

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Bakalářská práce**

**2024**

**Jan Slanina**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Dramaturgie artových kin v České republice v kontextu konkurence s tzv. multikiny.**

Bakalářská práce

Autor/ka práce: Jan Slanina

Studijní program: Komunikační studia, specializace Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Petr Bednařík, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely

V Praze dne 2. dubna 2024

Jan Slanina

## **Bibliografický záznam**

Dramaturgie artových kin v České republice v kontextu konkurence s tzv. multikiny., 2024. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Bakalářská práce. Vedoucí práce: PhDr. Petr Bednařík Ph.D.

**Rozsah práce:** 64 544 znaků

## **Abstrakt**

Současnou dramaturgii kin ovlivňuje obrovský počet různých determinantů, které mají přímý vliv na vztah mezi kamennými kiny a multikiny v prostředí měst i celé České republiky. V současnosti pak vidíme větší důraz na diferenciaci obsahů a nabízení co nejširší škály těchto obsahů, které mohou sloužit pro zásah co nejvyššího množství diváků. Zejména pandemie Covidu-19 pak ukázala, jak důležitým aspektem provozu kina je budování divácké základny, zejména pak v kontextu toho, jakým způsobem se proměnilo fungování multikin.

## **Abstract**

The current dramaturgy of cinemas is influenced by a huge number of different determinants that have a direct impact on the relationship between cinemas and multiplexes in urban environments and the Czech Republic as a whole. Today, we see a greater emphasis on differentiating content and offering the widest possible range of such content that can serve to reach as many audiences as possible. In particular, the Covid-19 pandemic has shown how important an aspect of cinema operations is building an audience base, especially in the context of how multiplexes have changed

## **Klíčová slova**

Dramaturgie, kamenné kino, multikino, program.

## **Keywords**

Dramaturgy, cinema, multiplex, programme.

## **Poděkování**

Děkuji všem, kdo mi při psaní byli nápomocni. Zejména pak panu doktoru Bednaříkovi za jeho vedení a trpělivost, ale i Filipovi, Kláře, Zuzaně, Anně a Kristýně, že mi byli vždy oporou.

# Obsah

ÚVOD .....	9
<b>1 TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
1.1 DRAMATURGIE KIN .....	10
1.1.1 <i>Specifika českého prostředí a jejich vliv na dramaturgii kin .....</i>	<i>10</i>
1.1.2 <i>Základní rozdíly mezi dramaturgickými přístupy v multikinech a artových kinech .....</i>	<i>11</i>
1.1.3 <i>Základní dramaturgické postupy.....</i>	<i>12</i>
1.1.4 <i>Distribuční systém v České republice.....</i>	<i>12</i>
<b>2 METODOLOGICKÁ ČÁST .....</b>	<b>14</b>
2.1 CÍL PRÁCE .....	14
2.2 METODOLOGIE .....	15
2.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	17
2.4 VÝZKUMNÝ VZOREK .....	17
2.4.1 <i>Výběr respondentů .....</i>	<i>17</i>
2.5 PRŮBĚH ROZHOVORŮ .....	18
2.5.1 <i>Struktura rozhovorů .....</i>	<i>19</i>
<b>3 VÝZKUMNÁ ČÁST.....</b>	<b>22</b>
3.1 PREZENTACE VÝSLEDKŮ .....	22
3.1.1 <i>Vnímání lokálního multikina .....</i>	<i>23</i>
3.1.2 <i>Soutěžení o diváky.....</i>	<i>24</i>
3.1.3 <i>Povědomí o fungování lokálního multikina.....</i>	<i>27</i>
3.1.4 <i>Vývoj cen vstupenek .....</i>	<i>29</i>
3.1.5 <i>Dramaturgické postupy – podklad pro výběr filmu.....</i>	<i>31</i>
3.1.6 <i>Doplnění programu alternativním obsahem .....</i>	<i>33</i>
3.1.7 <i>Změny chování diváků následkem pandemie Covidu-19.....</i>	<i>35</i>
3.1.8 <i>Vliv filmových cen a festivalových cen na návštěvnost.....</i>	<i>37</i>
3.1.9 <i>Nabízení obsahů v rámci filmového klubu .....</i>	<i>38</i>
3.2 DISKUSE.....	40
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>43</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>44</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>45</b>



## Úvod

Bakalářská práce se zabývá tématem dramaturgie kin, konkrétně pak vztahem kin a tzv. multikin, tedy velkých řetězců, které se vyznačují zejména velkým počtem sálů, umístěním v obchodním domě, omezenou programovou nabídkou a zaměřením na prodej občerstvení. Menší, lokální kina naopak nabízí širší množství obsahu, přistupují ke své programové nabídce kreativněji, ale nemohou využívat výhod jako je množství sálů nebo propojení do sítě, která může působit jako podpora v mnoha aspektech provozu.

Cílem práce je proto prozkoumat vztahy obou těchto typů kin a pomocí polostrukturovaných rozhovorů s dramaturgy kamenných kin zjistit, jak přítomnost multikin ovlivňuje menší kina, která se nachází ve stejném městě. Celá práce stojí na její výzkumné části, která obsahuje deset rozhovorů s dramaturgy kin sídlících ve městech, kde zároveň sídlí zmíněná multikina.

Práce je rozdělena do tří částí – teoretické, metodologické a výzkumné. V teoretické části popisují základní východiska, která poskytují přehled o tom, v jakém stavu se nachází současná kina v České republice a základně popisuje dramaturgické postupy, se kterými musí každý dramaturg vědomě pracovat při tvorbě programu. V metodologické části je pak popsána metodologie výzkumu a jsou navrženy postupy, kterými se výzkum řídí. A nakonec ve výzkumné části je analyzován samotný výzkum a jeho jednotlivé části, tedy rozhovory s dramaturgy a dramaturgyněmi.

Při průběhu psaní došlo k drobným změnám, kdy zejména do teoretické části bylo přidáno téma základů dramaturgie a došlo ke změně samotného záměru výzkumu, respektive k jeho rozšíření, kdy jsem při koncipování samotného rozhovoru přidal další témata, která pomohou k pochopení všech důležitých kontextů. Tyto změny byly konzultovány s vedoucím práce a povedou k lepšímu uchopení tématu práce jako takového.

# 1 Teoretická část

## 1.1 Dramaturgie kin

Podíváme-li se na kino, které je v našem nejbližším okolí, nejspíše nás jako první zaujme jeho programová skladba, jedná se o naprosto stěžejní prvek, na kterém může celá atraktivita kina jako instituce stát i padat. Nicméně k programu se dá přistupovat z různých úhlů pohledu.

Z hlediska programového se proto rozlišuje rozdíl mezi kinem premiérovým, ve kterém naleznete veskrze nabídku aktuálních titulů, které vstupují do distribuce a kinem repertoárovým, které pak nabízí spíše tzv. filmové čítanky, klasiky či legendy. Tato kina pak často působí v harmonii a navzájem se doplňují, aby diváctvu nabízela komplexní nabídku, ze které si lze vybírat.

Vidíme pak jev, kdy jediným rozdílem mezi sídly s počtem obyvatel do a nad 30 000 je počet nabízených filmových titulů. Ten je dle předpokladu vyšší právě u větších měst, nicméně programová skladba zůstává ve svém jádru stejná a kopíruje programovou nabídku vyplývající z plánu premiér, které chystají distribuční společnosti.<sup>1</sup>

### 1.1.1 Specifika českého prostředí a jejich vliv na dramaturgii kin

V České republice patří naprosto drtivá většina kin do sekce premiérových kin. Ačkoliv se ukazuje jako současný trend do kin přinášet obnovené premiéry starších titulů (zabývají se tím mimo jiné společnosti Pannonia či Film Europe) a obohacovat jimi program, jako základní stavební kámen svého programu má tyto tituly pouze malý počet kin, která ale i tak musí svůj program doplňovat premiérovými tituly, zejména z důvodů cen i komplikovaných procesů vedoucích ke shánění filmových práv, která často drží zahraniční sales agentury.

---

<sup>1</sup> VOJKŮVKOVÁ, Kateřina, Petr VÍTEK a Tomáš DRAHORÁD, 2018. Dramaturgie sledovaných kin. *Digitální kino*[online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: [http://www.digitalnikino.cz/system/files/M2\\_Dramaturgie%20malých%20kin.pdf](http://www.digitalnikino.cz/system/files/M2_Dramaturgie%20malých%20kin.pdf)

I proto česká kamenná kina ztrácejí výhodu, kterou často drží kina v zahraničí. Tou je právě logická výhoda v diametrálně rozlišných obsazích mezi kamennými kiny a multiplexy, jako můžeme vidět například v Berlíně, Vídni či Rotterdamu. V českém prostředí pak takových kin existuje pouze malý počet, jmenovitě například kina Aero a Balt v Praze.

V České republice jsou v současnosti celkem tři řetězce multikin, z nichž všechny mají své zástupce ve výzkumu, který je základem této práce. Jedná se o síť CinemaCity (13 poboček) Cinestar (13 poboček) a Premiere Cinemas (3 pobočky). Síť Cinestar a Premiere Cinemas mají české majitele a vedení, vznikly fúzí nebo nákupem předchozích sítí multikin. Síť CinemaCity pak v České republice obchoduje pouze v zastoupení nizozemská společnost. Jak již bylo zmíněno, v minulosti na území České republiky působila i další multikina či sítě multikin, ta však ale až na výjimky (např. multikino Golden Apple ve Zlíně) zanikla.

### **1.1.2 Základní rozdíly mezi dramaturgickými přístupy v multikinech a artových kinech**

Rozdílů je hned několik, nicméně tím hlavním je samotný postup při skladbě programové nabídky. Zatímco dramaturg kamenného kina musí pečlivě vybírat, jaké filmy do své nabídky zařadí, zejména pak z důvodu omezeného počtu sálů, který se pohybuje nejčastěji mezi jedním a dvěma, v naprosto výjimečných případech mají kina tři sály, dramaturgický proces v multikinech je z velké části automatizovaný a založený na čistých statistikách, kdy je možné méně navštěvované tituly posouvat do méně atraktivních sálů a časových slotů, až je lze časem úplně vyřadit.

Toto je komfort, který dramaturgové kamenných kin nemají, musí proto spoléhat na znalost svých publik, svou intuici a zajímavé obohacení filmového zážitku, kterým mohou být jak doprovodné akce, tak například rozsáhlá nabídka na baru v rozumné cenové relaci,

aby diváci měli motivaci trávit v kině čas i mimo filmovou projekci.<sup>2</sup> Tento podnět v multikinech naprosto chybí, jedná se čistě o konzumní prostředí.

### 1.1.3 Základní dramaturgické postupy

Důležité je vytyčit si vůbec základní procesy, kterými se dramaturgie vyznačuje. Vzhledem k nedostatku materiálů ohledně přímo dramaturgie kin si při práci práce musím vypomoci literaturou zabývající se dramaturgií divadel, konkrétně pak knihou Zdeňka Hoříňka. Ten označuje jako základní aktivitu dramaturgickou volbu, která označuje výběr uměleckého díla a jeho zařazení do programu.<sup>3</sup>

Dramaturgický plán je dle Hoříňka souborem voleb a výběrů, zde konkrétně u filmových titulů, které se dramaturg instituce rozhodne zařadit do programu.<sup>4</sup> Pokračuje pak definicí dvou různých přístupů pojetí dramaturgického plánu – kauzální pojetí, které je definováno aktuální produktivitou instituce a vychází pouze z provozní stránky instituce a kauzálně finální pojetí, pomocí kterého se dá dosahovat i předem daných cílů, kterých chce instituce jako celek dosáhnout.<sup>5</sup>

Ve finále ale neexistuje žádný přesný postup, jak k dramaturgii přistoupit, vždy do ní bude zasahovat nespočet různých determinantů, jejichž výčet je téměř nemožný. Ty pak výrazně ovlivňují celý dramaturgický proces a určují, jakým směrem se instituce vydá a jaké postupy si vnitřně nastaví a do jaké míry je bude dodržovat. Je tedy nemožné říci, jak vypadá „dobrá“ a „špatná“ dramaturgie, lze často pouze zkoumat rozdíly mezi odlišnými přístupy.

### 1.1.4 Distribuční systém v České republice

Neopomenutelným tématem je vůbec to, jakým způsobem se filmy do kin dostávají. Hlavním přístupem je tzv. distribuční síť, tedy zprostředkování filmů přes tzv. distributory, kteří kupují práva k filmovým projekcím na určité období pro dané území a filmy

---

<sup>2</sup> Kina nelákají jen na filmy, ale i technologie a eventy. Marketing & Media [online]. [cit. 2022-01-05]. Dostupné z: <https://mam.cz/marketing/2018-02/kina-nelakaji-jen-na-filmy-ale-i-technologie-a-eventy/>

<sup>3</sup> HOŘÍNEK, Zdeněk. *Úvod do praktické dramaturgie*. Brno: Janáčkova akademie múzických umění v Brně, 2009.

<sup>4</sup> HOŘÍNEK, Zdeněk. *Úvod do praktické dramaturgie*. Brno: Janáčkova akademie múzických umění v Brně, 2009.

<sup>5</sup> HOŘÍNEK, Zdeněk. *Úvod do praktické dramaturgie*. Brno: Janáčkova akademie múzických umění v Brně, 2009.

kinům „zapůjčují“ – standardně je cena pro výpůjčku 50 % tržby za každou projekci, kinům tedy z každé vstupenky zůstává před odečtením dalších poplatků a daní pouze polovina částky, kterou divák zaplatí, druhou polovinu získává právě distributor.

Na českém trhu působí primárně dva typy distributorů – jedna skupina (např. CinemArt, Falcon, Vertical) se soustředí na studiové tituly, má podepsané smlouvy, které z nich činí výhradní distributory pro dané studio na českém území. Druhá skupina (např. Aerofilms, Film Europe, Artcam) uvádí zejména festivalové filmy, které je potřeba na tzv. marketech v rámci festivalů získávat každý zvlášť. Existuje pak ještě třetí cesta, jak se může film do českých kin dostat – tou je nákup práv od zahraničních sales agentů, tato cesta ale bývá výrazně nákladnější, jelikož téměř bez výjimek vyžadují fixní půjčovné, které dosahuje až vyšších stovek dolarů.

Tyto distribuční sítě pak své tituly nabízejí volně k potřebám všech kin, jejich dramaturgové se pak rozhodují, zda je do svého programu zařadí, či nikoliv. Je ale zřejmé, že v multikinech najdeme výrazně častěji filmy první skupiny distributorů, které jsou dle potřeby a předpokládaných výsledků doplněny festivalovými snímky. Kamenná kina pak přístupy různě kombinují dle své potřeby.

## 2 Metodologická část

### 2.1 Cíl práce

Cílem práce je zjistit, zda existuje nějaký vztah mezi přístupem dramaturgů a dramaturgyň kin k programu, pokud jsou v přímém konkurenčním prostředí s tzv. multikinem, resp. multikiny, či zda toto prostředí vůbec jako konkurenční vnímají a nestaví se k němu naopak spíše jako k určité výhodě, která jim dává větší svobodu při tvorbě programové nabídky svého kina.

Chci také zjistit, jak vůbec ke dramaturgii kin přistupují, jaké využívají dramaturgické postupy a zda mají o fungování multiplexů v okolí povědomí či ho aktivně sledují. Zajímá mě, zda mohou své chování a přístup k programové nabídce kina upravovat i neúmyslně, resp. nevědomě následkem přirozeného vývoje konkurenční situace.

Je také důležité rozlišit dva základní typy dramaturgie – dramaturgii programovou a inscenační (resp. filmovou, týká-li se filmové produkce). Zatímco programový dramaturg má za úkol složit program své instituce na dané období, aby nabízela širokou škálu obsahu, který zaujme co nejširší publikum, inscenační dramaturg pak, pro absenci lepšího termínu, „lepší“ dílo dohromady a stará se o to, aby všechny jeho prvky společně fungovaly.<sup>6</sup> Tato práce ale nemá jakékoliv ambice rozebírat inscenační a filmovou dramaturgii, pouze považuji za důležité zdůraznit, že veškerý obsah práce se týká dramaturgie programové. Konkrétně pak programovou dramaturgii kin, ne jiných institucí (o dramaturgii se dá mluvit u divadel, festivalů, médií atd.).

Programová dramaturgie obecně je velmi málo vědecky prozkoumaný obor, proto existuje i omezené množství materiálů, ze kterých se dá při tvorbě práce vycházet. Obecně se současná odborná literatura spíše zabývá právě dramaturgií inscenační a filmovou. Skladba programu je pak spíše vědecky nezakotvený obor, v jehož rámci pracovníci kin program skládají spíše intuitivně.

---

<sup>6</sup> HORSÁKOVÁ, Monika; KOCÍ, Irena a ZELINSKÝ, Miroslav. *Proměny dramaturgie 1: profesní a pedagogická východiska současné dramaturgie*. V Opavě: Slezská univerzita, 2017. ISBN 978-80-7510-267-6.

V již zmíněné čtyřdílné monografii *Proměny dramaturgie* od kolektivu autorek a autorů ze Slezské univerzity v Opavě je důsledně popsána problematika týkající se inscenační a filmové dramaturgie, nicméně dramaturgie programová (v divadle ani v kině) v této literatuře otevřena velmi okrajově. Může ale sloužit jako zajímavé vytyčení pojmů a pomoci k základnímu porozumění rozdílům mezi těmito odvětvími. Pro tento účel je pak irrelevantní, zda se kniha dotýká divadla, či filmu, jelikož náplň práce programového dramaturga v divadle i kině může v mnoha ohledech být podobná, ač se dotýká velmi odlišných typů mediálního obsahu.

Dá se tedy říci, že cílem práce je i jisté prvotní ukotvení dramaturgie kin jako oboru, kterým se vyplatí zabývat i na vědecké úrovni a který může být přínosný nejen pro profesní obec, ale i pro širokou veřejnost. Film jako takový totiž může do budoucna být důležitou součástí vzdělávání nejen dospělých, ale i dětí.<sup>7</sup> Může totiž nabídnout důležité kontexty nutné k pochopení historie i současnosti a přidat důležitý rozhled v oblasti umění, logiky či estetiky. K tomu je ale nutná cílená skladba filmových titulů, která se diváctvu předkládá a může tak vést k propojení souvislostí a pochopení celků.

## 2.2 Metodologie

Pro praktickou část bakalářské práce jsem si zvolil metodu kvalitativního výzkumu, konkrétně jsem pak využil polostrukturovaný rozhovor dle předem dané šablony. Tento přístup se mi vzhledem k výběru respondentů zdál jako nejvhodnější i s přihlédnutím k jeho samotné povaze i předchozímu využití v podobných typech výzkumů<sup>8</sup>, jelikož je díky němu možné pochopit široké souvislosti a případně se mimo strukturu práce doptat na další doplňující témata. Metoda kvalitativního výzkumu je dle Ferjenčíka schopna pochopit všechny aspekty problému integrovaně s ohledem na jejich vzájemné souvislosti.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> BEDNAŘÍK, Pavel; ČERNÍK, Jan; FOREJT, Jiří; HLAVICOVÁ, Lucie; NOVÁ, Tereza et al. *Filmouka: průvodce světem filmu a audiovize*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2023. ISBN 978-80-244-6368-1.

<sup>8</sup> ČERNÝ, Martin. *Vliv digitalizace na uvádění dokumentárních filmů v kontextu jednoslovných kin*. Bakalářská práce, vedoucí Czesany Dvořáková, Tereza. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra filmových studií, 2016.

<sup>9</sup> FERJENČÍK, Ján a BAKALÁŘ, Petr. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu: jak zkoumat lidskou duši*. Vydání druhé. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-815-9.

Dále Creswell popisuje kvalitativní výzkum jako spletenec různých látek, barev, textur a materiálů,<sup>10</sup> což sice metaforicky, ale velmi přesně popisuje jeho silnou stránku. Je složený z mnoha různých vstupů, které navzájem na první pohled nemusí souviset, ale právě díky analýze kvalitativnímu výzkumu tyto souvislosti mohou začít vyplývat na povrch. Role výzkumníka je pak na rozdíl od kvantitativního výzkumu značná, už z principu kvalitativního výzkumu není možné udržet si absolutní odstup, protože výzkumník je přímo v dění samotného výzkumu.<sup>11</sup> Výzkumník má povinnost vypracovat celý návrh výzkumu, vybrat vhodnou metodu pro sběr dat a ty následně i analyzovat. Tato analýza pak může do jisté míry podléhat subjektivitě, jelikož nelze zcela odstranit lidský aspekt, kterým přítomnost výzkumníka dozajista je.<sup>12</sup>

Bylo tedy zřejmé, že pokud je mým cílem a zároveň i cílem celé této práce komplexně uchopit, pochopit a analyzovat vybranou problematiku, je nutné zvolit kvalitativní výzkum. Dalším signifikantním aspektem, který hrál roli při výběru typu výzkumu, byl omezený výzkumný vzorek, který obsahuje pouze jednotky potenciálních respondentů a dávalo tedy smysl udělat s každým z nich polostrukturovaný rozhovor (viz dále), který je jedním z mnoha typů kvalitativního výzkumu. Zároveň jiné metody kvalitativního výzkumu jako focus group, případové studie nebo pozorování nepřipadaly v úvahu, opět vzhledem k samotnému konceptu výzkumu a snahy získat co nejširší kontexty celého zkoumaného problému.

Kýžená polostrukturovanost rozhovorů spočívá právě v možnosti odchýlit se od předem dané struktury, a i tak získat relevantní data.<sup>13</sup> To bylo pro tento výzkum naprosto klíčová vlastnost, jelikož jeho cílem bylo úmyslně nechat respondenty mluvit i o tématech, se kterými jsem při tvorbě výzkumu nepočítal. Zejména se jednalo o zmiňované doplnění

---

<sup>10</sup> CRESWELL, John W. *Qualitative inquiry & research design: choosing among five approaches*. 3rd ed. Los Angeles: SAGE, c2013. ISBN 978-1-4129-9530-6.

<sup>11</sup> BRYMAN, A., 1988. *Quality and quantity in social research*. 1988 ed., London: Routledge.

<sup>12</sup> WILLIAMS, Carrie. Research Methods. Online. *Journal of business & economics research (Littleton, Colo.)*. 2011, roč. 5, č. 3. ISSN 1542-4448. Dostupné z: <https://doi.org/10.19030/jber.v5i3.2532>. [cit. 2024-04-05].

<sup>13</sup> JACKSON, Ronald L.; DRUMMOND, Darlene K. a CAMARA, Sakile. What Is Qualitative Research? Online. *Qualitative research reports in communication*. 2007, roč. 8, č. 1, s. 21-28. ISSN 1745-9435. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/17459430701617879>. [cit. 2024-04-05].



důležitých lokálních kontextů. Z tohoto hlediska se jedná o nejvíce flexibilní metodu, jak zároveň předem určit, jaké témata je nutné probrat a zároveň se neomezit pouze na ně.

### **2.3 Výzkumné otázky**

Jako hlavní výzkumnou otázku jsem na základně formuloval následovně:

*VO: „Jak ovlivňuje přítomnost multiplexu ve městě obsahovou nabídku „artových“ kin?“*

Od ní se následně odvíjejí další pomocné výzkumné podotázky. Jsou jimi:

*VPO1: „Jaké dramaturgické postupy používají artová kina?“*

*VPO2: „Jaké mají dramaturgové artových kin povědomí o fungování multiplexů?“*

*VPO3: „Jak se dramaturgové obsahově vymezují vůči multiplexům ve svém blízkém okolí?“*

*VPO4: „Jak dramaturgové obecně vnímají multiplexy?“*

### **2.4 Výzkumný vzorek**

Výzkumným vzorkem by ideálně měla být všechna kina, v jejichž městech se nachází i multikino, tedy kina v Praze, Brně, Ostravě, Olomouci, Hradci Králové, Liberci, Tepličkách, Opavě, Českých Budějovicích a Jihlavě. Osloveni byli dramaturgové a dramaturgyně všech kin, která odpovídala výběru. V případě, kdy se ve městě nacházelo vícero kin, proběhla druhá fáze výběru a bylo osloveno vždy kino s nejvyšší návštěvností. Cílem tedy bylo, aby byl výzkumný vzorek vyčerpávající a reprezentoval přesně jedno kino z každého města, které odpovídá vybrané skupině.

#### **2.4.1 Výběr respondentů**

Výběr respondentů nakonec skutečně vyčerpávající byl, všichni potenciální respondenti s rozhovorem souhlasili a poskytli ho. Podkladem pro jejich výběr byla souhrnná tabulka ročních návštěvnostní kin, kterou zpracovává Unie filmových distributorů. Rozhovory nakonec proběhly s Janou Trnkovou z kina Světozor (Praha), Milanem Šimánkem z kina

Art (Brno), Janou Dulíkovou z kina Luna (Ostrava), Sabinou Hermochovou z kina Metropol (Olomouc), Petrem Vítkem z kina Bio Central (Hradec Králové), Nad'ou Hetešovou z kina Varšava (Liberec), Zdenou Sixtovou z kina Květen (Teplice), Richardem Vaculou z kina Odboj (Opava), Martinem Zemanem z Biografu Kotva (České Budějovice) a Jakubem Kosem z kina Dukla (Jihlava). Oslovení probíhalo u většiny respondentů pomocí e-mailu, u dvou respondentek, se kterými se známe již delší dobu, pak pomocí sociálních sítí.

## 2.5 Průběh rozhovorů

Rozhovory byly uskutečněny během března 2024, částečně formou osobního setkání, částečně formou telefonické konverzace. Výzkum jsem navrhnul tak, aby získal co nejkomplexnější pohled na širokou škálu témat, která jsem ve své bakalářské práci chtěl zpracovat a pojmenovat je. Všechny rozhovory probíhaly individuálně v klidném prostředí, respondenti byli většinou ve svém zaměstnání či u sebe doma, aby nebyli ničím rušeni a byli schopni poskytnout co nejkonzistentnější odpovědi. S velkou částí respondentů jsem se před výzkumným šetřením osobně znal, proto samotné rozhovory probíhaly v přátelském duchu a nebylo výjimečné, že jsme některá témata otevírali i nad rámec samotné předpokládané struktury rozhovoru. Je to i důvod, proč si s částí respondentů v rozhovoru tykám.

Délka rozhovorů se pohybovala mezi 20 a 60 minutami, ale většina z nich se pohybovala kolem 45 minut. Respondenti nebyli předem obeznámeni s cílem výzkumu, nicméně znali jeho téma a přibližnou skladbu otázek, které se během rozhovoru budou probírat.

Jako metodu analýzy dat jsem zvolil otevřené kódování, které se vyznačuje možností rozebrat jednotlivá data a dát je do souvislostí, díky kterým se z nich dají skládat záběry vedoucí k zodpovězení výzkumných otázek.<sup>14</sup> Data byla rozdělena do významově obdobných jednotek, díky kterým tyto souvislosti lépe vyplývaly na povrch.

---

<sup>14</sup> STRAUSS, Anselm L.; JEŽEK, Stanislav a CORBIN, Juliet M. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-85834-60-X.

Všechny rozhovory byly se souhlasem respondentů nahrány na diktafon a následně strojově přepsány pomocí softwaru Beey z důvodu usnadnění jejich analýzy. Všichni respondenti souhlasili, že takto sesbíraná data mohou pro účely bakalářské práce využít. K vyhodnocení nasbíraných dat byly následně využity aplikace MS Word, MS Excel a analytický software zaměřený na kvalitativní výzkumy ATLAS.ti.

### 2.5.1 Struktura rozhovorů

Rozhovory byly v jádru své struktury vždy stejné, resp. vycházely ze stejných podkladů a dodržovaly stejné postupy. Nicméně se nezdálo, že jsme některá téma rozšířili o důležité lokální i globální kontexty, které dramaturgové považovali za důležité. Pokud taková situace nastala, tak jsem jí nikterak nebránil a nechal dramaturgy a dramaturgyně pokračovat, abych nenarušoval přirozenou plynulost našeho rozhovoru. Primárně jsem se ale díky otázkám snažil zajistit, aby mi respondenti odpověděli tak, abych následně při analýze získal odpovědi na výzkumné otázky, které jsem si při tvorbě návrhu výzkumu stanovil.

Každý respondent dostal tuto sadu otázek, kterou jsem se snažil z různých úhlů pohledu zkoumat, jak přistupují k tvorbě programu a zda je vědomě či nevědomě ovlivňuje přítomnost multiplexu v okolí:

1. Jak vnímáte přítomnost multiplexu ve vašem městě? (pozitivně/neutrálně/negativně)
2. Vnímáte multiplex ve městě jako konkurenci?
3. Vnímáte změnu v návštěvnosti od otevření multiplexu ve vašem městě?
  - a. Chystali jste se nějak na otevření multiplexu?
4. Vnímáte, že o nějaké diváky spolu soutěžíte, nebo máte oddělená publika?
5. Sledujete aktivně program lokálního multiplexu a kolik má prodáno vstupenek na aktuální období?
6. Snažíte se vymezit vůči multiplexu v otázce ceny za vstupenku? Sledujete ceny v lokálním multiplexu?
7. Kolik stojí vstupenka ve vašem kině?
  - a. Jakou maximální cenu vstupenku si umíte představit?
  - b. Umíte si představit zdražení na základě technického vylepšení kina?

8. Jak u vás probíhá výběr, zda titul nasadíte, nebo ho z programu vynecháte?
  - a. Jsou nějaké tituly, u kterých víte, že nemá smysl je nasadit, jelikož budou v multiplexu úspěšnější?
  - b. Jsou nějaké tituly, u kterých naopak víte, že u nich máte nad multiplexem výhodu?
9. V jaké frekvenci do programu nasazujete alternativní obsah a speciální projekce, např. s debatou s tvůrci\*kyněmi?
  - a. Jakého typu tyto akce jsou?
  - b. Jak často takové akce zařazujete do programu?
  - c. U besed s tvůrci – jak probíhá kontaktování hostů? Jaký je o tyto akce zájem?
  - d. Fungují u vás takové akce z hlediska návštěvnosti?
10. Inspirovali jste se od multiplexu v nějakých ohledech?
  - a. Vnímáte, že v nějakém ohledu za multiplexem vyloženě zaostáváte? (technika, lokace, program, ...)
  - b. Vnímáte, že v nějakém ohledu máte před multiplexem náskok? (divácké jádro, speciální program, ...)
11. Jak dlouhý máte dramaturgický cyklus? (měsíční, čtrnáctidenní, týdenní, ...)
12. Víte, jaký počet titulů za rok odehrajete vy a kolik multiplex?
  - a. Kdo z vás za rok odehraje větší počet různých filmů?
13. Jak vnímáte označení „artové kino“?
  - a. Označili byste se tak?
14. Jak se vašeho kina dotknula pandemie onemocnění Covid-19?
  - a. Nabízeli jste divákům alternativní online program?
  - b. Jak probíhal návrat diváků do kin po rozvolnění opatření?
  - c. Změnila se přes pandemii preference diváků? Všimli jste si změn v tom, jaký obsah preferují?
15. Funguje ve vašem kině filmový klub?
  - a. V jaké podobě filmy v klubu uvádíte?
16. Navštěvujete pravidelně české nebo zahraniční filmové festivaly? Popřípadě jaké?

17. Má na návštěvnost filmu vliv ocenění z velkých filmových festivalů (Cannes, Toronto, ...) a ceny Oscar, Zlatý Glóbus, ...?

### 3 Výzkumná část

Tato část práce se věnuje analýze nasbíraných dat a reflexi rozhovorů a odpovědí dramaturgů v nich nasbíraných. V první části kapitoly budou rozebrána jednotlivá témata, která se řešila v rámci rozhovorů a budou popsány klíčové vzorce a souvislosti, které výzkum odhalí. V rámci diskuse pak budou tato data interpretována a zasazena do kontextu.

#### 3.1 Prezentace výsledků

Data sesbíraná z rozhovorů byla nejdříve analyzována zvlášť, následně jsem vytyčil témata, která má více rozhovorů společných. Pointou této části mé práce je pojmenovat tato společná témata a popsat je pomocí analýzy odpovědí respondentů a jejich citacemi.

Na základě analýzy deseti polostrukturovaných odpovědí vyvstalo těchto devět témat:

1. Vnímání lokálního multikina
2. Soutěžení o diváky
3. Povědomí o fungování lokálního multikina
4. Vývoj cen vstupenek
5. Dramaturgické postupy – podklad pro výběr filmu
6. Doplnění programu alternativním obsahem
7. Změny chování diváků následkem pandemie Covidu-19
8. Vliv filmových a festivalových cen na návštěvnost filmu
9. Nabízení obsahů v rámci filmového klubu

V následujících podkapitolách postupně rozeberu, jaké mezi respondenty převládají hlavní myšlenkové proudy na dané tematické okruhy. Mezi respondenty se nahodile prolínala i další společná témata, nicméně byla buď přiřazena k některým větším tematickým celkům, nebo byla pro nedůležitost pro cíl výzkumu vynechána.

Prvních šest témat (*vnímání lokálního multikina, povědomí o fungování lokálního multikina, dramaturgické postupy, doplnění programu alternativním obsahem a lokální kontexty ovlivňující dramaturgii a návštěvnost*) se přímo dotýká konkurence kin s multikinou

a mohou posloužit jako ukazatele toho, jestli jsou opravdu multikina vnímána jako konkurence a popis toho, jak je program skládán.

### 3.1.1 Vnímání lokálního multikina

Významným faktorem definujícím vztah kin a multikin z pohledu kamenných kin je samotný pohled dotazovaných respondentů na dotyčná multikina. Tato kategorie témat byla vždy otevřena jako první, aby odpověď nebyla zkreslená dalším povědomím o průběhu rozhovoru.

Velká část respondentů se k multikinům staví pozitivně a vnímá je jako důležitý prvek filmové kultury:

R2 (Sabina Hermochová): *„Mohlo by jich tady být míň. Ale zároveň jako je asi dobře, že tu jsou, protože to nějak jako podporuje i tu naši návštěvnost. Jsou filmy, u kterých se jako dají vnímat jako konkurence, ale zároveň jako si myslím, že se spíš doplňujeme“*

R4 (Milan Šimánek): *„Prostě je to naprostá samozřejmost. Jako sám jsem za to rád, sám, občas tam taky zajdu na film.“*

R5 (Richard Vacula): *„Pozitivně. I kdyby město nezvládlo – a do oprav dlouho nezvládlo – existenci posledního městského Kina Mír, stále tu bude možnost chodit na filmy na pořádné plátno, kdybychom vlivem osobní únavy padli my v Kině Odboj.“*

R10 (Jana Dulíková): *„Pozitivně – posouvá nás na stále lepší technickou úroveň.“*

Část dramaturgů má neutrální postoj, a vnímá je jako samozřejmý prvek nabídky pro diváky:

R1 (Jana Trnková): *„Nemáme vztah, jako konkurenci je nevnímám. Ma Možná při nějakých jako společných programech typu možná Metropolitní opera, kdy nabízíme ten samý obsah v jiném prostředí nebo přenosy divadel nebo třeba přímý přenos Dejvického divadla. Podobný věci, kdy se nabízí stejný obsah v jiném prostředí a musí se myslet třeba na cenu, jasně, a těm lidem je víceméně jedno nebo je pro takový jako masovější publikum, že jim vlastně jedno, kde to je, protože je zajímavá ten obsah.“*

R3 (Petr Vítek): „*Tak obecně ty multiplexy jsou prostě nějaký konstrukt, kde se začalo konzumovat filmový umění trošku jinak a má svoje místo, má svoje diváky, který jsou vlastně výrazně nebo dost jiný než naši. Je to takovej model filmovýho McDonaldu, kde je potřeba prostě rychle přijít, dát těm lidem pití a jídlo, dát jim ten typ filmu, který oni chtějí a zase odejít.*“

R6 (Jakub Kos): „*Vlastně asi ve dvou rovinách? Jedna rovina je vlastně jako jasná konkurence. Samozřejmě, na druhou stranu to vnímáme tak, jako že vlastně zase je to nějaký jako vyvažování a jsou prostě typy diváků, který nikdy k nám nepřijdou.*“

R8 (Martin Zeman): „*Je to, si myslím, už samozřejmost právě proto nebo vůbec obecně v krajských městech je to samozřejmost, takže my vnímáme přítomnost multiplexu jako samozřejmou.*“

R9 (Nad'a Hetešová): „*Prostě jsou běžnou součástí, oni ty multikina si zcela ten svůj prostor rychle zabrali a teď své diváky stáhli.*“

Zahrnut byl ale i negativní postoj k multikinům. Jsou vnímány jako přímá konkurence, se kterou se musí přímo soupeřit o diváky:

R7 (Zdena Sixtová): „*Já na to můžu koukat buďto očima občana Teplic, anebo očima vedoucí kina v domě kultury, jasně, jo, takže jako vedoucí kina v domě kultury, tak z toho samozřejmě nemám radost, protože to je konkurence, který se úplně jako nedá konkurovat. Ale jako občan Teplic se nedivím lidem, že do toho multikina jako jdou, jo, to multikino je hezký, veliký, je v tom obchodním centru, oni si tam nakoupěj, dají si tam tu kávičku, pak jdou do kina, mají tu zábavu spojenou i s tím nakupováním.*“

### **3.1.2 Soutěžení o diváky**

Druhé téma vzešlé z průběhu rozhovorů je obecná konkurence, která mezi multikiny a kamennými kiny vzniká. To se zdá být samozřejmým, nicméně jsem právě z rozhovorů zjistil, že tomu tak často nemusí být a mnoho respondentů situaci nevnímá jako přímo konkurenční, nýbrž spíše jako symbiotickou, kdy se mohou tyto dva podniky navzájem doplňovat až obohacovat a nabízet publikům co nejrůznorodější obsahy.



Většina dramaturgů uvedla, že sice existuje jistá skupina diváků, která mezi kamennými kiny a multikiny alternuje, ale přesto je velká část jejich divácké základny tvořena jejich skalními příznivci, kteří preferují specifickou atmosféru, kterou může nabídnout právě jejich kino. Snaží se proto tvořit program primárně tak, aby měl šanci zaujmout právě tuto skupinu.

R2 (Sabina Hermochová): *„Primárně jako dáváme do programu to, co si myslíme, že zaujme právě ty naše diváky.“*

R3 (Petr Vitek): *„Ale obecně tady vlastně tu konkurenci vnímám výrazně méně, protože myslím, že spousta lidí a těch dospělých diváků si vybírá, v jakém prostředí ten film bude konzumovat.“*

R5 (Richard Vacula): *„Bez vědomí konkurence bychom to dováleli do zániku smyslu počátečního nadšení.“*

R8 (Martin Zeman): *„No, tak do určitý míry samozřejmě ano, do určitý míry to konkurence je, protože ty diváci mají tedy na výběr, protože přesně princip konkurence a je to, jak říkám, v tom krajském městě je to úplně v pořádku, že tohle to konkurenční prostředí je. Oni dost často jedou prostě za nákupama a prostě mimo jiné si zajdou do kina, a pak je nějaká ta část těch lidí, který prostě do multiplexu ze zásady nechodí.“*

R9 (Nad'a Hetešová): *„Já myslím, že určitou část publika máme společnou, ale je to dáno jakoby naším technologickým zázemím aktuálním, kdy vlastně Varšava zatím neprošla rekonstrukcí.“*

R10 (Jana Dulíková): *„Z 90 % máme svou diváckou základnu.“*

Jedna dramaturgyně uvedla postřeh, že diváctvo může preferovat i technické vymoženosti či technologie obecně, které vybraná kina nemohou nabídnout. Typicky se jedná např. o Dolby ATMOS (jednu z nejmodernějších zvukových technologií na trhu vyznačující se

svým zpracováním prostorového zvuku)<sup>15</sup> nebo IMAX (sály vybavené nejmodernější zvukovou a obrazovou technologií)<sup>16</sup>.

R1 (Jana Trnková): „*Určitě, jsou filmy, který se promítají všude a jsou třeba jako hodně technicky pokročilý nebo slibují nějakou velkolepou podívanou, která si vyžaduje, nebo pak diváci vyžadují to nejlepší technický zázemí toho kina a možnosti a pak se rozhodnou, že půjdou do toho nejlepšího sálu, který třeba disponuje Atmosem nebo 3D nebo něčím pohodlnějším. Kor když jde o představení, který má tři hodiny, tak tam si myslím, že pak i naši diváci, který chodí často na naše filmy, naše představení, tak pak u určitých titulů, jako je třeba Duna nebo Oppenheimer, jdou do toho lepšího sálu.*“

Část dramaturgů vnímá konkurenci specificky u školních projekcí či obsahů pro děti s rodiči, kde multiplexy nabízí výrazně širší škálu doprovodných aktivit vzhledem ke své poloze (často v obchodním domě).

R3 (Petr Vitek): „*Cílová skupina rodičů s dětma rodičů spíš takových těch jako mainstreamových nebo víc komerčních, můžeme říct studiových pohádek, tak vlastně táhne ty děti do toho plexu, kde teda asi zároveň jako nakoupí nebo jdou s těma dětma na oběd, což mi úplně neumíme poskytnout.*“

R4 (Milan Šimánek): „*Spíš třeba v rámci školních projekcí, že jsem byl překvapenější, kolik škol je prostě zvyklý chodit do plexu.*“

Poslední skupina dramaturgů pak uvedla, že s multikinem přímo soupeří o diváky a nevnímají, že by se jednalo o dvě oddělené divácké základny, které spolu mají buď malý nebo dokonce žádný překryv.

R6 (Jakub Kos): „*Lidi si vlastně vybírají potom, jestli jdou k nám, anebo jdou do Cinestaru a tam už jsou další faktory toho typu, v kolik to je hodin, kolikrát denně*“

---

<sup>15</sup> Dive into sound reimagined with Dolby Atmos, 2024. *Dolby.com* [online]. [cit. 2024-04-16]. Dostupné z: <https://www.dolby.com/technologies/dolby-atmos/>

<sup>16</sup> The IMAX Experience, 2024. *IMAX* [online]. [cit. 2024-04-16]. Dostupné z: <https://www.imax.com/cs/cz/the-imax-experience>

*se hraje dabing, kolikrát se hrají titulky a taky, jaký jsou vlastně nějaký další s tím spojený finance. Myslím si, že jsou určitě různé typy publik, jedno je fakt čistě vlastně, řekněme, nějaký artový nebo vlastně, že vyhledávají tu jako domácí atmosféru toho kina, těch je jakoby nemalá část, ale není jich dostatek, aby naplnili každou projekci kina samozřejmě. Takže potom část těch diváků je taková, u kterých soutěžíme, a to jsou ty diváci, který chodí na ty Aristokratky ve varu a tyhle ty Ženy v běhu a podobný vlastně tyhle ty lifestyle komedie, který jako čistě upřímně, a to je jako samozřejmě nějaký dramaturgický dilemma, bych nejradši vůbec neuváděl, protože mi přijdou nekvalitní, ale vlastně, kdybysme je neuváděli, tak nemáme z čeho zaplatit ani sebe, ani provoz kina, ani nic jiného, takže vlastně o tyhle ty diváky my primárně jako soutěžíme, to je jako bezesporu, no.“*

R7 (Zdena Sixtová): *„Určitě, určitě, protože my jako nejedeme vlastně dramaturgii v tom kině, že bysme se stali nějakým artovým kinem nebo něco, máme filmový klub, kde vlastně pokryjeme to kino náročného diváka, ale jinak jedeme ty premiéry, který se vydávají úplně souběžně, takže to, co se hraje tam, to se hraje i u nás, ale bohužel oni s těma čtyřma sálama samozřejmě si toho můžou dovolit víc. Jsou takový ty skalní příznivci, který fakt nemusejí tyhle ty velký, velký multikina, jsou zvyklí ze svého života, že chodili do těchhle jednosálových kin a říkají, že nebudou podporovat žádnou komerci.“*

### **3.1.3 Povědomí o fungování lokálního multikina**

Zajímalo mě logicky také to, zda se dramaturgové kin zajímají o to, jak jejich lokální multikino funguje, zda ví, jaké obsahy diváctvu nabízí a jestli sledují, kolik je na jejich projekce prodáno vstupenek. Předpokládal jsem pak, že zvýšený zájem ze strany dramaturgů bude vnímaný převážně v menších městech či v kinech, která se cíleně obsahově nevymezují.

Část dramaturgů pravidelně sleduje, jaký program, v jaké četnosti a v jaké cenové relaci lokální multikina nabízejí a považují to za velmi důležitý aspekt své práce.

R4 (Milan Šimánek): „*Jo, občas se na to díváme, když nějaký film, kde si právě nejsme jistý právě, jak se to třeba prodá, tak se podíváme, jak se to prodává třeba ve Špalíčku.*“

R6 (Jakub Kos): „*Sledujeme, ale ona je to vlastně docela pro nás obtížná situace, kdy kino jakoby před covidem programovalo na měsíc dopředu, což samozřejmě dneska už vůbec není možný, ale pořád vlastně programujeme dva týdny dopředu. To znamená, že potřebujeme mít nějaký plán, rozvrh těch aktivit dýl než vlastně tři dny dopředu, jako to dělá Cinestar, to znamená, že my, i když se snažíme třeba vlastně navazovat na to, co dělají oni, to znamená, že když vidíme, že nějaký film už nenasaděj, tak víme, že my ho můžeme nasadit, protože k tomu zase nějaký lidi jakoby dotáhneme, protože už nebudou mít jinou možnost, kam jít.*“

R7 (Zdena Sixtová): „*No, snažíme se aktivně sledovat, ale vzhledem k tomu, že oni dělají týdenní program, tak já se vlastně ten jejich program dozvím, až když oni každou středu to pustí na stránky a vím ten program týden dopředu, my děláme čtrnáctidenní program.*“

R8 (Martin Zeman): „*Já jako dramaturg to musím velmi pečlivě sledovat, jinak to nejde a někdy mě překvapí. Teď například hrajou Monty Python a Svatý grál, hrajou to jednou denně, budou to hrát prostě třeba tejdén, ale to je naprostá výjimka tady v Budějovicích, že by hráli něco takovýho a myslím si, že ani žádná velká návštěvnost tam není, my jsme to hráli a prostě jsme měli návštěvnost dobrou, to je právě jedna z těch věcí, která se netrefuje do toho vkusu lidí, který prostě chodí do toho multiplexu, takže si myslím, že oni toho ani moc často nevyužívají, ale já to sleduju skutečně velice pozorně a taky podle toho nasazuju filmy, třeba, vlastně počkám nebo dám ten film, jednou počkám těch 14 dní, co to dává ten multiplex, nějaký prostě okrajový žánr.*“

Další část respondentů působení multikin sleduje spíše sporadicky, případně z vlastního osobního zájmu, ale nevnímají povědomí o fungování lokálního multikina jako klíčový aspekt vykonávání vlastní práce.

R1 (Jana Trnková): „*Koukám spíš ze zajímavosti, kam směřujou. Jinak spíš multiplexy sleduju z toho hlediska, že třeba občas oni nabízí filmy, který normálně nejdou do distribuce a dělají si vlastní distribuci, shání si vlastní tituly, tak to je pak zajímavý sledovat, odkud je berou, proč je mají, co to je za tituly. A koukám se třeba, když se spustí předprodej, tak jak rychle se to vyprodá.*“

R2 (Sabina Hermochová): „*Úplně aktuálně, jako že bych aktivně každé týden koukala, co hrajou, to úplně ne, ale občas se dívám, jestli třeba hrají ještě tenhle film, nebo už ho mám nasadit já, protože samozřejmě když vyletí z multiplexu, tak je to ideální doba pro naše nasazení, že ještě nalákáme i ty jejich diváky.*“

Poslední část dramaturgů pak o fungování multikina úmyslně nemá žádné povědomí, multikina je nezajímají a nesledují ani jejich program, kolik mají prodaných vstupenek ani žádné další aspekty jejich působení.

R3 (Petr Vítek): „*Ne, asi se nekoukám. Jediný, kdy se třeba dívám, když je nějaký film, o kterým nemám jistotu, jak bude fungovat.*“

R5 (Richard Vacula): „*To sledují naši fanoušci. Česko je vůbec sledovací země. Fandové i nefandové vás informují natolik, že nepotřebujete žádné analytické centrum.*“

R9 (Nad'a Hetešová): „*Já zase tím, že se se v oboru pohybuju jako už léta letoucí, tak vlastně vím, co hraje, aniž bych se na tom musela koukat sama, vím, co oni budou z toho hrát a co třeba z toho hrát nebudou, takže vůbec vlastně nekoukám.*“

R10 (Jana Dulíková): „*Nesledujeme, není důvod. Ze zkušenosti víme, že co funguje v jednom kině, nemusí fungovat v kině druhém.*“

### **3.1.4 Vývoj cen vstupenek**

V konkurenčním prostředí je důležité i to, jak si proti sobě subjekty stojí, co se týče ceny nabízeného produktu. Proto jsem v rozhovorech zkoumal i to, zda si dramaturgové umí představit navýšení ceny vstupenek mimo standardní případy jako zvýšení cen energií

apod. v situaci, kdy by došlo k výraznému zvýšení diváckého zážitku jako např. rekonstrukce, obměna sedaček, instalace lepšího zvukového systému atd.

Část dramaturgů si toto navýšení ceny vstupenek u sálů s lepší úrovní diváckého zážitku umí představit.

R1 (Jana Trnková): „*Vylepšení typu, že si třeba uděláme ATMOS, tak možná tyhle představení by mohly být za nějakou jako jemně speciální cenu.*“

R2 (Sabina Hermochová): „*Určitě, pokud bychom třeba udělali ten druhý sál, byly by tam nějaký třeba pohodlnější sedačky, něco jako nějaký jako trochu exkluzivnější zážitek nebo něco, tak klidně to může být srovnatelná cena s multiplexem.*“

R3 (Petr Vítek): „*To téma vlastně tady je posledních pět let v rámci digitalizace, kdy vlastně kinaři řeší, jestli můžou za nějakou technickou vychytávku chtít peníze. Dovedu si představit, že by v tom sále, a někde se to jakoby děje, bylo 20 jako super mega pohodlných sedaček v nejlepším místě, který jako v tom kině je a že by ta sedačka byla dražší.*“

R7 (Zdena Sixtová): „*Určitě, ty lidi se tam budou po rekonstrukci cejtit o hodně líp, sice pořád budou muset do toho kina, který bude takhle jako dolů po schodech, jo, protože to kino je vlastně, když řeknu, ve sklepě, tak to je blbý, ale je to prostě pod úrovní toho prvního patra nebo toho přízemí, takže budou muset pořád dolů do toho kina, ale ten prostor nahoře bude otevřenější, vzdušnější.*“

R9 (Nad'a Hetešová): „*Já myslím, že jakoby jo. To kino se bude rekonstruovat od podlahy a opravdu se bude sanovat odspodu, aby to nezatékalo.*“

R10 (Jana Dulíková): „*Ano, umíme, například za prostorový zvuk ATMOS.*“

Druhá část o tom buď neuvažuje, nebo takovou korekci ceny nepřipouští.

R5 (Richard Vacula): „*Divák ocení atmosféru kina více než technické vylepšení. Vylepšení je vědomou manipulací svého cílového publika. Vylepšení je třeba posuzovat od posledního aktuálního stavu.*“

R6 (Jakub Kos): „*Vlastně o tomhle vůbec se u nás debaty nevedou.*“

R8 (Martin Zeman): „*Nemyslím si a vlastně já jsem od začátku byl spíš odpůrce toho, aby se do těch malých kin dávala třeba technologie 3D.*“

### 3.1.5 Dramaturgické postupy – podklad pro výběr filmu

Důležitou, až nedílnou, součástí dramaturgického procesu je samotný výběr filmů, které se dramaturg rozhodne do své programové nabídky zařadit a které se rozhodne vynechat. Výzkum se snažil objevit jakýsi klíč, pomocí kterého vybraní dramaturgové tento výběr provádějí.

První kategorie výběru titulů je nasazování téměř všech snímků, které jsou k dispozici, zejména proto, aby si každý divák mohl vybrat, na jaký titul dorazí do kina.

R6 (Jakub Kos): „*A to je moje rozhodnutí, že nasazujeme filmy všechny, který jdou do distribuce. A je to čistě moje osobní rozhodnutí v tom smyslu, že mám prostě, a teď to zní jako klišé, ale fakt to tak mám jako pocit nebo dojem, že pokud jsme jediný kino v Jihlavě, protože multiplex nepočítám úplně jako kino jako takový, tak by ty diváci měli možnost mít, vidět všechno, co je vlastně k dispozici.*“

Druhou skupinou je pak názor, kdy spousta dramaturgů dá na osobní vjem či individuální žitou zkušenost nebo pocity. Snaží se pak hledět zejména na kvalitu filmu, herecké obsazení, další členy štábu, vlastní dojem z celého filmu či na to, zda snímek zapadá do dlouhodobé linie, kterou se dramaturgové snaží ve svých kinech držet.

R7 (Zdena Sixtová): „*Odpíchnu se od režiséra, odpíchnu se od nějakých hlavních představitelů, vím, že Tom Hanks nebude hrát v nějakém béčkovém filmu.*“

Předposlední skupinou jsou pak dramaturgové, kteří uvedli, že mají vysokou míru znalostí o svém publiku a mohou díky tomu stavět program tak, aby vyhovoval jejich cílové skupině.

R10 (Jana Dulíková): „*Máme výhodu vynikající znalosti lokálního prostředí a svých diváků, vždy připravujeme programovou nabídku především pro ně, protože víme, co chtějí ve svém kině vidět.*“

Nejčastější byla ale různá kombinace všech těchto prvků, kdy se ukázalo, že samotný výběr titulů je téměř až nepopsatelný proces, do kterého vstupuje částečně analytika prováděná dramaturgy a částečně jejich subjektivní pohled. Ukazuje se tak, že výběr, jaké filmy budou v kinech uvedeny, je neuvěřitelně komplexní proces, který nelze jednoduše popsat, ani nelze objevit kompletní výčet všech faktorů, které do něj vstupují.

R1 (Jana Trnková): *„Hodně můj osobní pocitovej pohled, ale u nás nejvíc funguje artový mainstream. pokud jsou v nabídce filmy, který víme, že třeba by jinde prostor nenašly, tak spíš pak nasadíme ty.“*

R2 (Sabina Hermochová): *„Na základě nějaký znalosti našeho publika a takhle prostě vím, že cílím spíš na něco artovějšího. Kouknu na titul, kouknu na režiséra na herce, na trailer. Prostě, pokud to vyhodnotím, že to kravina, tak to prostě nehrajam.“*

R3 (Petr Víték): *„Tak má to vlastně jako dva takový kroky, jeden je jakoby dlouhodobý uvažování nad věcma, který určitě chceme zařadit, to znamená velký filmy, velký premiéry, který mají to vlastně premiéru deklarovanou někdy hodně dopředu. To kino hradecký má nějakou jako dramaturgickou linii, a tak tam prostě vlastně jedeme cestou, že jsou filmy, který rovnou vypadnou.“*

R4 (Milan Šimánek): *„Intuice, to člověk prostě je v tom zavedený a prostě je to nějakým způsobem intuitivní věc v podstatě. To znamená, prostě vidíš ten program a hned prostě vidíš, jestli to je film do Artu nebo ne a hned vidíš, jestli to je film, který v Artu může rezonovat.“*

R8 (Martin Zeman): *„No, tak to se jako říká vlastně dost lehko a zároveň je to dost složitý v tom, že jak ten film sleduju roky, a i jsem ho studoval, tak většinou už vím, co je dobrý a co je špatný prostě. Distributoři se samozřejmě snaží vás přesvědčit, že všechny jejich filmy jsou nejlepší, ale vy i poznáte, jak moc vlastně tý propagaci oni sami dávají a jak moc jim na tom záleží, někdy se snaží propagovat i špatnej film, ale prostě kolikrát už od traileru poznáte, že ten film prostě je mizernej.“*



R9 (Naďa Hetešová): „*Vlastně ty filmy vybírám na základě svých jako znalostí a zkušeností poměrně. Vím, jaký máme diváky, vím, kdo do Varšavy chodí, vím, na co mi choděj, vím, co je zajímavá vlastně tak nějak jako veskrze.*“

### 3.1.6 Doplnění programu alternativním obsahem

Programy lokálních kin jsou velmi často doplňovány tzv. alternativním obsahem, který zvyšuje atraktivitu programu a podepisuje se tak přeneseně na kompletní návštěvnosti celého kina. Jako alternativní obsah je pak myšlen jakýkoliv nabízený obsah nad rámec standardní filmové projekce – doprovodné akce, debaty po filmu, živé přenosy, záznamy oper či divadelních her, přednášky atd. Výzkum zkoumal, do jaké míry dramaturgové opravdu vnímají tuto složku programu jako nedílnou a zda se pro ně jedná o důležitou část nabídky jejich publikům.

Část dramaturgů tento program uvádí nepravidelně, ale vnímají ho jako důležitý a nechtějí ho z programu vyřadit, ač se třeba nejedná o natolik důležitou součást, co se týče návštěvnosti.

R1 (Jana Trnková): „*Není to jakoby nějak pravidelně, snažím se mít tady každý měsíc v nedělní odpolední čas NT live, A pak jsou to jakoby nárazový nebo nárazový tituly.*“

R2 (Sabina Hermochová): „*Nechtěla bych, aby se to zrušilo, ale zároveň to není pro nás až tak podstatný.*“

R3 (Petr Vítek): „*Vybírání toho alternativního obsahu vlastně se musí dělat s větší pečlivostí, protože se tam dá přijít jakoby o víc peněz, dá se na tom výrazně tratit.*“

R4 (Milan Šimánek): „*Tak ono se to má hodně tak, že u nás vycházíme z toho, že tady existuje Scala. Takže co se týče debat s hosty, tak to bylo tak, že vlastně já jsem začal zvat aktivně tvůrce někdy 2016, ale distributoři nás automaticky začali přeskakovat a začali prostě eventy dělat tam. Ted' se ta frekvence zase zvyšuje. A pravda, že třeba na filmy podpořený Filmovou kanceláří vůbec nemá smysl. Protože to jde automaticky do Špalíčku, protože tam musí dát vždycky nějakých milion*

*volných vstupenek. Jinak děláme jarmarky, máme videoherní program, děláme filmový kvízy. “*

R9 (Nad'a Hetešová): *„Myslím si, že přidaná hodnota debaty je nesporná, ale samozřejmě může úplně film s debatou zapadnout stejně, pokud jakoby je to něco, co nemá velkou podporu jako v té široké distribuci od toho distributora a tím pádem to vlastně musí to kino vytáhnout samo. “*

R10 (Jana Dulíková): *„Fungují pouze s atraktivním hostem, jinak ne. Zájem je úměrný atraktivností hostů. “*

Část dramaturgů vnímá alternativní obsah jako velice důležitou součást programu, dokonce na něm zbytek programu buduje a snaží se ho před standardními projekcemi upřednostňovat.

R6 (Jakub Kos): *„Objevuje a máme vlastně jako relativně pozitivní jako zpětnou vazbu, protože ty diváci to očividně vlastně ceněj, že někdo jakoby přijede, ale ono pro nás je vlastně strašně těžká v tomhle pozice, jo, a já zas chápu distribuční společnosti a producenty, tvůrce, že jako nemají vlastně čas jezdit do všech kin po republice, ačkoliv všechna kina v republice by je jako chtěla, takže v tomhle tom je to pro nás vlastně jako obtížná pozice sehnat nějaký ty delegace. “*

R8 (Martin Zeman): *„Takovejhle věci děláme hrozně moc a dělají se cestovatel-ský přednášky, dělají se opery, dělají se prostě koncerty, přenosy a tak dál, přenosy divadelních her a takže toto nasazujeme naprosto jako záměrně a někdy vlastně mám až dojem, že toho je až moc, že je prostě omezený počet lidí, který do toho kina vůbec dneska chodí. “*

Část dramaturgů nevnímá alternativní obsah jako příliš důležitý, resp. nepozorují ve svém kině vysoký zájem a nevdají jim proto upřednostnit jiný typ obsahu.

R7 (Zdena Sixtová): *„Já se teďka tak jako bojím, protože ta návštěvnost je skutečně, jsem vám říkala, fakt jako někdy tak nízká, že se bojím tu delegaci pozvat, aby to nebyla taková jako ostuda. “*

Všichni hosté uvedli, že se hosty snaží zvát v různé míře intenzity, nicméně několik respondentů navíc uvedlo zajímavé poznámky ohledně toho, jakým způsobem pracují s doplněním programu o hosty a delegace.

R1 (Jana Trnková): „*My tady máme debatu, dejme tomu, téměř každé pondělí přináším cyklus dokumentární pondělí, to je specifický cyklus dokumentárních filmů, který často promítají lokální filmy, takže jakoby ty umělci, autoři jsou tady na dosah ruky, víceméně ten kurátorovaný obsah ještě kolegyní.*“

R3 (Petr Vítek): „*Primárně se to děje v rámci Jednoho světa, kde vlastně k dokumentárním filmům s hosty uvádíme většinu těch primetimových uvedení a pak k nějakým speciálním akcím*“

R4 (Milan Šimánek): „*Vlastně jde o to, že v rámci cyklu „Malý, ale naše“ zveme k takovým těm lacklasterovým filmům hosty, ted' jsme třeba měli Erharta.*“

R8 (Martin Zeman): „*Ted' máme třeba takovou speciální akci, která se jmenuje hvězdy v kině a zveme herce a spisovatele, třeba scenáristy a hudebníky a vlastně s nima je nějaká buď debata, nebo udělají koncert, nebo udělají autorský čtení anebo přednášku.*“

### 3.1.7 Změny chování diváků následkem pandemie Covidu-19

Velmi aktuálním tématem na poli programové dramaturgie je vracení diváků do kin, kdy důsledkem pandemie Covidu-19 byla kina na několik měsíců úplně uzavřena a na další, výrazně delší, období byl ještě výrazně omezen jejich provoz, kdy pro vstup do kina bylo potřeba splnit jednu z řady podmínek. Pro doplnění kontextu je nutné poznamenat, že rok 2019 (tedy poslední rok před pandemií) byl historicky nejúspěšnějším rokem v historii českých kin.<sup>17</sup> Bavíme-li se tedy o vracení diváků, myslíme právě k tomuto roku, respektive letům předešlým, které měly pravidelně stoupavou frekvenci. S touto skutečností jsou všichni dramaturgové obeznámeni.

Jedna skupina dramaturgů uvádí, že se jim návrat k původním daří a pomalu se k němu přibližují. To dle nich může mít různé důvody, od vybudování věrné fanouškovské základny, přes rozšíření portfolia aktivit až po komplexní proměnu dramaturgie.

---

<sup>17</sup> Přehledy, statistiky, 2024. *Unie filmových distributorů* [online]. [cit. 2024-04-17]. Dostupné z: <https://ufd.cz/prehledy-statistiky>

R1 (Jana Trnková): *„Myslím, že nám se ten návrat dařil o něco líp než třeba jakoby běžnému multiplexu díky právě oddané divácké základně, kterou jsme si vybudovali.“*

R2 (Sabina Hermochová): *„Mnohem míň se chodí na ty české komedie, které tady vlastně předtím docela hodně frčely. Ale můžu dávat zase víc prostoru pro ty ostatní filmy, mám vlastně radost.“*

R5 (Richard Vacula): *„Ti, kteří se věnovali svým divákům pečlivěji, o svou cílovku nepřišli.“*

R6 (Jakub Kos): *„Asi se nedá na ty stejné čísla jako před covidem dosáhnout vlastně stejnými aktivitami, že prostě musíme ty aktivity jako proměnit a je to přesně to, že musíme dělat jakoby víc debat, vlastně je to ta eventizace, což je prostě jasný trend.“*

R10 (Jana Dulíková): *„Nezměnila, diváci vyhledávají především dobrý film, na žánru nezáleží.“*

Další skupina uvádí, že se jim na původní úroveň návštěvnosti nedaří dosáhnout ani přes různé aktivity, které publikům nabízí, např. kvůli globálním proměnám, kterými filmový průmysl prošel.

R4 (Milan Šimánek): *„Já třeba si myslím, že spoustu lidí se začalo koukat během pandemie třeba na Netflix, na HBO a třeba paradoxně ne, že je to z kina vyhnalo, ale naopak třeba se začali koukat na film a zjistili, že je to vlastně zajímavá.“*

Poslední skupina pak nemá pro posouzení dostatek dat kvůli svým specifickým podmínkám, ve kterých se jejich kina nachází. Zde se může jednat o rozsáhlé rekonstrukce či obměnu týmu kina.

R3 (Petr Vítek): *„Neumím to úplně přesně popsat. A zatím vlastně žádná relevantní studie moc jako nevyšla, ale jenom takovým tím pohledem na nějaký filmy se víc chodí.“*

R7 (Zdena Sixtová): „*U nás teďka prostě poslední dva roky to kino chvíli hraje, chvíli nehraje, tak jako to se teďka říká, jak se ty lidi vrátili, protože oni, když už se mohli vrátit, tak my jsme to zase zavřeli.*“

R8 (Martin Zeman): „*To kino vlastně dramaturgicky bylo postavený jinak, než ho stavíme my a dost kopírovalo to multikino plus doplňovalo věci, který multikino nehrálo, ale jinde se na to chodilo, takže netuším, že by změnilo, myslím si, že až teď jakoby postupně.*“

R9 (Naďa Hetešová): „*U nás je to asi jiné. Zaprvý já jsem teda nastupovala až za covidu, ale u nás je to tak, že před covidem kino promítalo dvakrát týdně, takže třeba osmkrát měsíčně, takže se nebylo vlastně k čemu vracet.*“

### **3.1.8 Vliv filmových cen a festivalových cen na návštěvnost**

Posledním zkoumaným tématem bylo, zda na návštěvnost titulu může mít vliv ocenění z filmového festivalu či některé z velkých filmových ocenění, která se během roku předávají, resp. spíše to, zda tento faktor dramaturgové při stavbě programů berou v potaz.

První skupina uvádí, že ocenění filmu mají na jeho působení v české distribuci vliv a mohou zásadně změnit způsob, jakým směrem se divácký zájem veřejnosti bude ubírat.

R1 (Jana Trnková): „*Určitě to má vliv na to, že se ten film vůbec dostane třeba distribuce, což je první krok k tomu, aby se objevil v kině a aby na něj lidi mohli zajít.*“

R2 (Sabina Hermochová): „*Tím se vlastně o tom diváci dozví a přijdou na to do kina*“

R8 (Martin Zeman): „*Pro nás je snazší nabídnout znovu ty filmy, který jsou oceněný a nabídnout jich víc najednou. Děláme to a funguje to. Opravdu mě až vlastně někdy zaskočí, že to opravdu funguje.*“

R9 (Naďa Hetešová): „*Jo, už sleduju tohle všechno, jako co vozí, kde, jaký ceny. A máme, teďka jsme měli, třeba ten oscarový týden. A přišli opět lidi, i když na*

*toho Oppenheimera už to bylo vyhraný, tak stejně jako přes těch 50, 60 lidí přijde.“*

Další skupina pak uvádí, že tento vliv nepozorují a že v jejich kině filmy oceněné nemají nikterak lepší výsledky než tituly, které cenu získají.

R3 (Petr Víték): *„Vlastně už jako léta zjišťujeme, že to, že něco vyhraje, obzvláště jako nějaký evropskej jako festival, automaticky neznamená, že se na to bude chodit.“*

R4 (Milan Šimánek): *„Ne, cena samotná je k ničemu, je spousta oceněných filmů, který stejně absolutně zapadnou. Ten film potřebuje, vedle té ceny takový to haló. To ocenění jako třeba jako Oscar, i to, že film vyhraje Oscara, automaticky neznamená, že lidi budou mít zájem. Často se stalo, že i v tu dobu, kdy ten film ten Oscar vyhrál, nebo jsme to hráli po tom, co vyhrál Oscara, stejně nepřišla ani noha.“*

R6 (Jakub Kos): *„My to zkusíme a vidím, že to nejde, že to ten vliv nemá.“*

R7 (Zdena Sixtová): *„To si nemyslím, protože vždycky na těch festivalech vyhrávají divný filmy.“*

R10 (Jana Dulíková): *„Bohužel u nás nemá, přesto nevynecháme v programu uvedení aktuální kolekce oceněných filmů.“*

Poslední skupina pak uvedla, že sice tento fakt nemá vliv na úspěšnost titulu, ale může se podepsat na tom, že bude film vůbec do jejich programu uveden.

R5 (Richard Vacula): *„Nemá. Ale na náš úsudek pro další reprízu ano.“*

### **3.1.9 Nabízení obsahů v rámci filmového klubu**

Zejména v minulosti byl důležitou částí programu tzv. filmový klub, ve kterém se velmi často uváděly snímky vybočující ze standardní dramaturgie daného kina, často pak výrazně „artovější“. V dnešní době zažil tento pojem výraznou obměnu a často zastřešuje

jakoukoliv skupinu diváků, která se pravidelně schází v kině. Cílem výzkumu proto bylo zjistit, v jaké podobě a četnosti se tyto filmové kluby v současnosti v kinech objevují.

Velká část respondentů uvedla, že se jim filmový klub daří uvádět pravidelně.

R1 (Jana Trnková): *„To dokumentární pondělí, to má třeba stálou návštěvnost nebo tam jsou ty úvody a podobně, jinak ne.“*

R2 (Sabina Hermochová): *„Každý pondělek máme projekci s odborným úvodem vlastně, nebo ne každý, ale většinou se snažíme v pondělky aspoň dvakrát měsíčně.“*

R6 (Jakub Kos): *„Má to vlastně svoje vlastně pevný jako návštěvníky, který prostě tam chodí a takový skalní fanoušky. Mají standardně pondělky 19:30, vlastně kromě prázdnin celý rok a snažíme se občas jim jako dávat i prostor třeba v sobotu nebo v neděli na nějaký jako mimořádný víkendový projekce.“*

R7 (Zdena Sixtová): *„Ano, filmový klub je vlastně tady, občanský sdružení v Teplicích, který nemají svoje prostory a využívají naše prostory, takže filmový klub je jednou týdně a každou středu od 19 hodin. A oni vlastně si tu dramaturgii dělají sami, takže oni mi napíší, jaký filmy chtějí hrát. A před každým filmem mají určitě úvod.“*

R8 (Martin Zeman): *„Lektorské úvody jsou vždycky, to je základ filmových klubů. Kde to nemají, tak si myslím, že právě to upadá, až ty lidi přestanou chodit postupně, takže lektorský úvod dělám.“*

Část respondentů pak uvedla, že filmový klub alespoň jednou za čas do programu zařazuje.

R3 (Petr Vítek): *„No, vlastně komplikovaně, jedinej z mého pohledu funkční, ale taky nefunkční, je Akademický filmový klub, kdy už léta vlastně spolupracujeme s univerzitou hradeckou. A během těch 15 let vždycky vygeneruje nějakou partu, která si ten klub chce tady dělat, a pak zase odcházejí a přicházejí, takže to není kontinuální.“*

R9 (Naďa Hetešová): *„Snažíme se, potřebovali bysme jakoby teďka asi aktuálně ten, spíš rozšířit ten tým toho filmovýho klubu, co na tom pracuje, protože ty úvody vlastně jako stíháme naživo sem tam.“*

Tři respondenti uvedli, že filmový klub nenabízí vůbec.

R4 (Milan Šimánek): „*U nás by to bylo vlastně úplně zmatečný, co by v rámci toho filmovýho klubu mělo a nemělo být.*“

R5 (Richard Vacula): „*Filmový klub jako fosilie AČFK prodávající kartičky na filmy, které klubům nedistribuuji, ztratil smysl.*“

R10 (Jana Dulíková): „*Filmový klub u nás nefunguje.*“

### **3.2 Diskuse**

Cílem výzkumu bylo zjistit, jakým způsobem je dramaturgie lokálních kamenných kin ovlivňována přítomností multikina v daném městě a odpovědět tak na výzkumnou otázku.

*„Jak ovlivňuje přítomnost multiplexu ve městě obsahovou nabídku „artových“ kin?“*

Na základě výzkumu již nyní můžeme říci, že přítomnost multiplexů artová kina může ovlivňovat významně, ale zároveň na ně nemusí mít vůbec žádný vliv a tyto případy se pak liší u každého kina s výrazným důrazem na lokální kontext. Nejčastěji je ale odpověď někde mezi na této pomyslné škále a dá se říci, že téměř vždy existuje alespoň nějaká úroveň vzájemného ovlivnění.

K tomu měly sloužit čtyři výzkumné podotázky, u nichž se odpovědi také výrazně liší, nicméně lze mezi všemi respondenty nalézt společné prvky, které nám mohou napomoci k vyhodnocení odpovědí na výzkumné podotázky.

*„Jaké dramaturgické postupy používají artová kina?“*

Dramaturgie různých kin se pochopitelně liší, nicméně naprosto u všech respondentů se dá říci, že program skládají na základě svých vlastních interních intuicí a předpokladů o znalosti daného prostředí a filmového umění obecně. Málokdo uvedl, že se aktivně zajímá o komplexnější data, než jsou obecně statistiky návštěvností poskytované Uníí filmových



distributorů, kde lze volně nahlédnout do statistik dvaceti nejnavštěvovanějších filmů posledního týdne.<sup>18</sup>

*„Jaké mají dramaturgové artových kin povědomí o fungování multiplexů?“*

Dá se říci, že napříč respondenty převládá alespoň základní povědomí o tom, jak funguje lokální multikino, nicméně neplatí, že by všichni dramaturgové své lokální multikino pravidelně a systematicky sledovali a dělali si rozsáhlejší analytiku cen vstupenek, návštěvností nebo nabízeného obsahu. Toto sledování se pak zintenzivňuje v případech, kdy se v obou kinech nabízí stejný obsah či typ obsahu ve stejném období jako jsou např. přenosy alternativního obsahu či premiéry divácky žádaných titulů.

*„Jak se dramaturgové obsahově vymezují vůči multiplexům ve svém blízkém okolí?“*

Dramaturgové se často úmyslně nevymezují, navzdory původnímu předpokladu při tvorbě výzkumu. Toto vymezení často vychází z logických důsledků samotné existence multikin, což je tak silný faktor ovlivňující lokální trhy, že nějaké změny v dramaturgické skladbě kin a jejich programové nabídce vzniká až mimoděk, či s jistou mírou samozřejmosti, která nemusí být nutně očekávaná.

*„Jak dramaturgové obecně vnímají multiplexy?“*

Zde se respondenti rozdělili podobným dílem do tří skupin, kdy první je vnímají jako kýžené obohacení prostředí, ve kterém následkem toho mohou působit s větší mírou svobody a kreativity, druzí je vnímají naprosto neutrálně jako čistě faktickou záležitost, se kterou sice ví, že musí nějakým způsobem pracovat, nicméně je ale nevnímají jako přímé ohrožení a třetí skupinu, která multikina vnímá jako přímou konkurenci, která jim komplikuje provoz a jsou v přímém souboji o každého návštěvníka i přes jejich rozdílné divácké preference.

Vrátíme-li se tedy k hlavní výzkumné otázce, můžeme vidět, že odpověď na ni je nyní daleko konkrétnější, ač přesto nelze dosáhnout jistých výsledků, díky kterým by se dalo

---

<sup>18</sup> TOP 20 ČR, 2024. *Unie filmových distributorů* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: <https://ufd.cz/top-20-cr-duben-april-2024>

přesně určit, jak konkrétně zkoumaný vliv vypadá. Existuje proto mnoho indikátorů, které lze při tomto výzkumu zkoumat a zjišťovat pomocí nich, jakým způsobem je úsudek dramaturgů ovlivňován právě přítomností multikina. Mezi ně může patřit dle dramaturgů např. ceny vstupenek, přístup vedení města, vzdálenost multikina, rozdílnost programové nabídky, široká nabídka aktivit, kterou nabízí obchodní domy a mnoho dalších faktorů, mimo jiné třeba i ceny parkování ve městě.

Jedněmi z aspektů mohou být ale i tak základní ukazatele jako průměrné mzdy v krajích, které se liší až o vyšší jednotky tisíc korun<sup>19</sup> nebo počet obyvatel, který mezi porovnávanými kraji liší i o stovky tisíc obyvatel.<sup>20</sup> Dále zde hrají roli ukazatele takřka nepopsatelné, od stáří obyvatelstva, přes vzdělání, které zase může mít vliv na návyk obyvatel navštěvovat kulturní akce. Obecně pak může vztah kin a multikin ovlivňovat i stáří srovnávaných kin, jejich technické zázemí a mnoho dalších aspektů, které mnohdy nejdu objektivně zkoumat.

Je tedy nutné pamatovat na to, že ač výzkum přináší jisté závěry, nedají se zdaleka zobecnit na celé území ani přes to, že se výzkumu zúčastnili všichni vytipovaní dramaturgové odpovídající daným kritériím a neexistuje tak nikdo další, kdo by se výzkumu mohl zúčastnit. Při rozhovorech ukázali rozlišnou úroveň znalostí i zkušeností v rámci svého oboru a povědomí o fungování kin obecně. Ač se díky tomu nabízí možnost zobecňování výsledků, nevnímám to jako vhodný krok, zejména kvůli tomu, že každý jeden respondent uvedl jako nejdůležitější prvek jejich fungování lokální kontext. Ty jsou logicky napříč Českou republikou diametrálně rozlišné a není tak možné určit přesné faktory, které do dramaturgického procesu vstupují a ovlivňují ho.

---

<sup>19</sup> Mzdy v krajích, 2022. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xb/mzdy-v-krajich-cr>

<sup>20</sup> Kraje pohledem statistiky, 2023. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/kraje-pohledem-statistiky>

## Závěr

Cílem práce bylo popsat na základní úrovni vztahy mezi tzv. artovými kiny a multikiny pomocí rozhovorů s dramaturgy prvního uvedeného typu kin. Základním zjištěním je, že tento vztah samozřejmě existuje, je velmi výrazný a podepisuje se do každodenního fungování všech zúčastněných kin.

Ukazuje se ale také, že je problematika vztahů těchto dvou typů kin mnohem komplexnější, než se mohlo na první pohled zdát a není mezi nimi zdaleka taková úroveň konkurence, jaká by se dala čekat, naopak by se dalo říci, že hlavním výstupem výzkumu je to, že tato kina se často doplňují a měla by se snažit nabízet vyvážený obsah tak, aby zaujal co nejširší škálu publik.

Publika pak mohou opět na první pohled být oddělená, ale často tomu tak není. Naopak se velká část diváctva ráda vrací do obou typů podniků, jelikož nabízí naprosto diametrálně odlišný typ konzumace filmového zážitku a nelze říci, který z nich je horší a který lepší. Toto reflektuje i velká část dramaturgů a neberou multikina jako soupeře, nýbrž spíše paralelně fungující organizaci, která nenabízí stejný obsah, ač se to tak může zdát. Naopak i projekce stejného titulu v obou těchto kinech může být naprosto odlišným zážitkem.

Ne všechna kina jsou však ovlivněna pozitivně, zejména vstoupí-li do mixu všech aspektů i neovlivnitelná komplikace typu rekonstrukce budovy, kdy diváci při uzavření jednoho z kin ztrácejí svobodu volby a danému kinu se následně jen velmi těžko získává diváky zpět.

Doufám proto, že práce poslouží alespoň částečně jako popis vztahů mezi kamennými kiny a multiplexy, které jsou neuvěřitelně komplexní a přispěje k jejich dalšímu zkoumání. Synergii mezi těmito typy kin vnímám jako bezpodmínečně nutnou pro zdravé fungování městského kulturního prostředí, ve kterém mají oba tyto typy institucí své pevné místo.

## Summary

The aim of the thesis was to describe at a basic level the relations between the so-called art cinemas and multiplexes by means of interviews with dramaturgs of the former type of cinemas. The basic finding is that this relationship obviously exists, it is very significant and it is reflected in the daily functioning of all the cinemas involved.

However, it also shows that the issue of the relationship between these two types of cinemas is much more complex than it might seem at first glance, and there is not nearly the level of competition between them that one might expect; on the contrary, one could say that the main outcome of the research is that these cinemas are often complementary and should try to offer balanced content to appeal to the widest possible range of audiences.

Again, the audiences may appear separate at first glance, but this is often not the case. On the contrary, a large part of the audience likes to return to both types of venues, as they offer a completely different type of film consumption experience and it is impossible to say which one is worse and which one is better. This is also reflected by a large number of programmers, who do not see multiplexes as a rival, but rather as a parallel organisation that does not offer the same content, although it may seem so. On the contrary, even a screening of the same title in both these cinemas can be a completely different experience.

However, not all cinemas are positively affected, especially when an uncontrollable complication such as a building renovation enters the mix of all aspects, where the audience loses its freedom of choice when one of the cinemas closes and the cinema in question subsequently finds it very difficult to win back its audience.

I hope, therefore, that the thesis will serve at least in part as a description of the incredibly complex relationships between arthouse cinemas and multiplexes, and contribute to further research into them. I see the synergy between these types of cinemas as absolutely necessary for the healthy functioning of an urban cultural environment in which both types of institutions have a firm place.

## Seznam použité literatury

BEDNAŘÍK, Pavel; ČERNÍK, Jan; FOREJT, Jiří; HLAVICOVÁ, Lucie; NOVÁ, Tereza et al. *Filmouka: průvodce světem filmu a audiovize*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2023. ISBN 978-80-244-6368-1.

BRYMAN, A., 1988. *Quality and quantity in social research*. 1988 ed., London: Routledge.

ČERNÝ, Martin. *Vliv digitalizace na uvádění dokumentárních filmů v kontextu jednosálových kin*. Bakalářská práce, vedoucí Czesany Dvořáková, Tereza. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra filmových studií, 2016.

CRESWELL, John W. *Qualitative inquiry & research design: choosing among five approaches*. 3rd ed. Los Angeles: SAGE, c2013. ISBN 978-1-4129-9530-6.

Dive into sound reimaged with Dolby Atmos, 2024. *Dolby.com* [online]. [cit. 2024-04-16]. Dostupné z: <https://www.dolby.com/technologies/dolby-atmos/>

FERJENČÍK, Ján a BAKALÁŘ, Petr. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu: jak zkoumat lidskou duši*. Vydání druhé. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-815-9.

HORSÁKOVÁ, Monika; KOCÍ, Irena a ZELINSKÝ, Miroslav. *Proměny dramaturgie I: profesní a pedagogická východiska současné dramaturgie*. V Opavě: Slezská univerzita, 2017. ISBN 978-80-7510-267-6.

HORŮNEK, Zdeněk. *Úvod do praktické dramaturgie*. Brno: Janáčkova akademie múzických umění v Brně, 2009.

JACKSON, Ronald L.; DRUMMOND, Darlene K. a CAMARA, Sakile. What Is Qualitative Research? Online. *Qualitative research reports in communication*. 2007, roč. 8, č. 1, s. 21-28. ISSN 1745-9435. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/17459430701617879>. [cit. 2024-04-05].

Kraje pohledem statistiky, 2023. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/kraje-pohledem-statistiky>

Mzdy v krajích, 2022. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xb/mzdy-v-krajich-cr>

Přehledy, statistiky, 2024. *Unie filmových distributorů* [online]. [cit. 2024-04-17]. Dostupné z: <https://ufd.cz/prehledy-statistiky>

STRAUSS, Anselm L.; JEŽEK, Stanislav a CORBIN, Juliet M. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-85834-60-X.

The IMAX Experience, 2024. *IMAX* [online]. [cit. 2024-04-16]. Dostupné z: <https://www.imax.com/cs/cz/the-imax-experience>

TOP 20 ČR, 2024. *Unie filmových distributorů* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: <https://ufd.cz/top-20-cr-duben-april-2024>

VOJKŮVKOVÁ, Kateřina, Petr VÍTEK a Tomáš DRAHORÁD, 2018. Dramaturgie sledovaných kin. *Digitální kino* [online]. [cit. 2024-04-18]. Dostupné z: [http://www.digitalnikino.cz/system/files/M2\\_Dramaturgie%20malých%20kin.pdf](http://www.digitalnikino.cz/system/files/M2_Dramaturgie%20malých%20kin.pdf)

WILLIAMS, Carrie. Research Methods. Online. *Journal of business & economics research (Littleton, Colo.)*. 2011, roč. 5, č. 3. ISSN 1542-4448. Dostupné z: <https://doi.org/10.19030/jber.v5i3.2532>. [cit. 2024-04-05].