

Analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji

Aneta Krajičková

Bakalářská práce
2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu
akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Aneta Krajčková**
Osobní číslo: **M16823**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Definujte pojem cestovního ruchu a filmový cestovní ruch.

II. Praktická část

- Analyzujte filmový cestovní ruch ve Zlínském kraji.
- Navrhněte možnosti na zlepšení atraktivnosti ve Zlínském kraji v rámci filmového cestovního ruchu.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

- BEETON, Sue. Film-induced tourism. Buffalo: Channel View Publications, c2005, 270 s. ISBN 18-454-1015-7.
BERGAN, Ronald. Film: historie, žánry, světový film, režiséři od A do Z, 100 nejlepších filmůl. Praha: Slovart, 2008, 528 s. ISBN 978-80-7391-136-2.
KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 978-80-244-5189-3.
KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
MONACO, James a David LINDROTH. Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004, 735 s. ISBN 80-00-01410-6.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Martin Horák
Ústav managementu a marketingu
Datum zadání bakalářské práce: 7. ledna 2019
Termín odevzdání bakalářské práce: 14. května 2019

Ve Zlíně dne 7. ledna 2019

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

Ing. Jiří Bejtkovský, 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 pokud – pokud-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

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce je zaměřena na analýzu filmového cestovního ruchu. Práce je rozdělena do dvou částí – na část teoretickou a praktickou. První kapitola teoretické části se věnuje definici cestovního ruchu, jeho klasifikaci a vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu. Další část je zaměřena na filmový cestovní ruch, na jeho definici, typologii účastníka, přínosy a negativa filmového cestovního ruchu pro region a filmový cestovní ruch v České republice. V praktické části je analyzován současný stav filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji, a následně je sestavena SWOT analýza v rámci šetření dané problematiky. Dále je provedeno dotazníkové šetření, které je následně vyhodnoceno. Ze SWOT analýzy vychází návrhová část práce, ve které se formulují návrhy a doporučení za účelem zlepšení současného stavu.

Klíčová slova: cestovní ruch, filmový cestovní ruch, filmové festivaly, SWOT analýza, Zlín

ABSTRACT

This bachelor thesis is focused on analysis of film tourism. The work is divided into two parts - theoretical and practical. The first chapter of the theoretical part deals with the definition of tourism, its classification and basic concepts of tourism. The rest of the theoretical part is focused on film tourism, its definition, participant typology, benefits and negatives of film tourism for the region and film tourism in the Czech Republic. In the practical part is analyzed the current state of film tourism in the Zlín region, and then there is a SWOT analysis in the survey of the given issue. There is a questionnaire survey, which is subsequently evaluated. The SWOT analysis is based on the proposal part of the work, in which I formulate suggestions and recommendations to improve the current situation.

Keywords: tourism, film tourism, films festivals, SWOT analys, Zlin

Poděkování, motto a čestné prohlášení, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická, nahraná do IS/STAG jsou totožné ve znění:

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

OBSAH

ÚVOD	8
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 CESTOVNÍ RUCH	11
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU	11
1.2 KLASIFIKACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	13
1.2.1 Formy cestovního ruchu.....	13
1.2.2 Druhy cestovního ruchu	13
1.3 ZÁKLADNÍ POJMY V CESTOVNÍM RUCHU	14
2 FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH	16
2.1 DEFINICE FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	16
2.2 TYPOLOGIE ÚČASTNÍKA FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	18
2.3 PŘÍNOSY FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU PRO REGION	18
2.4 NEGATIVA FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU PRO REGION.....	20
2.5 FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH VE SVĚTĚ	20
2.5.1 Nový Zéland.....	21
2.5.2 Velká Británie	22
2.5.3 Tunisko.....	23
2.6 FILMOVÉ FESTIVALY	25
2.6.1 Benátský filmový festival	25
2.6.2 Filmový festival v Cannes.....	26
3 FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICĚ	27
3.1 PODPŮRNÉ ORGANIZACE FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	27
3.1.1 Czech Film Commission	27
3.1.2 Agentura CzechTourism	28
3.2 NEJZNÁMĚJŠÍ FILMOVÉ LOKALITY	28
3.3 FILMOVÉ FESTIVALY	30
3.3.1 Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary.....	30
3.3.2 Mezinárodní filmový festival Praha – Febiofest.....	30
II PRAKTICKÁ ČÁST	32
4 ANALÝZA FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU VE ZLÍNSKÉM KRAJI	33
4.1 FILMOVÁ MÍSTA ZLÍNSKÉHO KRAJE.....	33
4.2 AKTIVITY A ORGANIZACE V KRAJI PODPORUJÍCÍ FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH	33
4.2.1 Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež Zlín.....	34
4.2.2 Letní filmová škola Uherské Hradiště.....	34
4.2.3 Zlínská filmová kancelář.....	35
4.2.4 Zlínský kreativní klastr	35
4.3 SWOT ANALÝZA FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU VE ZLÍNSKÉM KRAJI	35
4.4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	36
4.4.1 Demografická část.....	37
4.4.2 Část týkající se filmového cestovního ruchu	39

5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ	46
ZÁVĚR	48
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	49
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	52
SEZNAM OBRÁZKŮ	53
SEZNAM TABULEK	54
SEZNAM PŘÍLOH	55

ÚVOD

Tématem této bakalářské práce je analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Cílem mé práce je vymezit a definovat základní pojmy spojené s filmovým cestovním ruchem, dále zpracovat analýzu filmového cestovního ruchu a nastínit návrhy a doporučení v rámci této problematiky. Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou.

Teoretická část je zaměřena na vysvětlení pojmu cestovní ruch a jeho klasifikaci. Dále je zde charakterizován pojem filmový cestovní ruch, a s ním jsou spojeny přínosy filmového cestovního ruchu pro region. Jedna z kapitol je věnována filmovému cestovnímu ruchu ve světě, kde jsou uvedeny nejznámější lokality, které se objevily v úspěšných filmech. Filmovým cestovním ruchem se zabývá další část této kapitoly a jsou zde uvedeny podpůrné organizace, které se věnují české kinematografii. V závěru teoretické části jsou popsána nejznámější filmová místa v naší republice.

Praktická část se věnuje analýze filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Jsou zde uvedeny významné lokality, které se objevily ve filmech či seriálech. Je zpracována SWOT analýza a následné dotazníkové šetření. V návrhové části mé bakalářské práce uvádím opatření, která dle mého názoru, přispějí k lepší atraktivnosti dané lokality a zvýší tak návštěvnost Zlínského kraje.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat současný stav filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Smyslem této práce je rozšířit povědomí o filmovém cestovním ruchu a zvýšit návštěvnost dané lokality.

V teoretické části bude proveden průzkum literárních pramenů týkající se oblasti cestovního ruchu a následně filmového cestovního ruchu.

Podklady pro vytvoření této části jsou čerpány z knižních zdrojů od autorů zabývajících se danou problematikou.

Cílem praktické části je analyzovat filmový cestovní ruch ve Zlínském kraji. Charakterizovat aktivity a organizace podporující filmový cestovní ruch v daném kraji a následně navrhnout, na základě zjištěných poznatků, doporučení vedoucí ke zlepšení filmového cestovního ruchu v této lokalitě.

Pro zpracování praktické části jsou použity dostupné informace z webových stránek Zlínské filmové kanceláře, Zlínského filmového festivalu pro děti a mládež a Letní školy Uherské Hradiště. Je zde vytvořena SWOT analýza, která poslouží ke zpracování návrhové části bakalářské práci.

Cílem dotazníkového šetření je zjistit znalost respondentů o filmovém cestovním ruchu. Dotazník je zpracován pomocí online formuláře.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch se stal globálním fenoménem dnešní doby. Týká se téměř všech lidí – ať už vystupují v roli účastníků cestovního ruchu nebo v roli místního obyvatelstva v střediscích cestovního ruchu, nebo také v roli zaměstnanců služeb v oblasti cestovního ruchu. Na cestovní ruch se pohlíží jako na „všelék“, který může vyřešit problémy rozvoje každého města, lokality či regionu. Téměř ve všech strategických rozvojových dokumentech na různých úrovních se hovoří o potřebě rozvíjet cestovní ruch a o potřebě podporovat jeho rozvoj. (Kotíková, 2017)

Indrová (2009) píše, že cestovní ruch je nejen stále významnější složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby účast na cestovním ruchu mohla být vůbec realizována, je ji třeba zabezpečit širokou škálou ekonomických činností, ať už potřebou nebo službou. Odvíjí se to ze skutečnosti, že účast na cestovním ruchu je realizována mimo trvalé bydliště. Do míst cestovního ruchu se lidé musí přepravit, musí jim být vytvořeny podmínky pro jejich pobyt, pro samotné využití volného času, které je vlastním motivem účasti na cestovním ruchu. Tím se cestovní ruch stává i důležitou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové.

A zároveň definuje, že cestovní ruch slouží:

- jako způsob uspokojování potřeb,
- jako oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, a jako významná součást ekonomiky společnosti. (Indrová, 2009)

1.1 Definice cestovního ruchu

Na dnešní pojem cestovní ruch existuje mnoho definic. Cestovní ruch se projevuje v mnoha formách, proto je velmi obtížné ho jedinečně a přesně definovat.

Goeldner, Ritchie (2014) přičítají tuto nejednoznačnost definic velkému progresu, jaký cestovní ruch v posledních letech zažil. Goeldner, Ritchie (2014, s. 3) píše „*cestovní ruch přímo kypí růstem, novými aktivitami, novými destinacemi, technologiemi, novými trhy a překotnými změnami.*“

V některých publikacích bývá cestovní ruch označen slovem turismus. Slovo turismus pochází z francouzského slova Tour neboli cesta (Kotíková, 2013). Autorka uvádí, že

začátek cestovního ruchu v teoretické disciplíně je spjat se jmény Kurta Krapfa a Waltera Hunzikera, kteří definují cestovní ruchu jako: „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti*“ (Kotíková, 2013, s. 8)

Podle Mezinárodního sdružení expertů v cestovním ruchu AIEST, je cestovní ruch definován jako „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání*“ (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 18).

Schwartzhoffová (2013) píše, že cestovní ruch je spojován s cestováním osob, jež ve svém volném čase cestují do míst mimo jejich trvalé bydliště na dobu kratší než je jeden rok, za účelem zábavy nebo služebních cest.

Problém správné terminologie v oblasti cestovního ruchu a nesprávné používání pojmu „turistika“ zmiňuje i Nejdler (2011), který cestovní ruch charakterizuje jako „*ekonomicko-sociální kategorii, resp. ucelený systém množství aktivit a vzájemných vazeb, které vytvářejí bohatě strukturovanou pavučinu, soubor vztahů a více či méně pevných a unikátních nebo širěji platných vazeb, přičemž tyto vzájemné vztahy a vazby se jednak opakují a mají všeobecnou platnost, jednak se jedná o vazby a vztahy jedinečné, odvislé od charakteristiky jednotlivých míst cestovního ruchu včetně sociální situace a času*“ (Nejdler, 2011, s. 8). Tento autor také označuje turistiku jako pohybovou aktivitu spojenou s přesunem konkrétní osoby z jednoho místa na druhé, přičemž tento pohyb vyžaduje vynaložení vlastní energie, nebo energie zvířat ovládaných přesouvající se osobou. Jedná se o uspokojování lidské potřeby zaměřené na vyžití prostřednictvím aktivního sportu, fyzického pohybu, který může být spojen i s novým poznáním (Nejdler, 2011).

Významnou událostí se stala konference Světové organizace cestovního ruchu (WTO) v Ottawě v roce 1991, na které byla formulována definice cestovního ruchu, ale byla přijatá až o dva roky později. „*Cestovní ruch představuje činnost lidí spočívající v cestování a pobytu v místě mimo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely*.“ (Kotíková, 2013, s. 10)

Kotíková (2013) tvrdí, že cestovní ruch nemůžeme hodnotit pouze jako jev, jako je tomu u definice WTO, musíme zohlednit i skutečnost, že je důležitou součástí ekonomiky a významným společenským fenoménem. Vedle tohoto vymezení můžeme cestovní ruch chápat i jako označení pro teoretickou nebo vědeckou disciplínu.

1.2 Klasifikace cestovního ruchu

Klasifikace cestovního ruchu se snaží o jeho bližší vymezení, jeho rozčlenění a identifikaci podle určitých znaků. V souvislosti s klasifikací cestovního ruchu se můžeme setkat s členěním cestovního ruchu na formy a druhy cestovního ruchu. (Kotíková, 2013)

Mnoho autorů používá toto členění, ale většinou se liší, jak definují formy a druhy cestovního ruchu. Pro následující vymezení klasifikace cestovního ruchu jsem se řídila podle autorů J. Vystoupila (2011) a od H. Kotíkové (2013).

1.2.1 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu umožňují lépe určit jeho podstatu z hlediska potřeb a cílů účastníků. Vystoupil (2011) uvádí, že hlavním kritériem je motivace návštěvníka. Mezi základní motivace cestovního ruchu patří odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi. Základní formy jsou:

- **Rekreační** - přispívá k regeneraci, reprodukci fyzických a duševních sil člověka. Ve vhodném rekreačním prostředí (vody, lesy, hory).
- **Kulturně - poznávací** - cílený na poznávání historie, kultury, zvyků apod.
- **Sportovně – turistický** - využívá zájmu lidí o aktivní odpočinek, aktivní účast na sportovních činnostech.
- **Léčebný a lázeňský cestovní ruch** - zaměřen na léčbu, prevenci, relaxaci jednotlivce. (Vystoupil, 2011)

Kotíková (2013) ve své publikaci definovala specifické formy cestovního ruchu jako nové trendy v nabídce cestovního ruchu, které jsou například gastronomický, dobrodružný, dobrovolnický cestovní ruch a další.

1.2.2 Druhy cestovního ruchu

Základním kritériem je „*jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky.*“ (Vystoupil, 2011)

Druhy můžeme rozdělit podle vztahu k platební bilanci, podle místa převažující realizace služeb, podle způsobu financování, podle délky pobytu, podle způsobu účasti, podle počtu účastníků, podle ročního období, podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí. Jednotlivé druhy se dále ještě člení. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Například druhy podle vztahu k platební bilanci můžeme rozdělit na domácí cestovní ruch, který se vztahuje na osoby trvale sídlící v zemi, které cestují uvnitř země a nepřekračují její hranice. Dále pak na zahraniční cestovní ruch, ve kterém turisté překračují hranice jednoho či více států. A tranzitní cestovní ruchu se týká cestujících, kteří projíždí přes území jednoho státu do jiného cílového státu. (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011)

1.3 Základní pojmy v cestovním ruchu

V souvislosti s pojmem cestovní ruch, byly vymezeny i další pojmy, které se vztahují především k podrobnějšímu rozlišení různých typů účastníků cestovního ruchu, a to jak v oblasti domácího, tak i mezinárodního cestovního ruchu.

Stálý obyvatel (rezident)

- v mezinárodním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku
- v domácím cestovním ruchu je to osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců. (Indrová, 2009)

Návštěvník (visitor)

- v mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje do jiné země, v které má své trvalé bydliště na dobu nepřekračující jeden rok, ale hlavní účel její cesty je jiný než vykonání výdělečné činnosti v navštívené zemi
- v domácím cestovním ruchu je návštěvníkem osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své bydliště na dobu kratší než šest měsíců a hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Indrová, 2009)

Turista (Tourist)

- v mezinárodním cestovním ruchu je to osoba, která cestuje do jiné země než v které má své obvyklé bydliště na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi
- v domácím cestovním ruchu je za turistu považována osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného životního prostředí na dobu

zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců a hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Indrová, 2009)

Výletník

- v mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje do jiné země, v které má své trvalé bydliště a běžné životní prostředí na dobu kratší než 24 hodin aniž by v navštívené zemi přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi
- v domácím cestovním ruchu je výletníkem osoba trvale usídlená v dané zemi, která cestuje do místa odlišného od místa jejího trvalého bydliště a běžného životního prostředí na dobu kratší 24 hodin aniž by v navštíveném místě přenocovala, hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Indrová, 2009)

2 FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH

Film, zpočátku nástroj k zobrazení skutečnosti na pohyblivých obrázcích, je dnes masový fenomén ovlivňující řadu lidí. Počátky se datují na 90. léta 19. století, kdy Thomas Alva Edison vynalezl svůj kinetoskop, tento přístroj dokázal průběžně předvádět obrázky. Dále na Edisona navázali Henry Reichenbach a Georgie Eastman, které napadlo zachytit fotografické obrázky na pružném celuloиду. (Bergan, 2008)

Největší průlom filmu nastal v roce 1920, kdy se začíná objevovat migrace filmařů do Hollywoodu, neboť pozice Spojených států ve filmu byla stále silnější. Této pozici velmi pomohla první světová válka, která značně poničila Evropu. (Monaco, 2004)

Filmová turistika je turistika, při které lidé navštěvují místa a destinace, které znají z filmových pláten či televize. Turisté navštěvují konkrétní lokality, které měli možnost vidět ve filmech. (Kotíková, 2013)

2.1 Definice filmového cestovního ruchu

Filmový cestovní ruch, jakožto relativně mladý pojem, vznikl jako reakce na popularitu filmu a televize. Definice filmového cestovního ruchu nejsou jednotné a zachytit tento pojem a pojmy s ním související je obtížné (Kotíková, 2013). Nicméně řada zahraničních autorů, mezi něž patří například Conell (2012), Karpovich (2010), Beeton (2005), se snažila tento pojem zachytit v teoretické rovině.

Za předchůdce filmového turismu se dá považovat literární cestovní ruch. Jedná se o formu cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni návštěvou míst děje významných románů a dalších literárních děl, případně i rodišť, míst pobytu a míst posledního odpočinku významných spisovatelů. (Kotíková, 2013)

(Beeton, 2005) používá pojmy *Film-induced* nebo *Movie-induced Tourism*, který zahrnuje cestovní ruch, jehož hlavním motivem je návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film. Jedná se o cestovní ruch, který je vyvolaný natočením určitého filmu. Podobný názor mají i Hudson a Ritchie (2006), kteří vymezují filmový turismus jako „*návštěva destinací nebo turistických zajímavostí jako důsledek toho, že byla lokalita představena ve filmu, v televizi, na videu nebo v kině*“.

Conell (2012) uvádí, že termín *Film-induced tourism* je často vykládán příliš úzce a přiklání se k pojmu *Film Tourism*. Tento pojem obsahuje kromě návštěvy filmových lokalit, také

například filmové festivaly, přehlídky, muzea, návštěvu filmových studií apod. Film Tourism poté, obdobně jako S. Hudson a J. Ritchie (2006a, s. 387), vymezuje jako „*návštěvu turistických destinací nebo atrakcí podnětenou v důsledku zhlédnutí pohyblivých obrazů, pod které zahrnuje jak filmy promítané v kinosálech i televizní pořady, tak jejich videozáznamy na DVD, Blu-Ray a dalších digitálních médiích.*“ Filmovou lokací rozumí reálnou fyzickou lokalitu, kde probíhalo natáčení filmu nebo televizního pořadu, nebo také lokalitu, kde se odehrává příběh filmu.

Jak již dříve bylo zmíněno, tak filmový cestovní ruch je jeden z novějších trendů, zatím mnoho autorů u nás tento pojem nedefinuje. Výjimku tvoří H. Kotíková (2013, s. 132), která přišla s vlastní definicí: „*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 obdobným audiovizuálním dílům.*“

Podle České centrály cestovního ruchu lze označit filmový cestovní ruch jako zajímavou rozvíjející se formu cestovního ruchu, jejíž hlavní náplní je cestování na místa, kde byly natáčeny známé české i zahraniční filmy nebo filmové série. (CzechTourism, 2019)



Obr.č. 1. Klasifikace filmové cestovního ruchu (Kotíková 2013, s. 135)

2.2 Typologie účastníka filmového cestovního ruchu

Typologie filmového turisty zdůrazňuje rozdíly v intenzitě vlivu filmu na návštěvnost dané lokality nebo na chování návštěvníků v dané lokalitě. Vychází z typologie kulturního turisty, kterou vypracovali McKercher & Du Cros (2003) a kterou ve své publikaci uvedla Kotíková (2013). Ve své typologii zohledňovali dvě základní kritéria: vliv kultury na návštěvnost daného místa a hloubku kulturního zážitku.

Náhodný filmový turista nevyhledává zážitky, které jsou spojeny s filmem. Může se ale stát, že v místě své dovolené navštíví místo nebo nějakou výstavu spojenou s filmem, aniž by to předem plánoval, vnímá to jako rozšíření nabídky v cílové destinaci. (Kotíková, 2013)

Příležitostný filmový turista má zájem o filmovou lokalitu, atraktivitu nebo událost, ale tento motiv není rozhodujícím faktorem cesty. Tento účastník cestuje například za rekreací, odpočinkem nebo za adrenalinovou náplní a v rámci dovolené navštíví konající se filmovou akci, a tím zvýší své uspokojení z dovolené. (Kotíková, 2013)

Vyhraněný filmový turista je turista, pro kterého je film hlavním důvodem návštěvy dané destinace, atraktivity nebo události. Jedná se např. o návštěvníky filmových festivalů nebo o návštěvníky, jejichž hlavním zájem o danou lokalitu byl vyvolán filmem. (Kotíková, 2013)

Význam filmu pro rozhodnutí o návštěvě destinace:

Nízký		Vysoký
Náhodný filmový turista	Příležitostný filmový turista	Vyhraněný filmový turista

Obr .č. 2. Typologie účastníka filmového cestovního ruchu (Kotíková, 2013, s.

136)

2.3 Přínosy filmového cestovního ruchu pro region

Jedním z hlavních ekonomických přínosů a faktorů cestovního ruchu vyvolané filmem je to, že se může jednat o celoroční návštěvnost dané lokality, a tím se zvyšuje celková návštěvnost země. Mezi další přínosy filmového cestovního ruchu patří daňové příjmy, vytváření nových

pracovních míst, podpora a vznik nových podnikatelských aktivit v oblasti cestovního ruchu, modernizace a nabídka cestovního ruchu. (Beeton, 2005)

Film nebo televizní seriál lze také marketingově využít pro vytvoření image a značky destinace cestovního ruchu. S. Hudson a J. Ritchie (2006) vidí přínos filmu také v rámci zvyšování zájmu o odlišné kultury a zachovávání kulturního dědictví, jelikož díky filmům získávají proslulost a atmosféru. (Kotíková, 2013)

Dopad návštěvníků na lokalitu:

Film/seriál	Místo	Dopad na počet návštěvníků
Statečné srdce	Pomník Williama Wallace, Skotsko	300% nárůst počtu návštěvníků rok po premiéře
Tanec s vlky	Fort Hayes, Kansas, USA	25% nárůst oproti 7% nárůstu za předchozí 4 roky
Dallas	Ranč Southfork, Dallas	500 000 návštěvníků za rok
Pán prstenů	Nový Zéland	10% nárůst návštěvníků z Velké Británie od roku 1998 do 2003
Gorily v mlze	Rwanda	20% nárůst v roce 1998
Krokodýl Dundee	Austrálie	20% nárůst amerických návštěvníků v letech 1981-1988
Pláž	Thajsko	22% nárůst na trhu mladých v roce 2000
Zachraňte vojína Ryana	Normandie, Francie	40% nárůst amerických návštěvníků
Pýcha a předsudek	Lyme Park, Cheshire, Anglie	150% nárůst návštěvníků
Mandolína kapitána Corelliho	Ostrov Kefalonie, Řecko	50% nárůst během tří let

Tabulka 1 Návštěvnost filmového cestovního ruchu, zdroj: Hudson & Ritchie (2006), upraveno H. Kotíkovou (2013, s. 137)

Dalším ekonomickým přínosem pro destinace cestovního ruchu představují také filmové festivaly. Užitek z tohoto krátkodobého typu turistické aktivity plyne zejména díky multiplikačním efektům dané akce, kdy návštěvníci v destinaci využívají ubytování, stravovací zařízení a další řadu služeb. (Beeton, 2005)

2.4 Negativa filmového cestovního ruchu pro region

Bongkosh & Rittichainuwat (2018) uvádí jako negativní faktory například konflikt, ztrátu pravosti a zneužívání přírodního a kulturního prostředí. Také ve své publikaci uvádí, že některé filmy představují negativní představy o dané zemi. Například Thajsko ve většině filmů vystupuje jako země drog, prostituce, kriminality a zneužívání zvířat.

Podle Connella (2012) jsou některé problémy, které v rámci filmového cestovního ruchu zasahují do regionů:

- zvýšené dopravní zácpy a nedostatečný počet parkovacích míst pro automobily turistů,
- problematika v destinacích, které nejsou připravené na náhlý příliv turistů, kteří se zajímají o určitý prvek dané oblasti,
- dopad na místní obyvatelstvo, narušení jejich soukromí,
- krádež materiálů z filmových míst,
- kulturní a prostorová přitažlivost, která vede ke vzniku konfliktu mezi hostitelskou komunitou a turisty,
- zvětšení sezónnosti v závislosti na trhu,
- nadměrné spoléhání na téma filmového cestovního ruchu a problémy s ním spojené,
- problematika udržení poptávky po turismu z dlouhodobého hlediska.

2.5 Filmový cestovní ruch ve světě

Ve světě se nachází opravdu mnoho zajímavých míst, které jsou známé díky svému působení v nějakém filmu nebo dokonce i seriálu. A právě jejich působení je schopno z neznámých míst udělat velmi oblíbenou destinaci, zvednout jejich vysokou návštěvnost určitých lokalit. Může se jednat o památky, přírodu, město či dokonce o celý stát. Do svoji práce jsem si vybrala tři významné lokality, které si myslím, že dostatečně proslavily dané země.

2.5.1 Nový Zéland

Nový Zéland je především znám díky trilogii *Pán Prstenů* a trilogii *Hobit*. V letech 2001, 2002 a 2003 byla v kinech představena fantasy trilogie *Pán Prstenů*, která byla natočena podle předlohy Tolkienova životního díla. Tento film se řadí mezi nejlepší filmy fantasy žánru, ale i mezi nejlepší filmy vůbec. To potvrzuje i skutečnost, že třetí díl této ságy obdržel 11 zlatých sošek, ve kterých byl nominován. Dohromady trilogie získala 17 Oskarů a řadí se spolu s filmem *Titanic* ke snímkům s rekordním počtem těchto ocenění. (Česko-Slovenská filmová databáze, 2019)

O deset let později se představila nová trilogie, která nese název *Hobit*. Ta se v kinech představila v letech 2012, 2013 a 2014 a vyvolala novou vlnu nadšení. Příběh se odehrává o pár let dříve než zmíněný *Pán prstenů*. Podle webu *Box Office Mojo* patří tato trilogie mezi třicítku světově nejvýdělečnějších filmů všech dob. (Box Office Mojo, 2019)

Hobitín se nachází na Severním ostrově Nového Zélandu 180 km od Aucklandu. Je to malá vesnička, kterou postavili pro trilogii *Pána prstenů*. Je však stále udržovaná, jako by tam doopravdy někdo bydlel, např. z komínů se kouří, na zahrádkách pěstují zeleninu, na šňůře suší hobití prádlo, špalky dřeva leží v kolečkách před domky. (CZECHKiwis, 2018)

Zajímavostí je, že po skončení natáčení areál částečně zbourali. Několik hobitích domečků ale zůstalo. Díky tomu vznikl nápad provádět tady návštěvníky, aby potenciál místa mohl být nějak využitý. V roce 2009 kvůli natáčení *Hobita* filmaři místo opravili a přistavěli i pár nových domků. Nyní je zde celkem 44 domečků. Od té doby popularita místa jen roste. V roce 2012 vznikl *Green Dragon* (Hostinec u Zeleného draka) coby přesná replika krčmy,

kde si můžete dát občerstvení, točené pivo a posedět u krbu jako ve filmu. *Hobitín* každoročně navštíví přibližně 350 000 turistů. (CZECHKiwis, 2018)



Obr. č. 3. – 6. *Hobitín z Pána Prstenů a Hobita*

2.5.2 Velká Británie

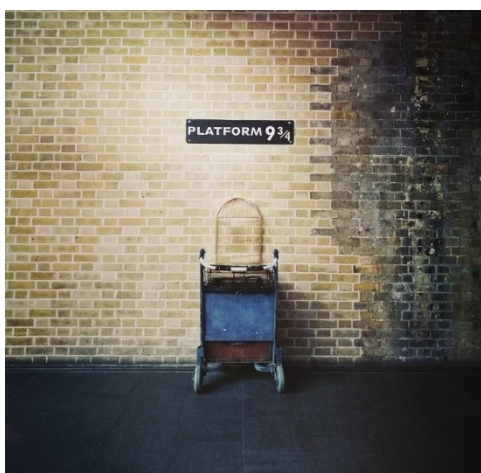
Jeden z nejznámějších filmů, který se natáčel ve Velké Británii, je bezesporu série o *Harrym Potterovi*. První díl šel do kin ve stejném roce jako *Pán Prstenů*, tedy roku 2001. Tato série se dočkala dalších sedmi pokračování, všechny díly měly mimořádný úspěch po celém světě. (Invia.cz, 2019)

Harry Potter proslavil mnoho míst v rámci celé Velké Británie. Velká část scén byla natočena nedaleko Londýna ve *Warner Brothers Studio*, poblíž města *Watford*. Tam je i možné zúčastnit se turistické prohlídky. Hrad *Alnwick*, který se nachází na severu Anglie, si zahrál Školu čar a kouzel v Bradavicích v prvních dvou filmech. K scénám zde natočeným patří např. Harryho první lekce famfrpálu nebo nouzové přistání létajícího Fordu Anglia. (Invia.cz, 2019)

Škola, jak ji vidíme ve filmech, je však ve skutečnosti několik různých lokalit mimo hlavní město. Pro zajímavost lze uvést, že pro školu čarodějů bylo použito až osm různých lokací jako například Opatství *Lacock* nebo *Oxfordská univerzita*. Natáčelo se v *Bodleyově knihovně* nebo v koleji *Christ Church*. Za zmínku stojí určitě také *Nádraží King's Cross*

v Londýně, kde Harry a jeho kamarádi nastupují na výjimečný vlak do školy čarodějů. Nástupiště 9 a $\frac{3}{4}$ samozřejmě neexistuje, pro fanoušky byla vybudována zeď s označením „Platform 9 $\frac{3}{4}$ “, z níž čouhá kousek vozíku s kufříky a ptačí klecí. V malebném obchodě si zájemci mohou koupit suvenýry z filmů. (Invia.cz, 2019)

Black Park, fanouškům známý jako „Zakázaný les“, se nachází v hrabství Buckinghamshire v jižní Anglii. Právě tady byla postavena *Hagridova bouda*, která se poprvé objevila v prvním díle *Harry Potter a Kámen mudrců* (2001). (Invia.cz, 2019)



Obr. č. 7.-9. Filmové lokality z filmu o Harrym Potterovi

2.5.3 Tunisko

Další fenomenální série, které se budu věnovat je *Star Wars*, v českém překladu Hvězdné války. Mnoho míst je vytvořeno na počítači, některá krásná místa, která ve filmu představují nejrůznější planety galaxie, nalezneme především v Tunisku. Toto prostředí je nejvíce ikonické pro planetu *Tatooine*. V abstraktním přenesení do samotného filmu jde o pouštní

planetu, která disponuje skromnými zásobami vody. Zajímavostí je, že série Star Wars není v Tunisku moc známá. (Losapos.com, 2019)

Zajímavé objekty se nachází na Džerbě, tedy na ostrově patřícímu k Tunisku. Nachází se zde obydlí *Obi-Wana Kenobiho*, starce, který je jednou z hlavních postav. Jako dům *Obi-Wana* posloužila jedna z mešit. Velmi bohatou a fanoušky *Star Wars* často navštěvovanou lokací je město Tozeur. Je to obrovské oázové město, které je proslavené tradiční architekturou, módou a řemeslem. Je zde k vidění např. dům hlavní postavy *Luka Skywalkera*. Jedná se o velké iglú, které bylo po natočení první trilogie odstraněno. Pro potřeby druhé trilogie však bylo znovu vybudováno. (Losapos.com, 2019)

Nedaleko se pak nachází lokace trhu Mos Espa, kde byl objeven *Anakin* jako mladý otrok. K vidění je zde opravdu mnoho míst známých z filmů Star Wars, například aréna létajících kluzáků či brány města Mos Espa. Dále jde o Medenine, lokace sledující život *Anakina* jako chlapce-otroka, se nachází na skutečné ulici s názvem Avenue 7 Novembre. Město nabízí pohled na opevněné sýpky, které v *Epizodě I* sloužily jako obydlí otroků. Jedna z nejslavnějších lokací celé ságy je město Matmata, kde interiér hotelu posloužil jako místo rodného domu *Luka Skywalkera* na planetě *Tatooine*. Záběry byly pořízeny v hotelu Sidi Driss a tudíž se nabízí možnost přespat v místech, ve kterých bydlel hlavní hrdina. V hotelu je k dostání také mnoho Star Wars suvenýrů či zajímavé menu, inspirované právě touto ságou. (Losapos.com, 2019)

Mimo jiné se tato sága natáčela po celém světě, např. Maledivy, Jordánsko, Abú Dabbí, Irsko a další významné lokality. (Losapos.com, 2019)





Obr. č.10.-13. Filmová místa z Tuniska

2.6 Filmové festivaly

Součástí filmového cestovního ruchu jsou i festivaly. Filmové festivaly jsou významnou kulturní událostí, protože přítomnost filmových hvězd a řady dalších významných hostů, a doprovodný program po celou dobu festivalu, přitahuje nespočet lidí. (Kotíková, 2013)

Festival je podle (Williams & Bowdin, 2007) definice „*tematickou nebo speciální událostí odehrávající se ve vymezeném čase, která se koná každoročně nebo méně často (a to i jednorázově) a na kterou je pozvána veřejnost.*“

Význam festivalů pro uchování místní kultury zmiňuje i etický kodex Mezinárodní asociace festivalů a událostí IFEA: „*festivaly, události a slavnosti jsou základními rozlišujícími znaky komunit a jejich vzájemného ovlivňování. Budoucí vývoj našich komunit a světa závisí částečně na existenci těchto slavnostních událostí.*“ (Patočka Jiří, 2017)

Na světě se koná velký počet filmových festivalů. Podle Kotíkové (2013) jsou populární filmové festivaly v Benátkách či v Cannes, které navštíví každoročně desetitisíce diváků. V mé práci jsou tyto dva festivaly představeny.

2.6.1 Benátský filmový festival

Benátský filmový festival byl v roce 1932 založen hrabětem *Giuseppe Volpi di Misurata*. Patří mezi světově nejproslulejší filmové festivaly a je mnoha autoritami považován za vůbec první akci svého druhu. (Carnival of Venice, 2019)

Benátský filmový festival se dříve jmenoval Mezinárodní přehlídka kinematografie umění a byl součástí 18. Benátského bienále. Festival se tehdy konal na terase hotelu Excelsior na benátském Lidu. Jako úplně první film byl dne 6. srpna 1932 v Benátkách uveden film *Dr Jekyll an Mr. Hyde*. Za zmínku určitě stojí i to, že tato filmová událost přilákala více než 25 tisíc diváků. (Carnival of Venice, 2019)

Druhý ročník festivalu se konal až o dva roky později, tedy v roce 1934. A až od roku 1935 se festival pořádá každý rok. (Carnival of Venice, 2019)

Mezi hlavní cenu, která je udílána nejlepšímu filmu festivalu, je *Leone d'Oro* (Zlatý lev). Festival se koná vždy na přelomu měsíce srpna a září na ostrově Lido v Benátkách. Promítá se v historických prostorách Palazzo del Cinema. A festival je součástí Venice Biennale. (Carnival of Venice, 2019)

2.6.2 Filmový festival v Cannes

Festival v Cannes na Azurovém pobřeží se koná každoročně v květnu. Byl založen Jeana Zaye, tehdejšího ministra pro výtvarné umění, který chtěl konkurovat již zmíněnému Benátskému festivalu. (EE.France, 2019)

První ročník Mezinárodního filmového festivalu byl původně plánován na září roku 1939, jenže kvůli válce byl zahájen až v roce 1946. Festival tehdy fungoval jako nezisková organizace. V roce 1948 a 1950 byl pro nedostatek finančních prostředků zrušen. Od roku 1952 je festival v Cannes každoročním setkáním světa filmu a výstup po schodech Festivalového paláce se stal opravdovým symbolem. (festival-cannes.com, 2019)

V počátcích byl festival spíše turistickou a společenskou událostí a měl charakter filmové přehlídky, protože cenu dostal skoro každý promítaný film. Později se díky velkému ohlasu a vzrůstajícímu počtu návštěvníků stal festival v Cannes mediálně nejznámější událostí filmového průmyslu vůbec. (festival-cannes.com, 2019)

Jen pro zajímavost, této události se každoročně účastní na čtyři tisíce novinářů, zatímco v Karlových Varech je to jen kolem tří set. Hlavní cenou je *Zlatá palma*. (EE.France, 2019)

3 FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE

Česká republika je producenty z celého světa považována za jednu z nejzajímavějších a nejvyhledávanějších filmových destinací pro natáčení. Mnoho zahraničních filmových studií i nezávislých produkčních společností mělo za posledních 20 let možnost ocenit úchvatné lokace, vysoce profesionální filmové štáby i kvalitní špičkové služby, kterými je Česká republika nyní známá v celém filmovém světě.

Do roku 2004 patřila Česká republika mezi nejvyhledávanější filmové destinace světa. V Evropě byla s výjimkou Velké Británie bez konkurence. Česko nabízelo kvalitní filmovou infrastrukturu, profesionální filmové štáby, různorodé lokace, tradice a zkušenost a přitom lepší ceny než v jiných zemích. Do tohoto období spadají největší filmové produkce natočené u nás, například *Mission: Impossible (1996)*, *Agent bez minulosti (2002)*, *Rytíři ze Šanghaje (2003)*, *Liga výjimečných (2003)*, *Hellboy (2004)*. (Státní fond kinematografie, 2019)

Od roku 2005 začala Česká republika tuto svou pozici vedoucího dodavatele filmových služeb ztrácet a přicházela o zakázky ve prospěch jiných zemí. Ačkoliv zde byla natočena řada úspěšných filmů jako bondovka *Casino Royale (2006)*, dva z filmů *Letopisy Narnie – Lev, čarodějnice a skříň (2005)* a *Princ Kaspián (2008)*, pokles obrátu v sektoru zahraniční produkce mezi lety 2003 a 2009 byl o 85%. (Státní fond kinematografie, 2019)

Od roku 2010 je Česká republika opět v hledáčku i těch největších světových producentů a obraty zahraniční produkce u nás pomalu stoupají. Do naší země se tak například vrátil čtvrtý díl řady *Mission: Impossible – Ghost Protocol (2011)*, dánská *Královská aféra (2012)*, thriller *Child 44 (2014)* nebo špionážní film *Unlocked (2015)*. (Státní fond kinematografie, 2019)

3.1 Podpůrné organizace filmového cestovního ruchu

3.1.1 Czech Film Commission

Czech Film Commission, která byla založena v roce 2004, podporuje natáčení zahraničních filmů v České republice. V roce 2013 se stala součástí Národního filmového archivu, je také členem mezinárodních filmových asociací. (Kotíková, 2013)

Od roku 2017 je součástí Státního fondu kinematografie. Cílem je pomáhat zahraničním filmovým tvůrcům např. vyhledávání lokalit pro natáčení, infrastrukturu a pomáhá

koordinovat jejich aktivity. Pracuje na zlepšení podmínek pro natáčení v České republice, s cílem dosáhnout stabilního a vstřícného filmařského prostředí, které je schopné konkurovat ostatním zemím. (Státní fond kinematografie, 2019)

Zahraničním producentům Czech Film Commission poskytuje:

- skutečné informace o podmínkách a možnostech filmování v ČR, od nutných povolení k natáčení, přes lokace až po aktuální právní předpisy,
- spolupráce s místními partnery, kontaktní informace na poskytovatele služeb,
- podporu při předběžných obhlídkách lokací,
- komunikace s národními a místními úřady,
- poradenství o finančních možnostech. (Státní fond kinematografie, 2019)

3.1.2 Agentura CzechTourism

Agentura CzechTourism je státní příspěvkovou organizací. Zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Základním cílem je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí, ale i v České republice. K dosažení tohoto cíle plní CzechTourism tyto hlavní úkoly. Koordinace činností v oblasti cestovního ruchu, jedná se např. o podporu všestranného rozvoje cestovního ruchu, spolupráci v oblasti cestovního ruchu s orgány státní správy a samosprávy, profesními organizacemi, školami a jinými institucemi. Další hlavním úkolem je destinační marketing, ten zahrnuje zajišťování, podporu a koordinaci marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu. Mediální prezentace ČR, odvětví cestovního ruchu i agentury CzechTourism má za úkol zabezpečování spolupráce s domácími i zahraničními novináři a médií. Informační podpora cestovního ruchu zahrnuje informační servis pro odvětví průmyslu cestovního ruchu v České republice a spolupráci při vytváření celostátního turistického informačního systému. Dalším úkolem jsou výzkumné a vzdělávací činnosti, ty zahrnují především přípravu, organizaci a provádění vzdělávacích činností v oblasti cestovního ruchu a služeb. A působí na českou veřejnost s cílem povzbudit vstřícné chování vůči zahraničním hostům a zdůraznění významu cestovního ruchu pro Českou republiku. Posledním hlavním úkolem je ekonomické a administrativní zajištění agentury. (Czech Tourism, 2019)

3.2 Nejznámější filmové lokality

České filmy se od začátku točily zejména v Praze, postupem času naše hlavní město začali využívat i zahraniční filmaři. Ukázalo se, že Praha je velmi atraktivní lokace a sloužit může

jak filmům historickým, tak současným. Jeden z nejoblíbenějších českých filmů *Pelíšky* se natáčel v Košířích ve Schodové ulici. Nachází se zde dům, ve kterém hrdinové bydleli a kde se odehrálo několik exteriérových scén. Marie Poledňáková točila řadu svých filmů hlavně v Praze. Na Ořechovce bydlela rodina doktora Alberta Horáka v úspěšné české komedii *S tebou mě baví svět*, ve filmu *Líbáš jako bůh* byly využity exteriéry na Letné či U Sovových mlýnů na Malé Straně. (Prague.eu, 2019)

Co se týká zahraničních filmů, tak naše hlavní město si zahrálo například v *Mission: Impossible* s Tomem Cruisem, jako agent obviněný ze zrady se proháněl po Karlově mostě a na Kampě. Hradčanské náměstí a zámek v Tróji si zahrály v amerických *Bídnících* z roku 1998. Staroměstské náměstí a pražské mosty zase vytvořily kulisu filmu akčního thrilleru *xXx* s Vinem Diezelem. V Praze se točil i kriminální thriller *Wanted*, kde hlavní roli hrála Angelina Jolie. Ve filmu *Amadeus* Miloše Formana hrála Praha roli Vídně. Filmem z pražských ulic je i romantická komedie *Princ a já*. Děj filmu se především odehrával na Hradčanské náměstí a jeho okolí. V červenci letošního roku půjde do kin *Spider-Man: Daleko od domova*, který se natáčel v Praze na Karlově mostě a mimo jiné také v Liberci. (Prague.eu, 2019)

Oblast Českého ráje je plná nádherných přírodních úkazů i míst z několika oblíbených českých filmů. Jedním z nich je třeba *Jak dostat tatínka do polepšovny*. Právě v Českém ráji učil tatínek Luboš svého nalezeného syna Vaška lézt po skalách. A právě v této lokalitě stále stojí i dědova chalupa. V Českém ráji se natáčela také pohádka *Princ Bajaja*, v lese u hradu Valdštejna zase film *Tajemství hradu v Karpatech*. A v novogotickém zámku Sychrov se natáčely se pohádky *Zlatovláska* a *Nesmrtelná teta*. Zámek se také stal natáčecí lokalitou seriálu *Tři mušketýři*. (filmovamista.cz, 2019)

Jižní Čechy patří mezi velmi oblíbené filmové a turisticky hodně navštěvované lokality. Kromě Českého Krumlova, Hluboké nad Vltavou, kde vznikly třeba filmy *Pyšná princezna*, *Pan Tau*, *Jen ho nechte, ať se bojí*, mohou turisté navštívit třeba Hoštice u Volyně. Tady natočil režisér Zdeněk Troška asi nejslavnější komedie *Slunce, seno* a z malé vesničky u Volyně udělal asi neznámější ves v Česku. Troška na jihu Čech také natočil komedie *Kameňák* a *Babovřesky*. (Jižní Čechy, 2019)

V oblasti jižních Čechách vznikla řada pohádek - *Princezna ze mlejna* nebo *Šíleně smutná princezna*, děj se odehrával na zámku Blatná. Pohádky *Lotrando a Zubejda* a *Sedmero*

krkavců se natáčely na hradě Zvíkov. Vodní mlýn Hoslovice je znám díky pohádce Jana Svěráka *Tři bratři*. (Jižní Čechy, 2019)

3.3 Filmové festivaly

V České republice je nejznámější karlovarský Mezinárodní filmový festival, který navštíví řada významných osobností, jak z České republiky, tak i ze zahraničí. Dalším známým filmovým festival je Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně a Filmová škola v Uherském Hradišti. Tyto dva festivaly jsem zařadila do praktické části své práce vzhledem k tomu, že se odehrávají ve Zlínském kraji.

3.3.1 Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary

Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary je největší filmový festival v České republice a také nejprestižnější filmový festival ve střední a východní Evropě. Patří mezi jeden z nejstarších filmových festivalů na světě. Např. filmaři, ale také novináři považují tuto událost za nejdůležitější událost ve střední a východní Evropě. (Kviff.com, 2019)

Festival představí každoročně přibližně 200 filmů z celého světa a pravidelně se na něm objevují slavní a významní filmoví tvůrci. (Kviff.com, 2019)

Festival vznikl jako druhá nejstarší filmová přehlídka v Evropě v roce 1946. Mezi hlavní charakteristiku patří divácká kulisa. Karlovarský festival každoročně vyznamenává nejvýznamnější osobnosti světového filmu cenou Křišťálový globus za mimořádný umělecký přínos světové kinematografii, touto cenou festival vyjadřuje uznání hercům a tvůrcům za jejich inspirativní práci v oblasti světového filmu. Slavní herci, kteří navštívili festival, jsou například John Travolta, Richard Gere. Mel Gibson, Robert Redford a další řada osobností. (Kviff.com, 2019)

3.3.2 Mezinárodní filmový festival Praha – Febiofest

Festival byl založen v roce 1993 nezávislou filmovou a televizní společností FEBIO Fera Feniče, původně pod názvem Mezinárodní přehlídka nezávislého filmu, televize a videa. Akce byla zpočátku pořádána téměř bez finanční podpory. Nejdříve se festival konal pouze v jednosálovém kině Euroklubu, v roce 1994 už se ale konal i na Slovensku. (Fenič, 2008)

Program festivalu zahrnuje filmy všech délek, žánrů a formátů. Festival probíhá ve 12 kinosálech v pražském multiplexu Cinestar Anděl. V roce 2005 festival promítal rekordních 336 filmů z 65 zemí. (Fenič, 2008)

Grand Prix festivalu náleží nejlepšímu filmu ze soutěžní sekce Nová Evropa. Uděluje se od 15. ročníku, konaného v roce 2008 a rozhoduje o ní 33členná festivalová porota, která je složena z filmových fanoušků v čele s čestným předsedou. V minulých letech to byli například Marta Kubišová, Jan Kaplický nebo Dagmar Havlová. (Febiofest, 2019)

Letošní 26. ročník Febiofestu proběhl od 21. do 29. března v Praze a od 1. dubna v ostatních městech České republiky. Každoročně festival nabídne zajímavý doprovodný program, např. Culinary Cinema. Jedná se o kulinářský večer, kde český šéfkuchař připravuje filmové menu a kulisu mu dělá promítání zahraničního filmu o vaření. (Febiofest, 2019)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA FILMOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU VE ZLÍNSKÉM KRAJI

4.1 Filmová místa Zlínského kraje

Ve Zlínském kraji se natáčelo několik známých filmů či seriálů. V této kapitole uvádím jen ty nejznámější filmové či seriálové lokality. Mým hlavním zdrojem při zpracování této části byla internetové stránka www.filmovamista.cz, kde se dají najít filmová místa, která se objevují ve filmu.

Jedno z nejznámějších míst je město Kroměříž. Filmaři si často vybírali k natáčení kulisy Arcibiskupského zámku, zahrad či historického centra. Natáčely se zde nejen české, ale i zahraniční snímky. Z českých filmů stojí za zmínku *Requiem pro panenku* nebo pohádka *Peklo s princeznou*, jejíž děj se především odehrával na zámku a jeho okolí. Zahraniční filmy, které se zde natáčely, jsou například oscarový snímek Miloše Formana *Amadeus*, ruský film *Jekatěrina*, *Královská aféra*, *Nehynoucí láska* a další. (mojekromeriz.cz, 2015)

Další filmovou lokalitou je hrad Buchlov, zde se natáčela pohádka *O statečném kovářovi* a historické drama *Bathory*. Na tomto hradě se také natáčel rodinný film *Poklad rytíře Miloty*. Zámek Buchlovice je znám díky pohádce od Zdeňka Trošky *Čertova nevěsta*. (mojekromeriz.cz, 2015)

Ze známých seriálů, které se ve Zlínském kraji natáčely, lze jmenovat *Četnické humoresky*, které se natáčely ve městě Kroměříž, v Uherském Hradišti nebo v Luhačovicích. Seriál *Raně U Zelené sedmy* se natáčel například ve Velkých Karlovicích. (filmová místa, 2019)

4.2 Aktivity a organizace v kraji podporující filmový cestovní ruch

Mezi významné aktivity konané ve Zlínském kraji je bezesporu Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež Zlín. Druhou aktivitou, která je zaměřena na současnou tvorbu a také odborné vzdělání organizátorů filmových klubů, je Letní filmová škola Uherské Hradiště.

Ve Zlínském kraji se také nachází organizace, které podporují filmový cestovní ruch. Jedná se o Zlínskou filmovou kancelář, která vznikla v roce 2016. A Zlínský kreativní klastr, který se zaměřuje na oblast designu, audiovize, marketingových komunikací a architektury.

4.2.1 Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež Zlín

Zlínský filmový festival je nejstarší, největší a nejvýznamnější filmovou přehlídkou svého druhu na světě. Vznikl v roce 1961. Jedná se o mezinárodní událost, která má velmi dobrou pověst. Každoročně festival uvádí přes 350 snímků z více než 50 zemí světa. Od roku 2010 přesahuje návštěvnost festivalu 95.000 dětí i dospělých. Hlavní cenou je Zlatý střevíček, cena je pro nejlepší hraný film pro děti i mládež. (Zlinfest, 2019)

V letošním roce proběhne již 59. ročník. Festival představí letos na 280 filmových snímků z 51 zemí světa. Kromě zástupců z klasických filmových velmocí nabídne divákům filmy z netradičních zemí, jako jsou Etiopie nebo Albánie. Festival odstartuje 24. května a potrvá do 1. června 2019. (Zlinfest, 2019)

Loňský ročník navštívilo 125 000 návštěvníků. Festival nabídl zajímavý program, jak filmový tak doprovodný. Součástí doprovodného programu bylo například vystoupení kapel nebo různé hry pro děti a mládež. Novinkou byla netradiční Industry party, která se uskutečnila v prostorách 94. budovy Svitů, kde vystupoval hip-hopový zpěvák Kapitán Demo. V rámci programu měli vystoupení také studenti ateliéru Design Fakulty multimediálních komunikací UTB, kteří předvedli módní přehlídku. ADO fashion show nabídla současné módní trendy, i trendy z historického období. Nechyběla ani barmanská show. (Zlinfest, 2019)

4.2.2 Letní filmová škola Uherské Hradiště

Letní filmová škola vznikla v roce 1964, kdy se promítaly umělecké filmy, na které divák běžně nemohl narazit, a přední filmoví odborníci vedli přednášky. Této akce se zúčastnilo necelých padesát filmových nadšenců. (lfs.cz, 2019)

Od roku 1978 se místa pořádání střídala, na začátku osmdesátých let, kdy se akce poprvé konala v Uherském Hradišti, se jí zúčastnilo více než 500 návštěvníků. Od roku 1993 je Letní filmová škola otevřena pro každého zájemce, zvýšil se počet promítaných filmů, festivalových hostů, rozšířil se i program odborný a doprovodný a zvýšil se počet promítacích míst. (lfs.cz, 2019)

Loňský 44. ročník navštívilo 5 100 návštěvníků. Uvedeno bylo 235 filmů, ve 307 projekcích, 62 položek odborného programu včetně 9 lekcí filmů. Dále se odehrálo 19 koncertů, 7 divadelních představení a 7 výstav. Filmový program byl rozdělen do tří hlavních bloků Historie, Současnost a Česko/Slovensko. (lfs.cz, 2019)

Letní filmová škola je dnes jednou z nejzásadnějších kulturních akcí, letošní ročník proběhne ve dnech 26. 7. – 3. 8. 2019. (lfs.cz, 2019)

4.2.3 Zlínská filmová kancelář

Zlínská filmová kancelář svou činnost zahájila 1. prosince 2016. Kancelář spolupracuje s národní filmovou kanceláří CZECH FILM COMMISSION, se zájmovými organizacemi Zlínska, ale také s Univerzitou Tomáše Bati. Nachází se v areálu zlínských filmových ateliérů. (Zlín Film Office, 2019)

Kancelář má vlastní webové stránky a sociální sítě. Na svých webových stránkách nabízí pro filmaře – katalog lokací. Katalog nabízí řadu zajímavých lokalit. Ať už se jedná o přírodu, obce, hrady, zámky či církevní památky. Další možnost, co kancelář nabízí, je kontakt k pronájmu filmových ateliérů. Zlín Film Office připravuje tiskové zprávy, které jsou rozesílány novinářům a partnerům v regionu. Tiskové zprávy pak přebírají regionální média. (Zlín Film Office, 2019)

Zlínská filmová kancelář se podílela na významných projektech, jako jsou například *Metanol (2018)*, *Hodinářův učeň (2018)* nebo *Zátopek (2019)*. (Zlín Film Office, 2019)

4.2.4 Zlínský kreativní klastr

Zlínský kreativní klastr je první klastr v České republice zaměřený na kreativní průmysly. Klastr byl založen v lednu 2016 v návaznosti na předchozí činnost nezávislé pracovní skupiny Kreativní Zlín. Ta vznikla v září 2014 z podnětu Statutárního města Zlína. (Kreativní Zlín, 2019)

Mezi hlavní cíle Zlínského klastru patří např. vytváření podmínek pro udržení kreativní třídy v regionu, rozvíjet poptávku po kreativním produktu a uvolnit kreativitu veřejnosti. (Kreativní Zlín, 2019)

Mezi členy klastru patří např. FILMFEST, s.r.o., FILMOVÉ ATELIÉRY, s.r.o., Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně nebo také Fakulta managementu a ekonomiky, UTB. (Kreativní Zlín, 2019)

4.3 SWOT analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji

V rámci své bakalářské práce jsem se rozhodla zpracovat SWOT analýzu, znázorňuje ji Tabulka č. 2.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Každoroční pořádání Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež Zlín • Letní filmová škola v Uherském Hradišti • Filmové ateliérů Zlín • Zlínská filmová kancelář • Bohatá filmová historie a tradice • Vhodné lokality na natáčení filmů či pohádek (hrady, zámky,...) • Fakulta Multimediálních komunikací • Lázeňské město Luhačovice 	<ul style="list-style-type: none"> • Menší město • Malá propagace města (reklama) • Nízké povědomí o lokalitě (památky, příroda) • Filmová mapa Zlínského kraje • Celoroční propagace dané destinace • Délka pobytu návštěvníků • Podpora kraje
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Geografická poloha (Bílé Karpaty, Hostýnské vrchy) • Spolupráce s jinými filmovými festivaly • Spolupráce se zahraničím • Zvýšení zaměstnanosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurence (ostatních krajů v ČR, zahraničí) • Snížení rozpočtu Státního fondu kinematografie (snížený počet podpořených filmových projektů)

Tabulka 2 SWOT analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji

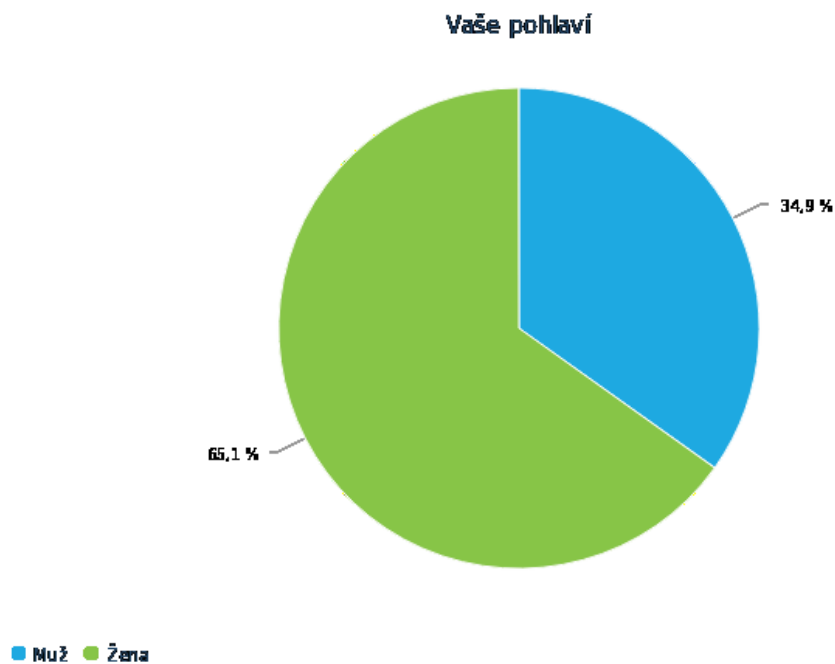
4.4 Dotazníkové šetření

Získávání dat pro dotazníkové šetření probíhalo prostřednictvím kvantitativního internetového výzkumu, který se uskutečnil prostřednictvím portálu *survio.com*. Šlo tedy o online dotazník, který jsem rozeslala konkrétním lidem, a také zveřejnila na *facebooku* pro náhodné respondenty. Dotazník obsahoval celkem 12 otázek, na které odpovědělo celkem 109 respondentů. Dotazníkové šetření probíhalo v období 22. 04. – 28. 04. 2019.

Z celkového počtu 12 otázek bylo 9 otázek uzavřených. Respondenti zde mohli zvolit pouze 1 odpověď. Dále zde byly 3 otázky otevřené. Jedna z otázek se ptala, zda respondenti znají

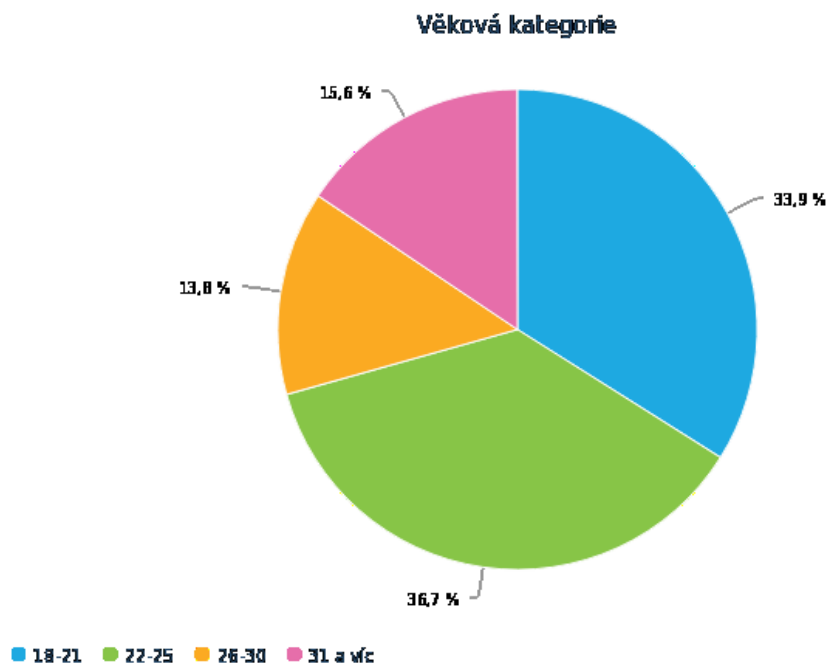
filmové lokality v ČR, kde se natáčel český nebo zahraniční film. Další otevřená otázka se ptala na to, zda znají filmové lokality, kde se natáčel úspěšný film. A poslední otázka se týkala toho, jakou filmovou lokalitu by chtěli respondenti navštívit. Dotazník také obsahoval 1 polootevřenou otázku. Respondenti zde mohli zvolit 1 nebo více odpovědí, nebo připsat odpověď vlastní. Dotazník byl anonymní.

4.4.1 Demografická část



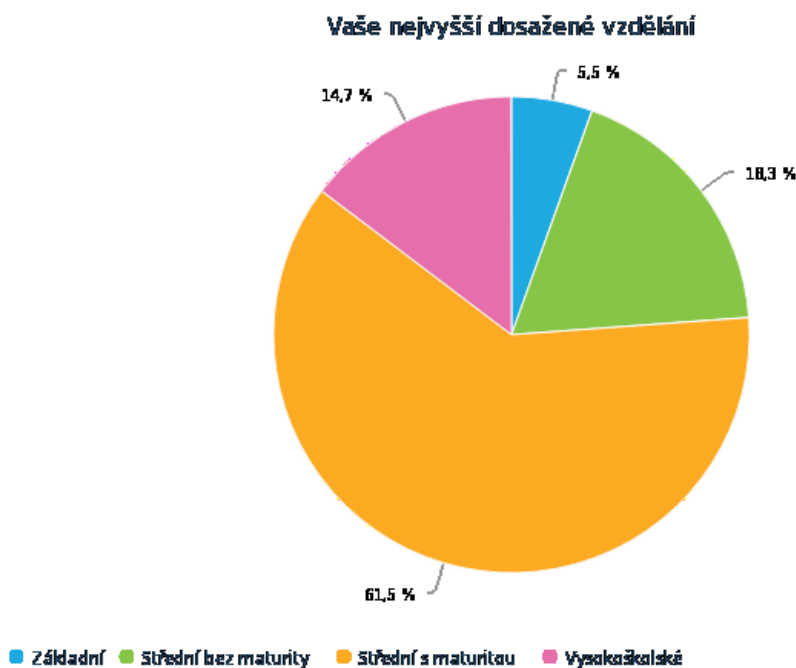
Obr. 14. Vaše pohlaví (vlastní zpracování)

Graf (Obr. 14) ukazuje, že na dotazníkovém šetření se podílely více ženy než muži. Celkem se jednalo o 65,1 % žen (71 respondentek) a 34,9 % mužů (38 respondentů).



Obr. 15. Věková kategorie (vlastní zpracování)

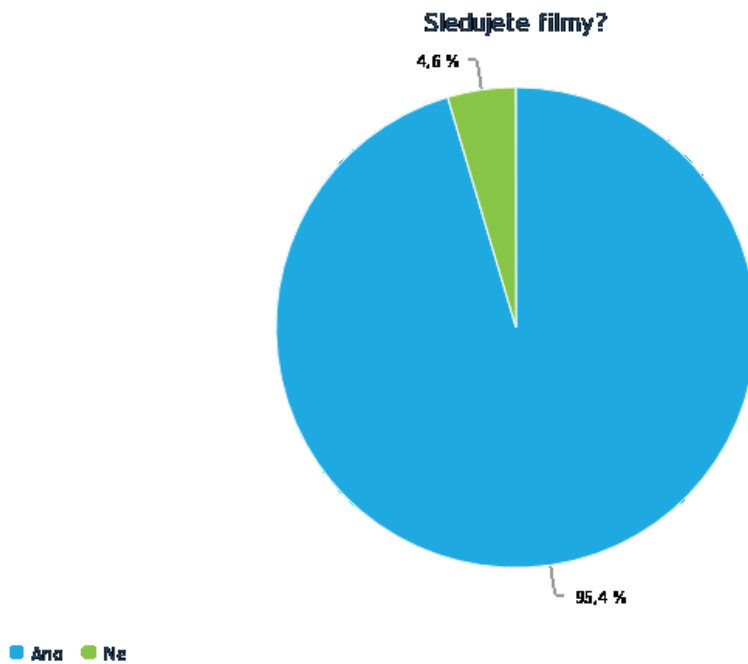
Z následujícího grafu (Obr. 15) vyplývá, že většina respondentů byla ve věkové kategorii 22-25 let (36,7 %, 40 respondentů). Vzápětí se za touto skupinou umístila věková kategorie ve věku 18-21 let (33,9 %, 37 respondentů). Následuje věková kategorie ve věku 31 a více (15,6 %, 17 respondentů). S nejmenším počtem respondentů byla skupina ve věku 26-30 let (13,8 %, 15 respondent).



Obr. 16. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání (vlastní zpracování)

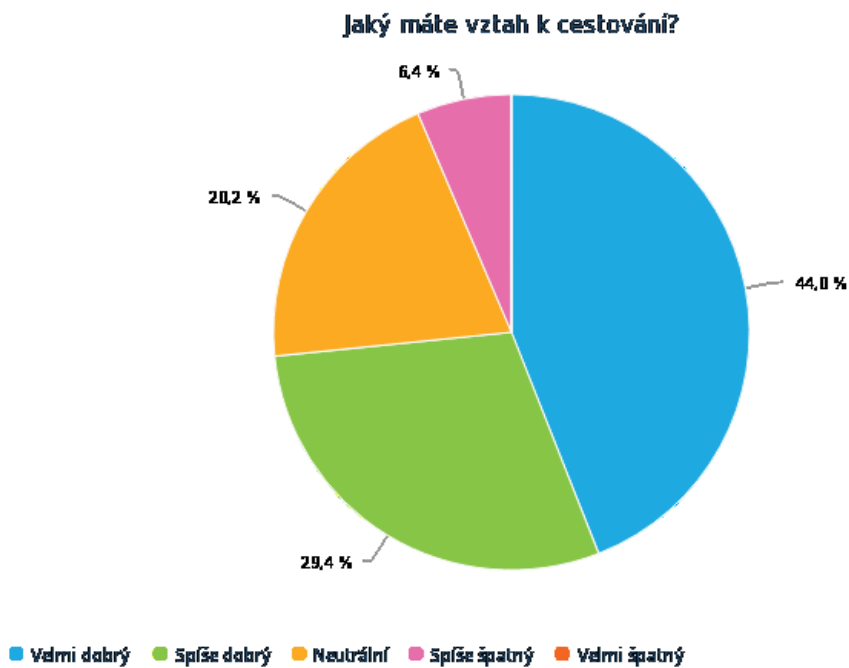
Jak vyplývá z uvedeného grafu (Obr. 16), tak nejpočetnější skupinu respondentů tvoří lidé se středoškolským vzděláním s maturitou, konkrétně 61,5 % (67 respondentů). Druhou nejpočetnější skupinou jsou respondenti se střední školou bez maturity (18,3 %, 20 respondentů). Následuje skupina s vysokoškolským vzděláním (14,7 %, 16 respondentů). A základní vzdělání dosáhlo 5,5 % (6 respondentů).

4.4.2 Část týkající se filmového cestovního ruchu



Obr. 17 Jestli sledují respondenti filmy (vlastní zpracování)

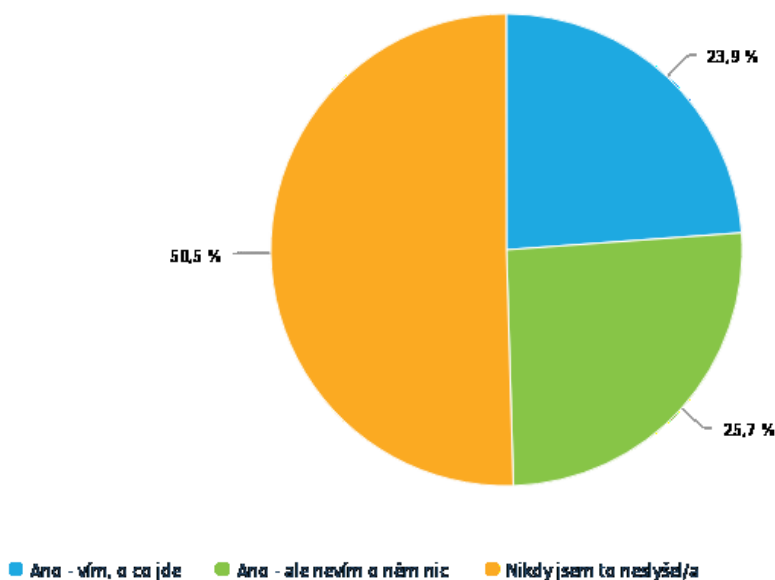
Na otázku, zda respondenti sledují filmy, tak jak jsem čekala, téměř většina odpověděla kladně 95,4 % (104 respondentů). A pouhé 4,6 % respondentů odpověděla negativně (5 respondentů).



Obr. 18. Jaký mají vztah k cestování (vlastní zpracování)

Z následujícího grafu (Obr. 18.) je patrné, že větší respondentů má velmi kladný vztah k cestování. Nejvíce respondentů 44 % si vybralo odpověď *Velmi dobrý* (48 respondentů). Odpověď *Spíše dobrý* zahrlo 29,4 % respondentů (32 respondentů). Následovala *odpověď Neutrální* 20,2 %, to zahrnovalo 22 odpovědi. *Spíše špatný* vztah má 6,4 % odpovídajících. A *Velmi špatný* vztah z dotazovaných nemá nikdo.

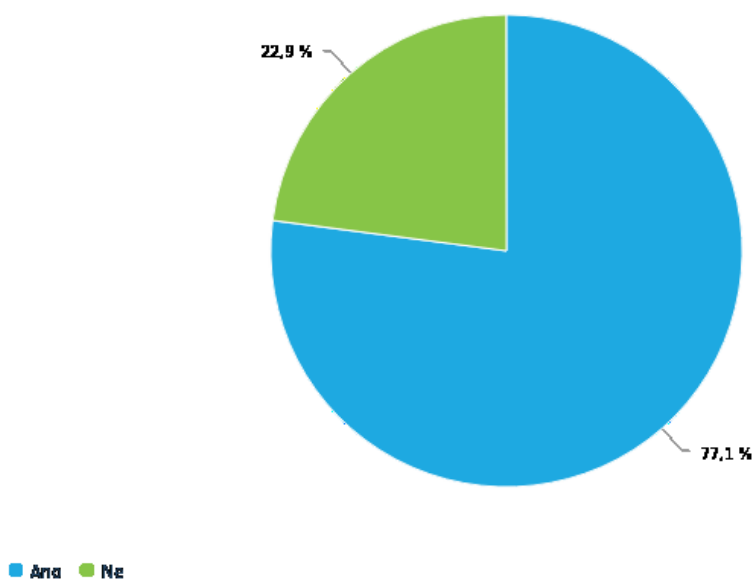
Slyšeli jste o pojmu filmový cestovní ruch?



Obr. 19. Jestli respondenti slyšeli o pojmu filmový cestovní ruch (vlastní zpracování)

Jak vyplývá z grafu (Obr. 19.), tak polovina respondentů (50,5 %) nikdy neslyšela o pojmu filmový cestovní ruch. 25,7 %, konkrétně 28 respondentů už o pojmu filmový cestovní ruch slyšelo, ale neví o něm nic. A 23,9 % (26) respondentů ví, co je to filmový cestovní ruch. U této otázky jsem čekala takové výsledky, neboť se jedná o téma poměrně nové a mezi veřejností není moc známé.

Zúčastnili jste se někdy filmového festivalu?



Obr. 10. Zda respondenti se zúčastnili filmového festivalu (vlastní zpracování)

Graf (Obr. 20.) ukazuje, že 77,1 % odpovídajících respondentů se někdy zúčastnila filmového festivalu. A skoro 23 % respondentů se nezúčastnilo vůbec.

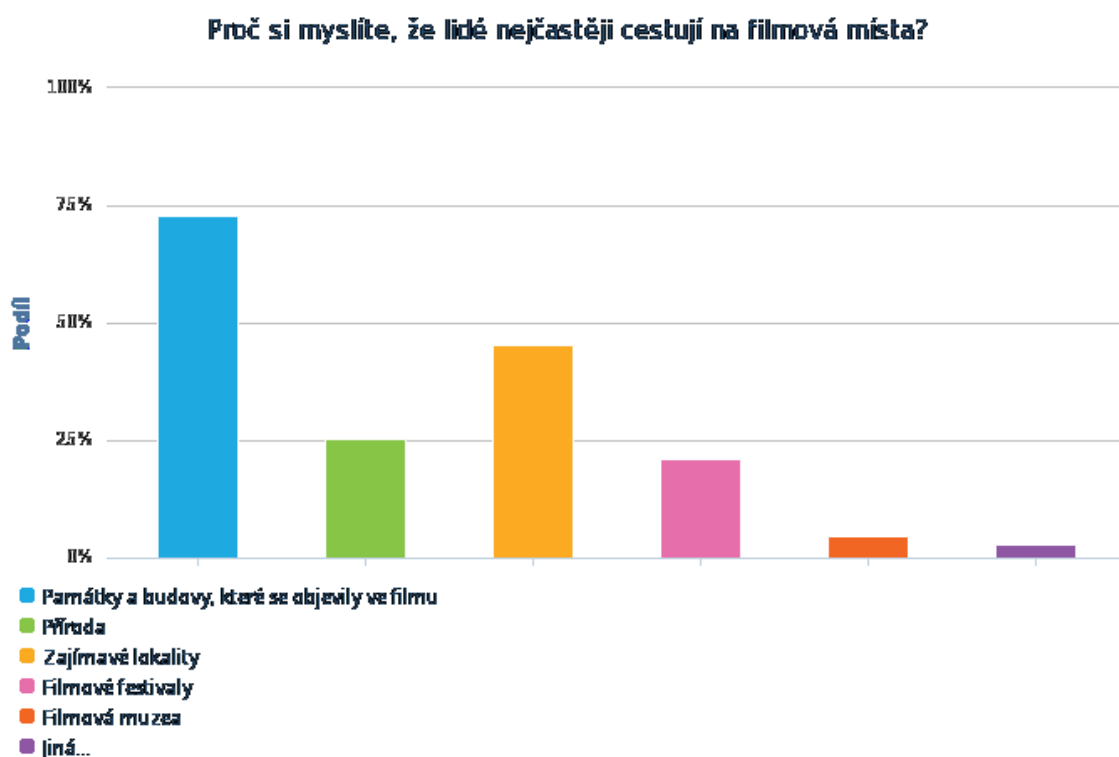
Česká republika	Zahraničí
Praha (<i>Hellboy, xXx, Špión, který dostal kopačky, Spider Man</i>)	Nový Zéland (<i>Pán prstenů, Hobit</i>)
Karlštejn (<i>Noc na Karlštejně</i>)	Velká Británie (<i>Harry Potter</i>)
Hořovice (<i>Slunce, seno, ...</i>)	USA – New York, Los Angeles
Český ráj (<i>Jak dostat tatínka do polepšovny</i>)	Francie - Paříž
Hluboká nad Vltavou (<i>Pyšná princezna</i>)	

Tabulka 3 Lokality, kde se natáčel český/zahraniční film v ČR a známé lokality ve světě

Osmá otázka se týkala toho, zda respondenti ví, jaké jsou známé filmové lokality v ČR. Desátá otázka se zas ptala na to, zda znají významné lokality ve světě. Pro zjednodušení jsem vše shrnula do jedné tabulky. V tabulce jsou uvedeny nejčastější odpovědi. K otázkám jsem i napsala, aby popřípadě respondenti uvedli i název film, který se podle nich v daném

místě točil. Skoro v každé odpovědi bylo napsáno naše hlavní město Praha, ale bohužel někteří nevěděli, jaký film se zde natáčel. Také se často v odpovědích mnoha respondentů vyskytovala vesnice v jižních Čechách Hoštice, kde se natáčela komedie Slunce, seno. Další odpovědi mnoho respondentů byly například: Červená Lhota (*Zlatovláska*), Kroměříž (*Amadeus*), Pálava (*Vinaři*).

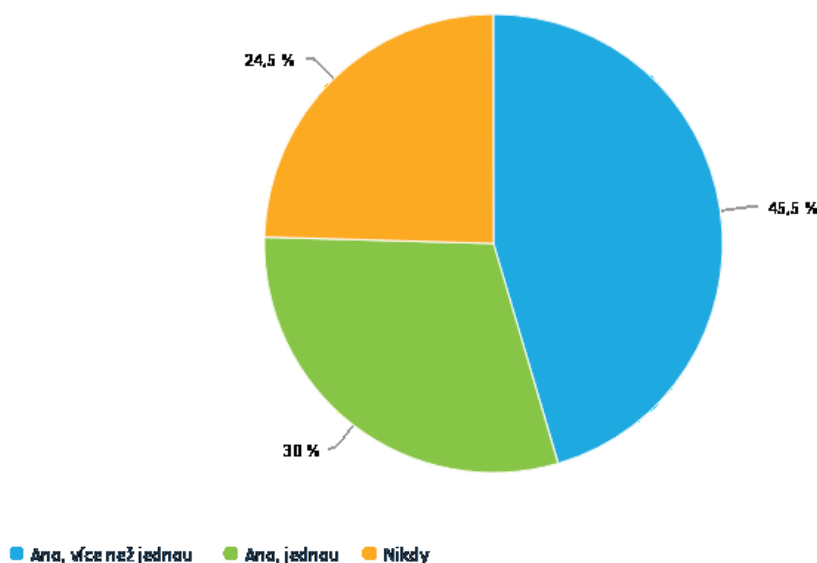
Co se týká zahraničních destinací, tak hodně respondentů na tuto otázku vůbec neodpovědělo. Ale většina odpovědí, odpovídajících respondentů, byly shodné. Jednalo se převážně o Nový Zéland (Pán prstenů, Hobit), Velkou Británii (Harry Potter) a USA.



Obr. 11. Proč si respondenti myslí, že lidé nejčastěji cestují na filmová místa

Jak lze z grafu (Obr. 21.) vyčíst, tak nejvíce respondentů si myslí, že lidé nejčastěji cestují na dané lokality kvůli památkám a budovám, které se objevily ve filmu (72,7 %, tedy 80 respondentů). 50 (45,5 %) respondentů si myslí, že nejčastěji turisty lákají zajímavé lokality. A 28 (25,5 %) lidí si myslí, že nejzajímavější důvod, proč lidé cestují v rámci filmového ruchu, je příroda. Další důvody, které jsem uvedla a respondenti si je vybírali, jsou *filmové festivaly* a *filmová muzea*. Odpovídající také mohli uvést jiný důvod. Vyjádřili se 3 respondenti (2,7 %). Například jeden z nich uvedl: „*jakmile se v televizi objeví dané místo, tak tam hned všichni jedou, protože neví, co jiného by dělali.*“

Navštívili jste během dovolené nebo výletu známé filmové lokality ať už v ČR nebo v zahraničí?



Obr. 12. Zda respondenti navštívili během dovolené nebo výletu filmovou lokalitu (vlastní zpracování)

Graf (Obr. 22) uvádí, že 45,5 % respondentů během své dovolené či výletu navštívilo filmovou lokalitu více než jednou. Odpověď *Ano, jednou* si vybralo 30 % odpovídajících (33 respondentů). A 24,5 % konkrétně 27 lidí odpovědělo, že nikdy nenavštívili filmovou lokalitu během své dovolené. Myslím si, že tento graf odpovídá, vzhledem k předcházejícím odpovědím, kdy jsem se ptala, zda respondenti znají lokality, kde se natáčel nějaký film. Většina buď odpověděla anebo se k tomu nevyjádřili.

Místa, která by chtěli respondenti navštívit v rámci filmového cestovního ruchu
Velká Británie (<i>Harry Potter</i>)
New York (<i>Sám doma, Přátelé, Super drbna</i>)
Nový Zéland (<i>Hobit, Pán Prstenů</i>)
Karlovy Vary
Jižní Čechy (pohádky)

Tabulka 4 Místa, které by chtěli respondenti navštívit v rámci filmového cestovního ruchu

Poslední otázka se přímo ptá na místa, která by dotyčný chtěl navštívit z hlediska filmového cestovního ruchu. Zde jsem určila hranici, kdy odpovídající si mohli vybrat pouze tři místa. V tabulce jsou uvedeny nejčastější odpovědi. Vybíralo se mi velmi těžce, protože respondenti uváděli velký počet lokalit například Chorvatsko – Plitvická jezera (*Vinnetou*), Řecko (*Mamma Mia*), Amsterdam (*Hvězdy nám nepřály*).

5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Filmový cestovní ruch je prozatím docela neznámý pojem. Důležité je dle mého názoru zvýšit povědomí o filmovém cestovním ruchu pomocí reklamy, protože o něm lidé příliš neví, a když už tento pojem někteří slyšeli, nemají žádnou představu, co si pod ním mají představit. Lidé různých věkových kategorií mají zájem o různá filmová místa, to jsem si všimla díky dotazníkovému šetření.

Ze zpracované SWOT analýzy v předchozí části mé práce je vidět, že v rámci filmového cestovního ruchu je ve Zlínském kraji velký potenciál, který zatím není plně využit. Myslím si, že ve Zlínském kraji je dostatek zajímavých míst, které mohou nalákat filmaře a následně i turisty, kteří mohou shledat kraj velmi atraktivní oproti jiným krajům. Kraj nabízí pestré přírodní prostředí, velké množství historických i kulturních památek. Dále pak baťovu architekturu, kterou v ostatních městech nenajdeme. Baťův mrakodrap, město Luhačovice, které je známé lázeňské místo. I jednu z nejkrásnější a nejnavštěvovanějších zoo u nás. Také se zde nachází filmové ateliéry.

Důležitým faktorem dle mého názoru, bylo založení Zlínské filmové kanceláře. Myslím si, že veřejnost neví nebo není seznámena s tím, že je zde filmová kancelář. Proto bych doporučila větší propagaci kanceláře. Například by mohla pořádat semináře nebo workshopy, kde by se kancelář představila. Seznámila veřejnost se službami, které nabízí a představila by filmové projekty, na kterých se podílela nebo podílí. Další možností je pořádání Location Tour – obhlídkové trasy pro filmové tvůrce a producenty v daném regionu. Tyto akce organizuje Czech Film Commission ve spolupráci s regionálními filmovými kancelářemi. V rámci této události se zúčastnění režiséři seznámí s lokalitami pro filmové natáčení. Kancelář má sice vlastní webové stránky, také ji můžeme najít na sociální sítí (facebooku, instagram, twitter), ale jak už jsem zmínila, mnoho lidí vůbec netuší, že ve Zlíně je filmová kancelář anebo neví, čím se zabývá.

Jednou z možností jak zlepšit povědomí o Zlínském kraji je jeho propagace. Například propagace kraje prostřednictvím známých osobností. Z osobní zkušenosti mohu říct, že lidé hodně dají na názor někoho druhého, hlavně toho koho si váží nebo ho mají v oblibě. Tato propagace probíhá zejména prostřednictvím médií nebo také již zmíněných sociálních sítí, přičemž herci poukazují na krásy kraje.

Další z možností je vytvoření filmové mapy Zlínského kraje, která by mapovala dosud natočené snímky v kraji. Díky vytvoření této mapy by došlo ke zvýšení návštěvnosti daných míst.

Ještě bych doporučila větší spolupráci s cestovními kanceláři, kde by ve svých materiálech (katalogy), propagovali a měli informace o místech, kde se natáčel daný film. Co se týká dětského filmového festivalu, tak bych navrhovala, aby se více do akcí konaných během festivalu, zapojily i menší základní školy v okolí Zlína. Sama jsem navštěvovala základní školu nedaleko Zlína, která se těchto akcí neúčastnila. Jednou z možností, jak zapojit školy do festivalu, je pozvání od pořadatelů. Školám by byl poslán program pro děti, pomocí kterého by se rozhodly, jaké promítání nebo událost navštívit. Na druhou stranu chápu, že některé školy o navštívení filmového festivalu vůbec nestojí. Myslím si, že by bylo vhodné uspořádat pro žáky druhého stupně semináře, na kterých by mohli debatovat o filmu s režisérem, producentem nebo slavným hercem. Tento seminář by mohl být i dobrou motivací pro žáky, kteří by chtěli studovat filmovou tvorbu na střední škole.

ZÁVĚR

V rámci mé bakalářské práce jsem se zabývala světovým fenoménem dnešní doby, a tím je filmový cestovní ruch. V teoretické části jsem se nejdříve zaměřila na pojem cestovní ruch, který jsme následně definovala. Následně jsem uvedla jeho klasifikaci a vymezila základní pojmy, které s ním souvisejí. V další části jsem se věnovala filmovému cestovnímu ruchu, který jsem definovala a uvedla jsem přínosy filmového cestovního ruchu pro region. Hlavním přínosem je celoroční návštěvnost daného místa vyvolaným filmem, díky tomu se zvýší návštěvnost lokality. V následující kapitole jsem uvedla tři nejvýznamnější lokality ze světa, kde se natáčely úspěšné filmy. Jednalo se o Nový Zéland, Velkou Británii a Tunisko.

V kapitole, která byla zaměřena na filmový cestovní ruch v České republice, jsou popsány dvě filmové agentury, které mají na starosti českou kinematografii. Také v této části jsou uvedena místa, kde se natáčely úspěšné filmy, jak české tak zahraniční snímky. Natáčely se zde například *Mission: Impossible* s Tomem Cruisem nebo akční thriller *xXx* s Vinem Dieselem. Co se týká českých filmů nebo pohádek, tak byly natočeny v jižních Čechách nebo v oblasti Českého ráje.

Dále jsem uvedla pojem filmový festival a popsala jsem největší filmový festival v České republice, tedy Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary a také Mezinárodní filmový festival pro děti a mládež ve Zlíně.

V praktické části jsem se věnovala analýze filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Nejprve jsem uvedla filmová místa, kde se natáčely úspěšné filmy či seriály. Jednalo se například o město Kroměříž, hrad Buchlov nebo zámek Buchlovice. Dále jsem zde zmínila aktivity, které podporují filmový cestovní ruch – Zlínský filmový festival a Letní filmová škola Uherské Hradiště. Popsala jsem zde SWOT analýzu ve Zlínském kraji. Z celkové analýzy vyplývá, že Zlínský kraj má potenciál, aby se stal významnou filmovou lokalitou a místem, který by přilákal filmové turisty. Nicméně zatím není skoro vůbec využitý, což si myslím, že je škoda.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BEETON, Sue. Film-induced tourism. Buffalo: Channel View Publications, c2005, viii, 270 p. ISBN 18-454-1015-7.

BERGAN, Ronald. Film: [historie, žánry, světový film, režiséři od A do Z, 100 nejlepších filmů]. V Praze: Slovart, 2008, 528 s. ISBN 978-80-7391-136-2.

FENIČ, Fero. Fenomén Febio. Praha: Febiofest, c2008, 503 s. ISBN 978-80-254-1521-4.

INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 978-80-244-5189-3.

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

LOCHMANOVÁ, Alena, 2015. Cestovní ruch. 1. vyd. Prostějov: Computer Media, 112 s. ISBN 978-80-7402-216-6.

MONACO, James a David LINDROTH. Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004, 735 s. Albatros Plus, 35. ISBN 80-00-01410-6.

NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada Publishing, 2011, 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

PATOČKA, Jiří. Evaluate v kultuře: ekonomické hodnocení kulturních událostí a festivalů. Praha: Professional Publishing, 2017, 140 stran. ISBN 978-80-88260-04-2.

SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva. Služby v cestovním ruchu. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 87 s. ISBN 978-80-244-3438-4.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

Elektronické zdroje:

About Venice [online]. Carnival of Venice, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <http://www.carnivalofvenice.com/about?lang=en>

Filmový festival v Cannes [online]. EE.France, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <http://ee.france.fr/cs/agenda/filmovy-festival-v-cannes>

Festival de Cannes [online]. festival-cannes.com, 2019 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://www.festival-cannes.com/fr/qui-sommes-nous/festival-de-cannes>

Hobitín [online]. CZECHKiwis: CZECHKiwis, 2018 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://czechkiwis.cz/hobitin/>

Jižní Čechy ve filmu [online]. Jižní Čechy, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.jiznicechy.cz/pohodove/jizni-cechy-ve-filmu>

Místa, kde se natáčel Harry Potter [online]. Invia.cz, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.invia.cz/blog/mista-kde-se-natacel-harry-potter/>

Seznam všech filmu natočených v Kroměříži [online]. mojekromeriz.cz, 2015 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <http://www.mojekromeriz.cz/magazin/clanek/seznam-vsech-filmu-natoce-nych-v-kromerizi>

Movies [online]. IMDb.com: Box Office Mojo, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.boxofficemojo.com/movies/?page=releases&id=twotowers.htm>

Nenápadná (filmová) sláva Prahy [online]. Prague.eu, 2019 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://www.prague.eu/cs/prectete-si/praha-filmova-10465>

Ocenění [online]. Česko-Slovenská filmová databáze, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/oceneni/1-academy-awards/>

O festivalu [online]. lfs.cz, 2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://lfs.cz/o-festivalu/>

O nás [online]. Zlín Film Office, 2019 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <http://www.zlinfilmoffice.cz/o-nas#articles>

Poslání a služby [online]. Státní fond kinematografie, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.filmcommission.cz/cs/filming-here/film-industry/>

Profil festivalu [online]. Febiofest, 2019 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://www.febiofest.cz/o-festivalu/profil>

Profil festivalu [online]. Kviff.com, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.kviff.com/cs/o-festivalu/profil-festivalu>

Profil festivalu [online]. Zlinfest, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.zlinfest.cz/24816-profil-festivalu>

Starwarstunisia [online]. Losapos.com, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <http://www.losapos.com/starwarstunisia>

Tipy na filmové výlety v Českém ráji [online]. filmovamista.cz, 2019 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://www.filmovamista.cz/clanek/32-Tipy-na-filmove-vylety-v-Ceskem-raji>

Vize a cíle [online]. Kreativní Zlín, 2019 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <http://kreativnizlin.cz/vize-a-cile/>

Základní informace [online]. Czech Tourism, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

Zahraniční produkce [online]. Státní fond kinematografie, 2019 [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.filmcommission.cz/cs/filming-here/film-industry/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AIEST Mezinárodního sdružení expertů v cestovním

ČR Česká republika

IFEA Mezinárodní asociace festivalů a událostí

WTO Světové organizace cestovního ruchu

UTB Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr.č. 1. Klasifikace filmové cestovního ruchu (Kotíková 2013, s. 135)</i>	<i>17</i>
<i>Obr.č. 2. Typologie účastníka filmového cestovního ruchu (Kotíková, 2013, s. 136)</i>	<i>18</i>
<i>Obr. č. 3. – 6. Hobitín z Pána Prstenů a Hobita</i>	<i>22</i>
<i>Obr. č. 7. - 9. Filmové lokality z filmu o Harrym Potterovi</i>	<i>25</i>
<i>Obr. č. 10. - 13. Filmová místa z Tuniska.....</i>	<i>26</i>
<i>Obr. 14. Vaše pohlaví (vlastní zpracování)</i>	<i>37</i>
<i>Obr. 15. Věková kategorie (vlastní zpracování)</i>	<i>38</i>
<i>Obr. 16. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání (vlastní zpracování)</i>	<i>39</i>
<i>Obr. 17 Jestli sledují respondenti filmy (vlastní zpracování)</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 18. Jaký mají vztah k cestování (vlastní zpracování)</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 19. Jestli respondenti slyšeli o pojmu filmový cestovní ruch (vlastní zpracování)</i>	<i>41</i>
<i>Obr. 20. Zda respondenti se zúčastnili filmového festivalu (vlastní zpracování)</i>	<i>42</i>
<i>Obr. 21. Proč si respondenti myslí, že lidé nejčastěji cestují na filmová místa</i>	<i>43</i>
<i>Obr. 22. Zda respondenti navštívili během dovolené nebo výletu filmovou lokalitu (vlastní zpracování)</i>	<i>44</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 Návštěvnost filmového cestovního ruchu, zdroj: Hudson & Rithcie (2006), upraveno H. Kotíkovou (2013, s. 137)</i>	<i>20</i>
<i>Tabulka 2 SWOT analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabulka 3 Lokality, kde se natáčel český/zahraniční film v ČR a známé lokality ve světě</i>	<i>42</i>
<i>Tabulka 4 Místa, které by chtěli respondenti navštívit v rámci filmového cestovního ruchu.....</i>	<i>44</i>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha PI: Dotazník

Příloha PII: Výsledky dotazníkového šetření

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji

Dobrý den,

jmenuji se Aneta Krajíčková a jsem studentkou Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně - obor ekonomika a management. Proším Vás o vyplnění dotazníku na téma Analýza filmového cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Výsledná data budou použita v mé bakalářské práci. Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění Vám zabere jen pár minut. U každé otázky vyberte jednu možnost, popř. více možností. Předem děkuji za Váš čas.

Vaše pohlaví:

- Muž
- Žena

Věková kategorie:

- 18-21
- 22-25
- 26-30
- 31 a víc

Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

- Základní
- Střední bez maturity
- Střední s maturitou
- Vysokoškolské

Sledujete filmy?

- Ano
- Ne

Jaký máte vztah k cestování?

- Velmi dobrý
- Spíše dobrý
- Neutrální
- Spíše špatný
- Velmi špatný

Slyšeli jste o pojmu filmový cestovní ruch?

- Ano – vím, o co jde
- Ano – ale nevím o něm nic
- Nikdy jsem to neslyšel/a

Zúčastnili jste se někdy filmového festivalu?

- Ano
- Ne

Znáte filmová místa v ČR, kde se natáčel český/zahraniční film?

Proč si myslíte, že lidé nejčastěji cestují na filmová místa?

- Památky a budovy, které se objevily ve filmu
- Příroda
- Zajímavé lokality
- Filmové festivaly
- Filmová muzea
- Jiná

Znáte nějaký zahraniční filmové lokality?

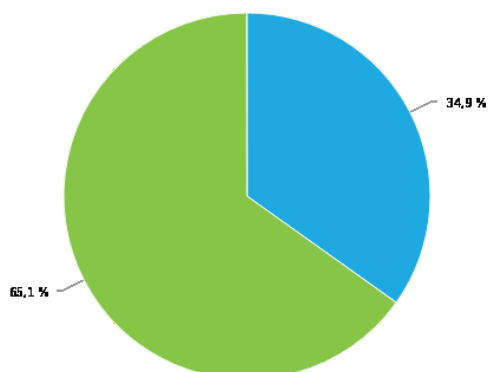
Navštívili jste během své dovolené či výletu známé filmové lokality ať už v ČR nebo v zahraničí?

- Ano, více než jednou
- Ano, jednou
- Nikdy

Je nějaké místo, které byste chtěli navštívit v rámci filmového cestovního ruchu?

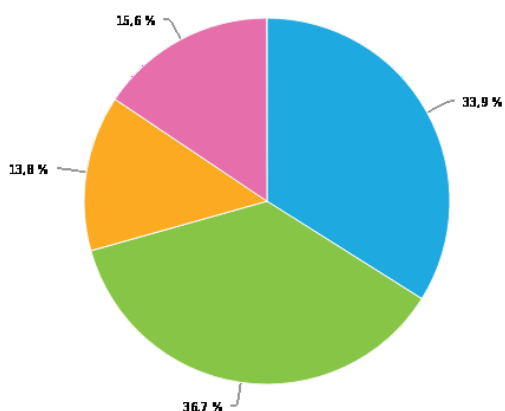
PŘÍLOHA PII: VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Vaše pohlaví



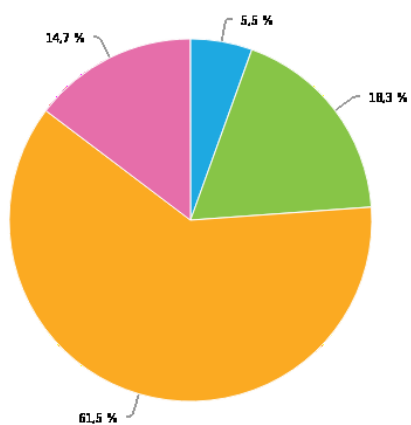
■ Muž ■ Žena

Věková kategorie



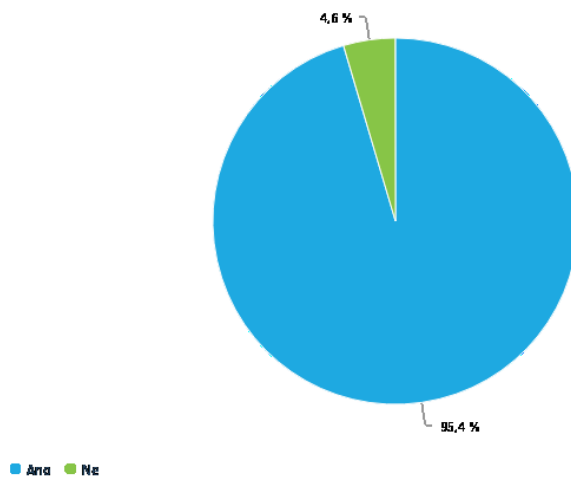
■ 18-21 ■ 22-25 ■ 26-30 ■ 31 a více

Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

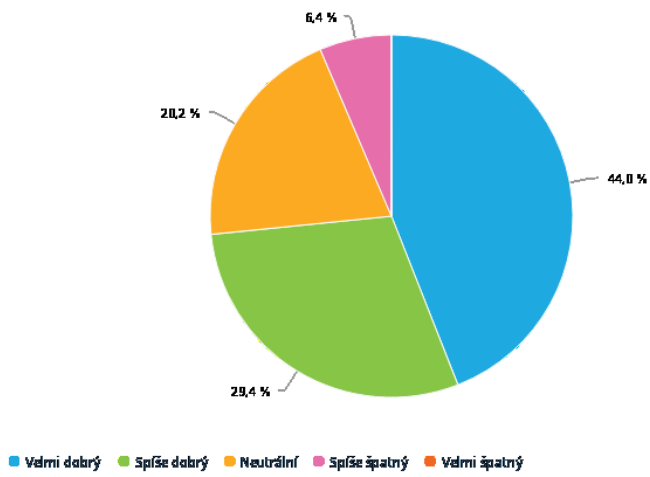


■ Základní ■ Střední bez maturity ■ Střední s maturitou ■ Vysokáškolské

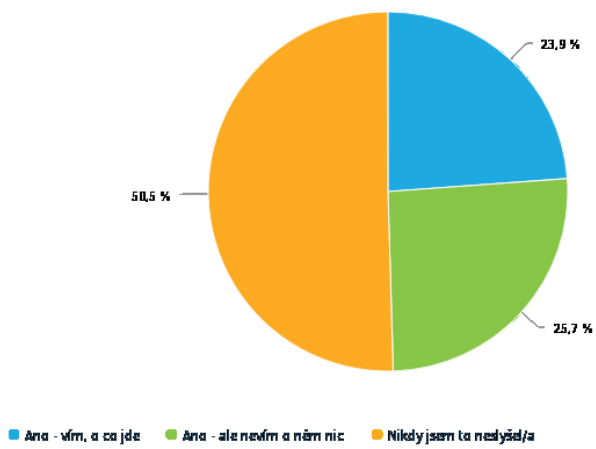
Sledujete filmy?



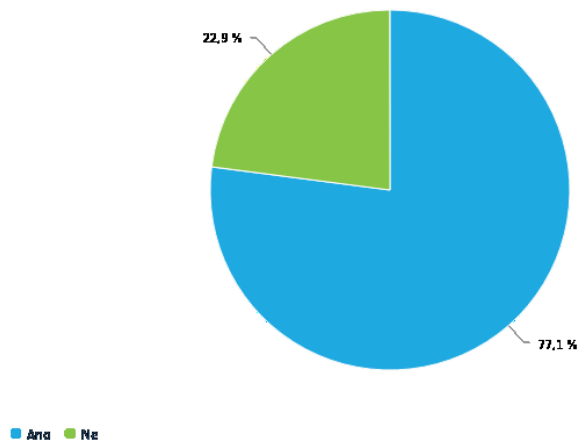
Jaký máte vztah k cestování?



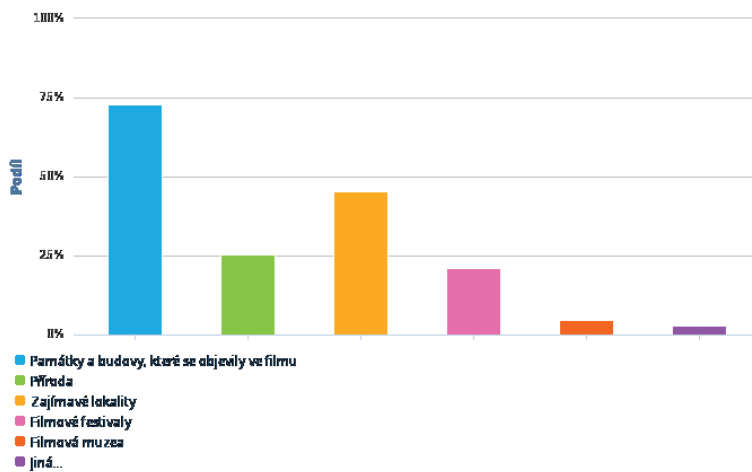
Slyšeli jste o pojmu filmový cestovní ruch?



Zúčastnili jste se někdy filmového festivalu?



Proč si myslíte, že lidé nejčastěji cestují na filmová místa?



Navštívili jste během dovolené nebo výletu známé filmové lokality ať už v ČR nebo v zahraničí?

