veškeré informace ohledně natáčení v Polsku. Podporuje filmaře v průběhu natáčení.
Hodnocená podpory FP na regionální úrovni	Nejsou nastaveny vhodné parametry pro producenty, podporu schvalují úředníci-nejsou kompetentní. Z tohoto důvodu tato podpora není atraktivní pro producenty.	Region pomáhá ve formě financování regionálního filmového fondu. Otevřenost při zprostředkování potřebných povolení.
Hodnocení podpory FP a FD prostřednictvím regionální filmové komise	Komise má omezené finanční prostředky, malá propagace FD. Nevyužitý potenciál populárních FD. Podpora skrz Location tour. Podpora zahraničních produkcí při natáčení v regionu.	Podporuje skrz regionální filmový fond, propagace prostřednictvím světových festivalů, např. Cannes. Podpora zahraničních produkcí při natáčení v regionu.
Hodnocení využitých podpor při natáčení za poslední 3 roky	Podpora neroste, je to stále velmi podobné, návratnost by měla být větší- stagnuje.	Dobře nastavená kritéria pro poskytování finanční podpory, dlouhodobá tradice. Za poslední tři roky bez výrazné změny.

Nyní se podíváme na společné a rozdílné znaky obou srovnávaných názorů.

Současná situace v regionu

- Společné znaky: V obou regionech je v současné době podporován filmový průmysl regionální filmovou komisí. V Krakově je nutné projít soutěžními koly pro získání finanční podpory.
- Rozdílné znaky: Krakovská filmová kancelář disponuje fondem pro mezinárodní spolupráci.

Uskutečňované aktivity v regionu na podporu FP a FD

- Společné znaky: Oba dva regiony uskutečňují mnoho akcí zaměřených na rozvoj filmového průmysl, každý má však jiné cíle a zaměření.
- Rozdílné znaky: Krakov je v pořádání těchto akcí aktivnější.

Podpora FP národní filmovou komisí

- Společné znaky: V obou regionech působí filmové komise, jež mají také za cíl propagovat filmové pobídky zahraničním štábům a poskytnout jim možnost natáčet ve svých regionech.
- Rozdílné znaky: Žádné rozdílné znaky nemají.

Regionální podpora FP

- Společné znaky: Oba dva regiony finančně podporují filmový průmysl, každý však jinak důsledně.
- Rozdílné znaky: Polský region má kompetentní zaměstnance, jež rozhodují o finanční podpoře. Oproti českému regionu, který je méně lákavý pro tuzemské producenty. Zaměstnanci nejsou příliš kompetentní v rozhodování finanční podpory (v uměleckém směru).

Hodnocení podpory prostřednictvím regionální filmové komise

- Společné znaky: Oba regiony propagují své FD a snaží se o jejich zviditelnění v rámci prostředků, kterými disponují. Jedná se tak i o podporou zahraničních produkcí při natáčení v daných regionech.
- Rozdílné znaky: Polsko má daleko větší propagaci FD, česká filmové komise má omezené prostředky a FD tak trpí nevyužitým potenciálem.

Hodnocení využitých podpor při natáčení za poslední 3 roky

- Společné znaky: V obou regionech byla podpora za poslední tři roky producenty několikrát využita. Zájem o finanční podporu se za tuto dobu nijak razantně nemění a zůstává stejný.
- Rozdílné znaky: Na polské straně je však zájem o finanční podporu daleko vyšší a stagnující stav nezapříčiňuje malou návratnost, tak jako je to v českém regionu.

8 KOMPARACE SOUČASNÉHO STAVU PODPORY FILMOVÉHO PRŮMYSLU A FILMOVÝCH DESTINACÍ VE VYBRANÝCH REGIONECH

Tato kapitola se bude zabývat konečnou komparací filmového průmyslu a filmových destinací v Moravskoslezském kraji a Malopolském vojvodství.

Pro možnou komparaci celkového stavu zjištěných analýz je třeba si vymezit konečné hodnotící kritérium komparace.

Tabulka 10 - Komparace současného stavu podpory filmového průmyslu a filmových destinací ve vybraných regionech (Vlastní zpracování)

Hodnotící Kriteria	Moravskoslezský kraj	Malopolské vojvodství
Současná socioekonomická situace v regionu	Region má 1250 tis. obyvatel, hlavní město Ostrava má 307 tis. obyvatel. Zhruba 35 % zabírají lesy a horské oblasti. MSK je jedním z nejdůležitějších průmyslových regionů ve střední Evropě. Dostatek technicky založených zaměstnanců. Průměrná hrubá mzda 23,5 tis. Kč, nezaměstnanost 7,9 %. Nejvyšší podíl obyvatel má středoškolské vzdělání s výučním listem.	Vojvodství má 3,4 mil. obyvatel, hlavní město Krakov má 756 tis. obyvatel. Zhruba 28,6 % zabírají lesy a horské oblasti. Vojvodství je považováno za jedno z nejatraktivnějších v Polsku. Průměrná měsíční mzda je 23,9 tis. Kč. (3,88 tis. PLN). Nezaměstnanost je 8,5 %. Nejvyšší podíl obyvatel má středoškolské vzdělání s maturitou.
Podpora filmového průmyslu v regionu	Soutěž Film-Friendly Region - účelem je vyznačení regionů, kde jsou nejlepší podmínky pro natáčení, zajištěná mediální podpora výherci. Kraj nemá ve svém rozpočtu významně vysokou	Národní filmová soutěž pro regiony – účelem je natáčet filmy, které svým obsahem propagují region, finanční podpora vyhraného projektu. Regionální filmový fond Krakov – podpora až do

	částku pro podporu (7,75 tis. Kč), ale po splnění krajských kritérií je schopen dohromady uvolnit maximálně 200tis. Kč, které jsou čerpány z rezerv rozpočtu.	výše 50 % rozpočtu filmu-každoročně pořádaná soutěž o finanční podporu. Celková finanční podpora regionu je 22,64 mil. Kč. (3,68 mil. PLN)
Hodnotící Kritéria	Moravskoslezský kraj	Malopolské vojvodství
Filmové školy v regionu	V regionu jsou pouze dvě střední školy, které se jen lehce zabývají filmovým průmyslem.	Ve vojvodství se nachází dohromady pět filmových škol.
Financování filmová komise	Financování je součástí rozpočtu marketingového oddělení magistrátu Ostravy.	Financování z regionálního filmového fondu Krakova, který je financován malopolským vojvodstvím.
Činnosti filmové komise	Přilákat produkce z ostatních regionu ČR a ze zahraniční. Podpora při celém procesu natáčení a to od vyhledávání lokací, získání povolení přes koordinaci komunikace s úřady, zajištění místních služeb po podporu postprodukce a následné publicity projektu. Tři podpořené filmy.	Přilákat produkce z ostatních regionu Polska a ze zahraniční. Podpora při celém procesu natáčení a to od vyhledávání lokací, získání povolení přes koordinaci komunikace s úřady, zajištění místních služeb po podporu postprodukce a následné publicity projektu. Dvačet podpořených filmů. Financování skrz regionální filmový fond a mezinárodní filmový fond. Člen EUFCN, KIPA, AFCI a CineRegio.
Filmové destinace	Filmová kancelář v Ostravě	Filmová kancelář v Krakově

	nabízí 14 možných lokací.	nabízí 44 možných lokací.
Hodnotící Kritéria	Moravskoslezský kraj	Malopolské vojvodství
Marketing FD a FP v regionu	Location tour (druhý ročník). Propagování lokací skrz pořádané akce ne vždy filmového záměru (Colors of Ostrava). Propagace prostřednictvím webu, tiskových zpráv, sociálních sítí. Prostřednictvím národních filmových organizací- na jejich webu a sociálních sítích.	Propagace na nejvýznamnějších filmových festivalech a marketech- Cannes a Berlinale. Pořádá ročně 21 akcí propagující FD a FP. Vytvořeno propagační video filmových destinací. Propagace prostřednictvím webu, tiskových zpráv, velká podpora na sociálních sítích. Prostřednictvím národních filmových organizací- na jejich webu a sociálních sítích. Skrz každoročně pořádaných soutěží o finanční podporu.
Pořádané aktivity v regionu podporující FD a FP	Location tour. Kino na hranici.	Konference filmového cestovního ruchu – Film tourism – 150 % of Film in the Region. Dohromady za rok pořádá kolem 21 akcí podporující FP a FD.

Pozn.: Měna přepočítána pomocí kurzu národní banky (6,1510 PLN).

Nyní se podíváme na společné a rozdílné znaky obou srovnávaných regionů.

Současná socioekonomická situace v regionu

- Stejně znaky: Regiony mají zhruba stejné množství lesů a horských oblastí. Regiony poskytují přibližně stejný průměrný měsíční plat.
- Rozdílné znaky: Malopolské vojvodství má přibližně dvakrát více obyvatel než Moravskoslezský kraj, stejně jako v hlavním městě regionu je koncentrace obyvatel

o mnoho vyšší. Moravskoslezský kraj je průmyslovým regionem, a má o 0,6 % nižší nezaměstnanost než Malopolské vojvodství. Vzdělanější region je Malopolské vojvodství s převahou obyvatel se středoškolským vzděláním s maturitou.

Podpora filmového průmyslu v regionu

- Stejně znaky: Jak v Polsku, tak v Česku se pořádají filmové soutěže pro regiony s výhrou regionální podpory a to buď finanční v Polsku, nebo mediální podporou v Česku.
- Rozdílné znaky: Popisované soutěže mají rozdílný charakter – v Česku se označuje region s nejlepšími podmínkami pro natáčení (Film-Friendly region), v Polsku je snaha o zvýšení počtu filmů, které propagují region. Nejvýraznější rozdíl je v rozpočtu regionu na podporu filmového průmyslu. Malopolské vojvodství disponuje rozpočtem s 22,64 mil. Kč na rok, Moravskoslezský kraj má v rozpočtu vymezenou minimální částku 7,75 tis. Kč a je schopno uvolnit z rezerv rozpočtu 200 tis. Kč.

Filmové školy v regionu

- Stejně znaky: V obou zmíněných regionech jsou zastoupeny filmové školy.
- Rozdílné znaky: V Moravskoslezském kraji jsou pouze dvě střední školy, které se jen lehce zabývají filmovým průmyslem (obor multimediální tvorba). Malopolské vojvodství poskytuje výběr z pěti vysokých a středních škol kde se dá studovat filmový průmysl ve všech možných oborech.

Financování filmové komise

- Společné znaky: Obě komise jsou svým způsobem financovány z krajského rozpočtu, Film Ostrava je plně financován Magistrátem města Ostravy, jelikož spadá do rozpočtu marketingového oddělení, Krakovská komise je financována regionálním fondem Krakova, který je spolufinancován Malopolským vojvodstvím.
- Rozdílné znaky: Krakovská komise je financována i z jiných zdrojů než krajských.

Činnosti filmové komise

- Stejně znaky: Komise mají stejný cíl přilákání produkcí z ostatních regionů a ze zahraničí do svého regionu. Podporují produkce při celém procesu natáčení (od vyhledávání lokací, přes koordinaci komunikace s úřady a vyřizování povolenek až po podporu postprodukce a následné publicity projektu.

- Rozdílné znaky: Filmová komise v Ostravě podpořila za poslední tři roky tři celovečerní filmy, Krakovská komise podpořila dvacet filmů. Filmová komise v Krakově poskytuje financování skrz regionální filmový fond a nově mezinárodní filmový fond. Komise je členem mezinárodních organizací EUFCN, KIPA, AFCI a CineRegio.

Filmové destinace

- Stejně znaky: Filmové komise v Ostravě i v Krakově propagují FD na svých webových stránkách.
- Rozdílné znaky: Krakovská filmová komise nabízí o 30 filmových destinací víc než filmová komise v Ostravě.

Marketing FD a FP v regionu

- Stejně znaky: Filmové komise používají podobné marketingové nástroje k propagaci FD a FP jako například webové stránky komisí, tiskové zprávy, sociálních sítí a také prostřednictvím národních filmových organizací (např. národní filmová komise). Ke své propagaci využívají pořádané filmové akce v regionu, které podporují FD a FP.
- Rozdílné znaky: Filmová komise v Krakově propaguje své destinace a celkovou činnost komise na nejvýznamnějších filmových festivalech (Cannes, Bearlinale), a také mají vytvořeno propagační video klíčových filmových destinací. Dalším zdrojem propagace pro Krakovskou filmovou komisi je každoročně pořádané soutěže o finanční podporu filmového projektu.

Pořádané aktivity v regionu podporující FD a FP

- Stejně znaky: V obou zmíněných regionech je snaha o pořádání aktivit, které podporují FD a FP.
- Rozdílné znaky: Malopolské vojvodství pořádá až 21 aktivit podporující FD a FP za rok.

8.1 Závěrečné shrnutí komparace

Z pohledu výše uvedeného vyplývá, že Malopolské vojvodství má výrazně rozvinutější strukturu podpory filmového průmyslu a marketing filmových destinací na profesionální úrovni. Moravskoslezský kraj podstatně zaostává za Malopolským vojvodstvím ve většině

hodnotících kritérií. Z těchto důvodů se další kapitola zabývá návrhem projektu na podporu vybraných filmových destinací v Moravskoslezském kraji, který napomáhá v propagaci regionu, filmových destinací a rozvoji filmového průmyslu.

9 NÁVRH PROJEKTU NA PODPORU VYBRANÝCH FILMOVÝCH DESTINACÍ V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI

V poslední kapitole této bakalářské práce bude navržen projekt na podporu vybraných filmových destinací v Moravskoslezském kraji. Za pomoci výsledků kvalitativního výzkumu a následné komparace s Malopolským vojvodstvím, byl zjištěn současný stav Moravskoslezského kraje, který dopadl v mnoha kritériích komparace podprůměrně. Projekt bude formou soutěže představovat možnost využití vybraných filmových destinací nejen k propagaci regionu, ale také k podpoře filmových štábů nebo jednotlivých kameramanů.

9.1 Představení projektu

Navržený projekt má formu krajské soutěže. Hlavním cílem této soutěže je natočit krátký jednodominutový propagační snímek na osm vybraných filmových destinací jako nástroj propagace regionu a jednotlivých destinací a následné zvýšení atraktivity pro české a zahraniční produkce. Tuto soutěž bude zastřešovat Filmová kancelář v Ostravě – Film Ostrava, která funguje dle mého výzkumu pod marketingovým oddělením Ostravského Magistrátu a navrhovaný projekt dobře zapadá do aktivit kanceláře.

Destinace budou vybrány ve spolupráci Filmové kanceláře Film Ostrava a destinační agentury, popřípadě krajského úřadu Moravskoslezského kraje.

Pro kompletní návrh projektu, navrhuji těchto 8 typových filmových destinací, včetně jejich pořadí v propagačním videu:

1. Přehrada – vodní nádrž Šance, Beskydy
2. Historie – zámek, Hradec nad Moravicí
3. Příroda – Beskydy
4. Industrial – Dolní Vítkovice Ostrava
5. Průmyslové post-socialistické město – Ostrava
6. Zatopený lom – Šífr u Opavy
7. Malebné město – Štramberk
8. Venkov – Dolní Lomná

Obrázek 3 - Obrázek vybraných destinací (Vlastní zpracování)



ZDŮVODNĚNÍ

Malopolské vojvodství disponuje propagačním videem těch nejlepších a nejzajímavějších filmových destinací regionu. Video je velmi vhodným marketingovým nástrojem pro přilákání producentů, jelikož dokáže vzbudit zájem produkčních a ti si dokáží lépe představit, jak by mohly natáčené scény vypadat.

CÍLOVÁ SKUPINA

Soutěž je určena zejména mladým nebo začínajícím filmařům. Koná se převážně pro štáby/kameramany z Moravskoslezského kraje. Kromě primárního cíle propagace regionu by tento projekt měl pomáhat začínajícím filmařům, kteří si snímek mohou zařadit do svého portfolia nebo na sebe upozornit a případnou výhru využít pro založení vlastního podnikání. Přihlásit se mohou také štáby z ostatních krajů České republiky.

SOUTĚŽNÍ KOLA

Soutěž bude rozdělena do dvou kol:

První kolo – zaslání přihlášky, životopisu a dvou ukázek předešlé tvorby. Porota vybere 10 nejlepších přihlášených kameramanů/štábů, kteří postoupí do druhého kola.

Druhé kolo – natočení propagačního videa pro 8 vybraných filmových destinací s termínem odevzdání výsledného snímku do jednoho měsíce.

HARMONOGRAM

První soutěžní kolo bude probíhat v elektronické podobě. Ukázky předešlé tvorby budou zaslány poštou nahrané na DVD.

Po vyhodnocení 1. kola budou přihlášení účastníci vyrozuměni elektronickou poštou o výsledcích.

Vybraní kameramani/štáby budou pak mít jeden měsíc na natočení potřebných záběrů na vybraných destinacích a na finální zpracování soutěžního snímku.

Finální soutěžní snímky pak budou zaslány na DVD filmové kanceláři v Ostravě.

První soutěžní kolo bude probíhat v elektronické podobě. Ukázky předešlé tvorby budou zaslány poštou nahrané na DVD. Pro přihlášení se do soutěže a vložení ukázek předešlé tvorby bude vytvořeno webové rozhraní na stránkách Filmové kanceláře – Film Ostrava.

Po vyhodnocení 1. kola budou přihlášení účastníci vyrozuměni elektronickou poštou o výsledcích.

Vybraní tvůrci/štáby budou pak mít jeden měsíc na natočení potřebných záběrů na vybraných destinacích a na zpracování soutěžního snímku.

Vyhodnocení druhého kola bude provedeno společně s účastníky soutěže, kdy porota po zhlédnutí soutěžního snímku slově ohodnotí daný výtvar a poskytne tvůrci zpětnou vazbu. První tři snímky pak budou zařazeny do programu zmíněné akce Location tour Ostrava, kdy se pozvaní producenti budou moci seznámit i s lokacemi mimo Ostravu, případně i oslovit filmaře, kteří je ze soutěžních snímků zaujmou pro možnou spolupráci.

Obrázek 4 - Harmonogram soutěže (Vlastní zpraování)

	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc	5. měsíc
Organizační příprava akce	■				
Progace soutěže v mediích		■			
Přihlášení soutěžících			■		
Vyhodnocení 1. kola a vyhlášení výsledků			■		
Natáčení propagačního snímku				■	
Vyhodnocení 2. kola					■
Závěrečné vyhlášení výsledků					■

HODNOTÍCÍ KRITÉRIA A PRAVIDLA

Porota se bude skládat ze tří členů, které zvolí Filmová kancelář - Film Ostrava.

Prvním hodnotícím kritériem bude dodržení požadovaných parametrů propagačního snímku, tzn. natočení všech 8 vybraných destinací, dodržení stopáže v rozsahu jedné minuty (povolený přesah maximálně 10s) a dodržení termínu pro zpracování snímku a jeho předání organizátorům soutěže.

Druhým hodnotícím kritériem bude kvalita soutěžního snímku s ohledem na zadání soutěže – tedy představení Moravskoslezského kraje a vybraných destinací, zejména s ohledem na využití ve filmové tvorbě.

PŘÍNOS PRO VÝHERCE

- Vítězný snímek bude využit jako hlavní marketingový nástroj filmových destinací v Moravskoslezském kraji. Vzhledem k tomu, že se jedná o první takový počin v rámci ČR, dá se předpokládat, že počet zhlédnutí bude vysoký a že to bude znamenat i jistou mediální pozornost pro výherce a celkovou propagaci jeho štábu nebo jeho samého.
- Filmová kancelář Film Ostrava také podpoří daný štáb/kameramana v další tvorbě v případech, kdy bude natáčet na území Moravskoslezského kraje.
- Finanční odměna pro daný štáb/kameramana.
- Sponzorské dary – zde by se fundraising zaměřil především na oslovování obchodů s kamerami a jeho příslušenstvím, a obchody s počítačovými programy pro střih a úpravu videa – pokud by se podařilo dostat od sponzorů např. kameru, předplatné IT programu na střih videa na rok nebo jakýkoliv jiný hodnotný dar, finanční odměna by se snížila.

9.2 Přínosy a rizika soutěže

V této kapitole budou popsány přínosy, které by navrhovaná soutěž mohla přinést regionu a také vymezena rizika, která by mohla nastat v průběhu pořádání této soutěže pro filmové štáby/kameramany.

Přínosy:

Ekonomický přínos:

- Účast filmařů nejen z Moravskoslezského kraje, ale z celé České republiky. Pokud se jim zalíbí destinace, mohou zde později natáčet nebo je následně doporučit ostatním filmovým produkcím.
- Národní a zahraniční filmové produkce si budou moci lépe představit filmové destinace v kraji a rozhodnout se pro natáčení v regionu.
- Využití lokálních podniků při pořádání soutěže.
- Zvyšování konkurenceschopnosti regionu.

Sociální přínos:

- Zviditelnění účastníků soutěže možným zájemcům o spolupráci
- Zvýšení atraktivity filmařů – příspěvek do jejich portfolia
- Nové možnosti pro vítěze soutěže

Marketingový přínos:

- Propagace kraje a jednotlivých vybraných destinací, možný dopad na zvýšení nejen filmového cestovního ruchu
- Zvýšení atraktivity Moravskoslezského kraje pro filmové produkce (české i zahraniční), využití výhody prvního regionu s propagačním videem filmových destinací.
- Zvýraznění Moravskoslezského kraje jako Film Friendly Regionu

Rizika Projektů:

Komunikační rizika:

- Nedostatečná komunikace během příprav projektu

Sociální rizika:

- Málo přihlášených štábů/kameramanů do soutěže
- Změny vnějších okolností a podmínek ze strany kraje

Technologická rizika:

- Technické problémy štábu/kameramanů
- Ztráta nebo poškození dat

Externí rizika:

- Nepříznivé počasí při natáčení
- Problémy s povolením pro natáčení v jednotlivých destinacích
- Dostupnost jednotlivých lokací
- Velká vzdálenost mezi destinacemi a tím následné zvýšení nákladů pro filmaře

Interní rizika:

- Změny v projektu během jeho přípravy
- Nízká podpora ze strany sponzorů (dopad na zvyšování celkových nákladů projektu)

ZÁVĚR

Filmový průmysl prochází, stejně jako jakákoliv jiná technologie, neustálým vývojem, který mění jak produkci, tak i jeho distribuci. Neustále se rozvíjí podpora a způsoby financování filmového průmyslu, zvyšuje se konkurenceschopnost a propagace filmových destinací. Proto je podstatné se neustále vyvíjet a zjišťovat nové metody rozvoje a podpory filmového průmyslu a filmových destinací.

Na základě tohoto mínění byl hlavní cíl této bakalářské práce vymezen jako komparace filmového průmyslu a filmových destinací v Malopolském vojvodství a Moravskoslezském kraji. Z poznatků získaných za pomoci komparace navrhnout projekt pro možné zlepšení tohoto stavu. Tento cíl se mi povedlo splnit za pomoci již zmíněné komparace současného stavu, kterou se zabývám v 7. a 8. Kapitole. K provedení důsledné komparace mi pomohly strukturované rozhovory kvalitativního výzkumu, které byly vedeny se zástupci filmového průmyslu a filmových komisí v Moravskoslezském kraji a Malopolském vojvodství.

Před možným zpracováním praktické části práce, bylo třeba zpracovat teoretickou část a tím vymežit a diskutovat teoretické poznatky filmového průmyslu a filmových destinací, podpory a současných trendů tohoto průmyslu na Evropské, Polské a České úrovni k pochopení daného tématu a problematiky.

V úvodu praktické části byla zpracována současná socioekonomická situace, na kterou navazuje analýza rozvoje filmového průmyslu a filmových destinací ve zvolených regionech. Sedmá kapitola ukazuje výsledky strukturovaných rozhovorů na úrovni filmových regionálních komisí a úrovni regionálních zástupců filmového průmyslu, obě tyto části jsou následně komparovány. Všechny zmíněné kapitoly úzce souvisí s 8. kapitolou, kde jsou využity pro hlavní výzkumnou část této práce. Komparace byla provedena za předem stanovených kritérií v podobě dílčích cílů bakalářské práce.

Závěr praktické části se věnuje návrhu zpracovaného projektu, na vylepšení zjištěné situace v Moravskoslezském kraji. Navrhuje projekt ve formě soutěže deseti mladých filmařů, kteří mají za úkol natočit propagační snímek osmi vybraných filmových destinací. Výherní snímek by se použil jako hlavní nástroj propagace filmových destinací, regionu a také zmíněného výherce.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje:

ANDERSEN, Arthur, 1996. *The European Film Production Guide: Finance, Tax, Legislation*. 1st ed. New York: Routledge, 480 p. ISBN 0-415-13665-2

BEETON, Sue, 2005. *Film-induced Tourism*. 2nd ed. Clevedon: Channel View Publications, 270 p. ISBN 1-84541-014-9

FORD, Charles a Robert M. HAMMOND, 2009. *Polish film: a twentieth century history*. London: Eurospan, 331 p. ISBN 978-0-7864-4677-3

HALTOF, Marek, 2008. *Krzysztof Kiesłowski a jeho filmy*. Praha: Casablanca, 220 s. ISBN 978-80-903756-7-3

KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6

LUKEŠ, Jan, 2013. *Diagnózy času: český a slovenský poválečný film (1945-2012)*. V Praze: Sloart, 480 s. ISBN 978-80-7391-712-8

MONACO, James, 2004. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. Praha: Albatros, 735 s. ISBN 80-00-01410-6

ROESCH, Stefan, 2005. *The Experiences of Film Location Tourists*. 1st ed. Buffalo: Channel View Publications, 248 s. ISBN 18-454-1122-6

THOMPSON, Kristin a David BORDWELL, 2011. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. 2., opr. vyd. V Praze: Akademie múzických umění, 840 s. ISBN 978-80-7331-207-7

VICAN, Tomáš, 2011. *Výzkum využití marketingových aktivit pro úspěch filmu a využití filmu pro podporu produktu, odvětví a oblasti*. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 56 s. ISBN 978-80-7454-346-3

Internetové zdroje

All school art. *Digital Opens Doors on a Global Cinema* [online]. 2002 – 2016 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.allartschools.com/global-impact-american-film/>

APA [online]. 2016, [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: <http://www.asociaceproducentu.cz/cz#hlavni>

Cinepur. *Studie o ekonomickém přínosu kinematografického průmyslu/tak trochu zbytečná čísla?* [online]. 2006, [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=1104>

CFK [online]. 2016, [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/>

ŠILAROVÁ, Hana. Cinepur. *VOD DISTRIBUCE, UVÁDĚNÍ A SLEDOVÁNÍ FILMŮ* [online]. 2015 [cit. 2016-03-03]. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=3258>

Aktuálně [online]. 2016, [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/kde-se-v-cesku-zije-nejlepe-velke-porovnani-kraju-podle-24-k/r~56723dfad18711e5aa720025900fea04/>

Strategie konkurenceschopnosti. *Strategie konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu 2011 – 2016* [online]. 2010, [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Strategie-konkurenceschopnosti-ceskeho-filmoveho-prumyslu-2011---2016_1.pdf

SFK-zákon [online]. 2012, [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-496>

Státní Fond Kinematografie. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu za rok 2011* [online]. 2012, [cit. 2016-04-06]. Dostupné z: <http://www.fondkinematografie.cz/assets/media/files/ppfp/vyhodnoceni-ppfp-2011.pdf>

FilmOVA [online]. 2015, [cit. 2016-04-30]. Dostupné z: <https://film.ostrava.cz/index.php/cz/>

Friendly [online]. 2015, [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://filmfriendly.cz/index.php?id=pravidla-souteze>

FCP [online]. 2014, [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://filmcommissionpoland.pl/>

GIBOLA. *Studie pro potřeby vytvoření programu zmapování a analýzy potřeb* [online]. 2007, [cit. 2016-04-04]. Dostupné z: https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/studie_mapovanipotreb-31.pdf

Historie ČR. *Historie – základní vývoj tendence české kinematografie v letech 1945 – 2009 a jejich vyhodnocení* [online]. 2009, [cit. 2016-04-06]. Dostupné z: https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/priloha-koncepce-3-1-historie-zakladni-vyvojove-tendence-ceske-kinematografie-v-letech-1945-2009-a-jejich-vyhodnoceni-1549.pdf

HELENA, Uldrichová. Cinepur. Přiblíží se česká kinematografie *standardům platným v EU?* [online]. 2006, [cit. 2016-05-02]. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=1102>

Kvantitativní výzkum. *Kvantitativní výzkum 1 - Uvod* [online]. 2013 [cit. 2016-05-05] Dostupné z: <http://www.survio.com/cs/blog/serialy/kvantitativni-vyzkum-1-uvod#.VzlqOoSLTIU>

Kreativní Evropa MEDIA [online]. 2014, [cit. 2016-04-06]. Dostupné z: <http://www.mediadeskcz.eu/o-programu/>

MLPV [online]. 2016, [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://malopolskie.pl/Lang/en/>

MSK [online]. 2014, [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <http://www.regionalnirozvoj.cz/index.php/moravskoslezsky-kraj.html>

Moderní dějiny [online]. 2009 – 2016 [cit. 2016-04-30]. Dostupné z: <http://www.moderni-dejiny.cz/rubrika/166-dejiny-polska/>

EUFCN [online]. 2015, [cit. 2016-04-04]. Dostupné z: <http://www.eufcn.net/about-us>

Iluminace [online]. 2006, [cit. 2016-05-28]. Dostupné z: http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/obsahy/lachman_cenzura_3_06.pdf

PISF [online]. 2015, [cit. 2016-05-06]. Dostupné z: <http://en.pisf.pl/>

PFC [online]. 2011, [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://en.film-commission.pl/>

PPFP [online]. 2016, [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/program.html>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AFCI	Association of Film Commissioners International
EUFCN	European Film Commissions Network
EFA	Evropská filmová akademie
EHP	Evropský hospodářský prostor
CFP-E	Commercial film producers of Europe
CEPI	European coordination of independent producers
FIAPF	International federation of film producers associations
ČR	Česká republika
PL	Polská republika
FD	Filmové destinace
FP	Filmový průmysl
MSK	Moravskoslezský kraj

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Mapa evropských států, které uvažují o zavedení pobídek (Strategie konkurenceschopnosti, 2010)	32
Obrázek 2 - Regionální filmová komise Polska (FCP, 2014).....	42
Obrázek 3 - Obrázek vybraných destinací (Vlastní zpracování)	74
Obrázek 4 - Harmonogram soutěže (Vlastní zpracování)	75

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1- Dopad filmového cestovního ruchu (Hudson, Ritchie, 2006).....	23
Tabulka 2 - Uznatelné projekty v rámci žádostí o finanční pobídky (CFK, 2016)	35
Tabulka 3 - Uznatelné náklady a výše vratek (CFK, 2016).....	35
Tabulka 4 - Rozdělení finančních prostředků operačních programů na rok 2016 (PISF, 2016)	39
Tabulka 5 - Poskytnuté dotace v období 2014 - 2016 (PISF, 2015).....	41
Tabulka 6 - Výše přidělené finanční podpory vítězům regionální soutěže v roce 2015 (PFC, 2011)	50
Tabulka 7 - Financování filmů z Krakovského regionálního fondu (FCP, 2011)	50
Tabulka 8 - Komparace současné situace Ostravské a Krakovské filmové komise (Vlastní zpracování)	57
Tabulka 9 - Komparace současných názorů zástupců filmového průmyslu na podporu FP ve vybraných regionech (Vlastní zpracování)	63
Tabulka 10 - Komparace současného stavu podpory filmového průmyslu a filmových destinací ve vybraných regionech (Vlastní zpracování).....	67

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1- Formy filmového turismu (Connell, 2006)	18
Graf 2 - Globální streamování Netflixu v mld. dolarech (Netflix, 2015).....	22
Graf 3 - Přehled výdělků na filmování v ČR (CFK, 2015).....	33
Graf 4 - Vývoj vyplacených pobídek produkčnícím v mil. Kč (CFK, 2016)	34
Graf 5 - Výše žadatelů o stipendium (PISF, 2015).....	40
Graf 6 - Podíl občanů dle nejvyššího ukončeného vzdělání v MSK (MSK, 2014).....	45

