

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

**FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA**

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Produkce

**MAGISTERSKÁ PRÁCE**

**ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI ČESKÝCH KIN  
VÝVOJ A PROGNÓZA**

**Olga Raitoralová**

Vedoucí práce: Ivo Andrlé

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Přidělovaný akademický titul:

Praha, 2007

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

**FILM AND TV SCHOOL**

Film, TV and Photographic Arts and New Media

Production

**DIPLOMA THESIS**

**ANALYSIS OF CZECH CINEMA ATTENDANCE  
HISTORY AND PROGNOSIS**

**Olga Raitoralová**

Supervisor: Ivo Andrlé

Opponent:

Date of disertation defense:

Degree granted:

Prague, 2007

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci s názvem

<p><b>ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI ČESKÝCH KIN – VÝVOJ A PROGNÓZA</b></p>
---

vypracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha dne .....

.....

podpis studenta

## **Upozornění**

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy tj. souhlasu autora a AMU v Praze.



## **PODĚKOVÁNÍ**

Děkuji Ivu Andřlemu, vedoucímu diplomové práce a Janu Jírovi za jejich pomoc a cenné rady.

## **ABSTRAKT**

V roce 1907 bylo otevřeno první stálé kino v Čechách. Za sto let existence kina došlo k mnoha změnám, zejména ve způsobu promítání, distribuci filmů a ve vztahu diváků ke kinu. Návštěvnost českých kin měla různé tendence a byla ovlivňována společenskými a politickými změnami, a také rozvojem jiných médií a technologií.

V první části této diplomové práce jsou popsány jednotlivé etapy vývoje kin a jejich návštěvnosti, v souvislosti s celkovým systémem české kinematografie. Další část je zaměřena na faktory, které mohou mít vliv na návštěvnost. Je to především systém distribuce v návaznosti na síť kin, reklama a propagace filmů a také filmy samotné. Poslední část je zaměřena na budoucnost kin, zejména v souvislosti s jejich digitalizací, dále na jiné možnosti šíření filmů a na odhad vývoje návštěvnosti kin.

## **ABSTRACT**

The first permanent cinema in Czech Republic was opened in 1907. In hundred years of existence of cinemas, many changes have happened, mainly in the way of screening, in the distribution of films and in the audience relation to the cinema. The attendance of Czech cinemas has had various tendencies and has been influenced by social and political changes and also by the progress of other media and technologies.

The first part of this thesis describes specific periods of the cinema history and its attendance in connection with the Czech cinematographic system. The second part is concerned with the factors that could effect the attendance of cinemas, that is, mainly the distribution system in relation with the cinema network, advertising and promotion of the films and the films as well. The last part focuses on the future of cinemas, especially in connection with the digitalization, on different possibilities of films exploitation and in the end on estimates of future cinema attendance.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>1. VÝVOJ KIN A JEJICH NÁVŠTĚVNOSTI</b> .....	<b>10</b>
1.1 VZNIK PRVNÍCH STÁLÝCH KIN A ZROD FILMOVÉHO DIVÁKA (1907-1918) .....	10
1.2 OBDOBÍ RYCHLÉ KINOFIKACE A KONEC NĚMÉ ÉRY (1919-1929) .....	11
1.3 PŘEDVÁLEČNÉ OBDOBÍ VE ZNAMENÍ VZNIKU ZVUKOVÝCH KIN (1930-1938) .....	12
1.4 KOLÍSÁNÍ NÁVŠTĚVNOSTI BĚHEM VÁLEČNÝCH LET (1939-1945) .....	14
1.5 PRUDKÝ VZESTUP NÁVŠTĚVNOSTI V POVÁLEČNÉM OBDOBÍ (1946-1960) .....	16
1.6 CELOSVĚTOVÝ TREND POKLESU NÁVŠTĚVNOSTI V 60. LETECH (1961-1970) .....	19
1.7 SESTUPNÁ TENDENCE NÁVŠTĚVNOSTI V 70. A 80. LETECH (1971-1989) .....	21
1.8 ZMĚNA SPOLEČENSKÉ SITUACE A SYSTÉMU DISTRIBUCE (1990-1999) .....	23
1.9 MÍRNÉ OŽIVENÍ NÁVŠTĚVNOSTI S PŘÍCHODEM MULTIPLEXŮ (2000-2006) .....	26
<b>2. HLAVNÍ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁVŠTĚVNOST KIN</b> .....	<b>35</b>
2.1 SHRNUTÍ VÝVOJE A OBECNÝCH ZNAKŮ NÁVŠTĚVNOSTI KIN .....	35
2.2 NÁVŠTĚVNÍCI KIN .....	38
2.3 ŽÁNŘ FILMU .....	40
2.4 FENOMÉN ČESKÉHO FILMU .....	41
2.5 DRUHY KIN .....	42
2.6 SYSTÉM DISTRIBUCE .....	45
2.7 VSTUPNÉ .....	48
2.8 REKLAMA A PROPAGACE .....	51
2.9 FESTIVALY A PŘEHLÍDKY .....	54
<b>3. PROGNÓZA BUDOUCNOSTI KIN A JEJICH NÁVŠTĚVNOSTI</b> .....	<b>56</b>
3.1 BUDOUCNOST JEDNOSÁLOVÝCH KIN .....	58
3.2 BUDOUCNOST MULTIPLEXŮ .....	61
3.3 DIGITÁLNÍ KINA .....	63
3.4 JINÉ FORMY ŠÍŘENÍ FILMŮ .....	68
3.5 NELEGÁLNÍ ŠÍŘENÍ FILMŮ .....	70
3.6 ODHAD VÝVOJE NÁVŠTĚVNOSTI KIN .....	73
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>75</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>77</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....	<b>78</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ</b> .....	<b>79</b>

## ÚVOD

Cílem této diplomové práce je popsat vývoj návštěvnosti českých kin od počátku jejich vzniku po současnost a pokusit se odhadnout další vývoj. První stálé kino na území Čech vzniklo v roce 1907,<sup>1</sup> je tudíž více než příhodné, se v roce stoletého výročí existence kin, zamyslet nad jeho dosavadním postavením. Kino, jako specifický prostředek šíření filmu, má nezastupitelnou funkci v celém výrobním řetězci filmového průmyslu. Ať již byla úloha kina v tomto řetězci v různých dobách odlišná a tato otázka je předmětem stále častějších spekulací o budoucím vývoji, nelze pochybovat o tom, že film vždy patřil a bude patřit, na plátna kin.

Na počátku filmových dějin a ještě v jejich polovině,<sup>2</sup> bylo kino jediným místem, kde bylo možno shlédnout fascinující výtvořky filmových tvůrců. Bylo jen otázkou času, kdy dojde k rozšíření působnosti filmů i na jiná média. Tato skutečnost nastala nástupem televize a pokračovala revolučním příchodem videa, později DVD. V tabulkách návštěvnosti kin se odrážejí nejen tyto změny, ale pochopitelně také vlivy politické situace, celkové společenské klima a situace ve filmovém oboru. I přes tyto vlivy se domnívám, že veškeré výkyvy návštěvnosti vypovídají především o vztahu lidí ke kinu (potažmo k filmu) a odrážejí jeho význam ve společnosti.

Právě na proměnách návštěvnosti kin lze vysledovat vývoj kina jako kulturního fenoménu a snad také potřeby a chování filmového diváka. Kino se vždy snažilo reagovat na nepříznivé útoky konkurenčních oborů a přizpůsobovat se touhám a přáním diváků. Nakolik bylo úspěšné, se pokusím definovat na následujících stránkách.

Osobním důvodem pro zvolení tohoto tématu je přesvědčení, že film (v případě, že je určen pro kino), může splnit svůj účel nejlépe v sále kina. V tomto smyslu je pro mě návštěvnost, respektive nenávštěvnost, záhadou, kterou mám v úmyslu zkoumat. Z tabulek návštěvnosti českých kin lze vyčíst jasná čísla,

---

<sup>1</sup> 15.9.1907 otevřel Viktor Ponrepo první stálé pražské kino v domě u Modré štiky v Karlově ulici na Starém městě, kde bylo až do roku 1950

<sup>2</sup> Za počátek filmové historie je považováno datum 28.12.1895, kdy proběhlo první veřejné promítání v Grand Café na Boulevardu des Capucines bratry Augustem a Louisem Lumiérovými, v Čechách proběhla první filmová projekce o rok později

ovšem důvody a motivace filmových diváků k návštěvě kina jsou spíše předmětem domněnek a dohadů. Divácký zájem je nevyzpytatelný a recept na přilákání diváků do kina neexistuje. Přesto se pokusím vymezit hlavní faktory, které ovlivňují charakter čísel ve statistikách.

Přestože mým prvotním cílem je analýza návštěvnosti kin, nelze se vyhnout popisu hlavních událostí v historii kinematografie. První částí této práce bude shrnutí vývoje kin a jejich návštěvnosti a údaje o jejich počtech včetně zásadních technologických mezníků. V další části se zaměřím na základní aspekty, které návštěvnost ovlivňují a nakonec se budu věnovat blízké budoucnosti kina a jiných šíření filmů. V poslední kapitole se pokusím odhadnout nejbližší vývoj návštěvnosti. Dále zde uvedu základní data o filmové distribuci a čísla týkající se počtu uváděných filmů.

Číselné údaje v tabulkách a grafech, které se týkají počtu kin a celkové návštěvnosti, jsou v letech 1919–1986 uvedeny za celé Československo, roky 1987–2006 pouze za Českou republiku, resp. ČSR. Důvodem tohoto rozdělení je nedostupnost materiálů, které by umožňovaly uvedení čísel z celého období pouze za česká kina, případně rozdvojení tabulky až v roce 1993. Je sice na první pohled obtížnější čísla přímo srovnávat, pro tuto analýzu je však podle mého názoru zásadní tendence, kterou budou grafy vykazovat (slovenská kina se podílela na návštěvnosti většinou přibližně jednou čtvrtinou z celkových čísel).

Nabízí se srovnání se situací kin ve světě, domnívám se však, že až na drobné výjimky, měla návštěvnost celosvětově velmi podobné tendence. V porovnání s USA a také západní Evropou docházelo zejména k pozdějšímu prosazování technologických inovací a nástupu nových médií.

# 1. VÝVOJ KIN A JEJICH NÁVŠTĚVNOSTI

## 1.1 Vznik prvních stálých kin a zrod filmového diváka (1907-1918)

Období před vznikem kina Ponrepo v roce 1907 (tedy léta 1896–1906) je obdobím putovních kin. Filmy byly nejprve promítány jako pouťové atrakce a prezentovány jako 'divadlo oživilých fotografií', postupně našly své místo ve varieté, hostincích, obchodech, pivovarech a v různých jiných sálech. Nikdo tehdy však nevěřil, že by se z filmu a kina mohlo stát něco více než jen zdroj chvilkové zábavy a atrakční podívané. Viktor Ponrepo,<sup>3</sup> oblíbený a uznávaný kouzelník, doplňoval své kouzelnické kousky předváděním krátkých filmů. Jezdil od města k městu a šířil slávu živých obrazů. V roce 1905 zřídil první přírodní kino v pražské zahradě na Klamovce a byl to znovu on, kdo otevřel také první stálé kino, již zmíněné Ponrepo. Kino bylo hojně navštěvováno a tak velmi záhy byl Ponrepo následován dalšími průkopníky, kteří na různých místech Prahy budovali kina. Koncem roku 1910 bylo v Praze již 16 stálých kin a ve válečných letech 1914/1918 stoupl počet na 35. Kina vznikala například ve víceúčelových palácích jako byly *Koruna*, *Světazor* a *Lucerna*. Byly založeny první tři filmové výrobní společnosti – *Kinofa*, *Illusionfilm* a *Asumfilm* a také začaly vznikat první půjčovny filmů, vesměs z iniciativy majitelů kin.

Nutno ještě dodat, že v těchto letech byl film pokládán za obyčejné zboží a filmové kopie se dostávaly do kin přímým prodejem. Teprve později byl tento způsob změněn na půjčování. Od té doby se také mluví ve filmovém hospodářství o obchodě a monopolech. Kina byla podřízena předpisu rakouského Ministerstva vnitra z roku 1912, podle něhož fungovala kina na základě udílených licencí.

Přestože neexistují údaje o návštěvnosti kin z těchto let, je jasné, že byla ovlivňována válečnou situací. Lidé přicházeli do kin zapomínat na nepříjemné životní události, kino mělo pozitivní vliv na jejich psychiku a po filmech byla velká potřeba. Toto období by se také dalo považovat za zrod filmového diváka, neboť právě příchodem stálých kin bylo vytvořeno další odvětví kulturního vyžití a pravidelného společenského setkávání obyvatel.

---

<sup>3</sup> Viktor Ponrepo, vlastním jménem Dismas Šlambor (1858-1926)

## 1.2 Období rychlé kinofikace a konec němé éry (1919-1929)

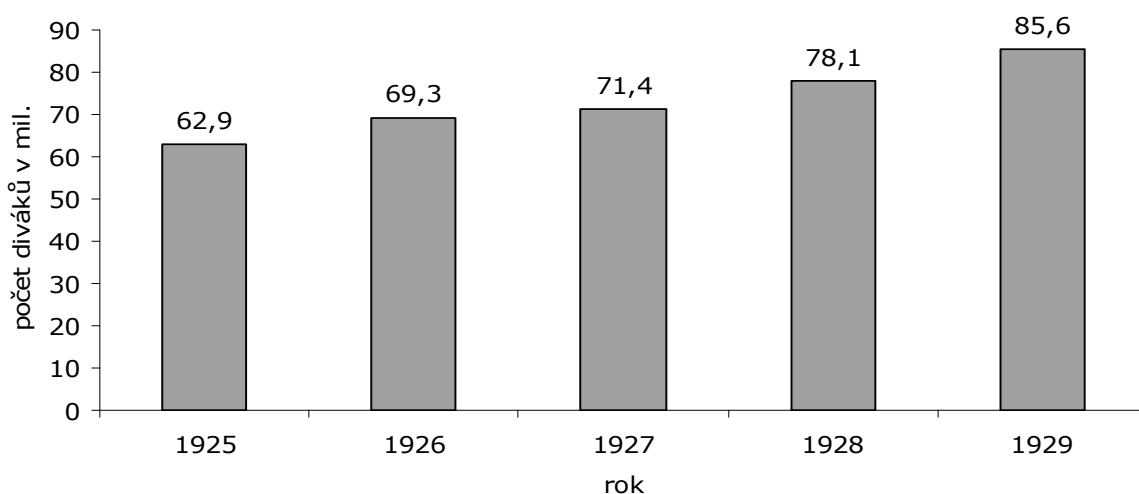
V období před nástupem zvukového filmu stále stoupal počet nově otevíraných kinosálů a logicky také přibývalo jejich návštěvníků. Byla zakládána nová velká kina s kapacitou nad 500 sedadel a zejména v Praze vznikala kina velmi rychlým tempem. V letech 1919 až 1928 vzrostl jejich počet z 37 až na 115. V kinech byla početně zastoupena produkce ze zemí, které byly válkou uzavřeny. Nabídka filmů z celého světa byla neomezená a diváci měli o tyto filmy značný zájem.

Od roku 1923 probíhala výrobní krize. Ostrá zahraniční konkurence, především pak technicky vyspělých amerických filmů, způsobila v české výrobě nepříznivou situaci, která se brzy projevila i v kinech. Hlad obecnstva po zahraničních filmech se však brzy změnil v přesycení a český film opět získal ztracené pozice, které si udržel až do příchodu zvukového filmu.

Následující graf ukazuje vývoj návštěvnosti kin v letech 1925–1929, z předešlých let bohužel neexistují údaje o návštěvnosti, neboť první záznamy pocházejí až z roku 1925.

V posledních letech před příchodem zvukových kin se návštěvnost pohybovala okolo 70 milionů diváků a měla mírně vzestupnou tendenci.

**Graf č. 1: Návštěvnost kin v letech 1925-1929**



### 1.3 Předválečné období ve znamení vzniku zvukových kin (1930–1938)

Od roku 1929 byl vývoj české kinematografie ovlivněn příchodem zvukového filmu.<sup>4</sup> Kina byla postupně vybavována nákladnými zvukovými aparaturami, ovšem vzhledem k tomu, že zvukový film přilákal ve svých začátcích nevídané množství diváků, byly náklady brzy splaceny. Počet kin stále ještě stoupal a například v roce 1936 již byla všechna kina v Praze zvuková. Na celém území pak zvuková kinofikace skončila v roce 1938.

Zvukový film rozhodně znamenal revoluci v diváckém přístupu ke kinu. Dosavadní titulky byly nahrazeny mluveným či zpívaným slovem, hudba hrála nejprve z desek, později ze světelného záznamu. Zahraniční filmy byly opatřeny titulky, dabování se tehdy neujalo. Diváky, kteří dříve filmu ještě odolávali, si zvukový film dokázal získat a první zvukové filmy tak měly obrovské úspěchy.

Nepříznivá hospodářská situace té doby si vynutila změny v mezinárodní obchodní politice. Byla zaváděna různá dovozní a devizová opatření, zvyšována cla a mezi jednotlivými státy se tak vytvářely bariéry, které měly dopad i na dovoz filmů.

Již v roce 1927 zahájila *Filmová liga*<sup>5</sup> boj o státní ochranu českého filmu, který vyvrcholil v roce 1932 zavedením *kontingentu*. Tzv. dovozní kontingent znamenal určení poměru uváděných českých a zahraničních filmů. V těchto letech se jednalo o poměr 1:7, na 30 českých filmů připadal dovoz 210 zahraničních filmů. Američtí dovozci se odmítli tomuto nařízení podřídit a odešli z českého trhu. Omezená nabídka vyvolala krizi v kinech, jejichž výnosy byly i tak ovlivněny špatnou ekonomickou situací. Po mnoha jednáních byl kontingentní systém změněn na tzv. *registrační systém*, z jehož poplatků byl vytvořen zvláštní fond na podporu domácí výroby, který formou přímých podpor nebo poskytováním vý-

---

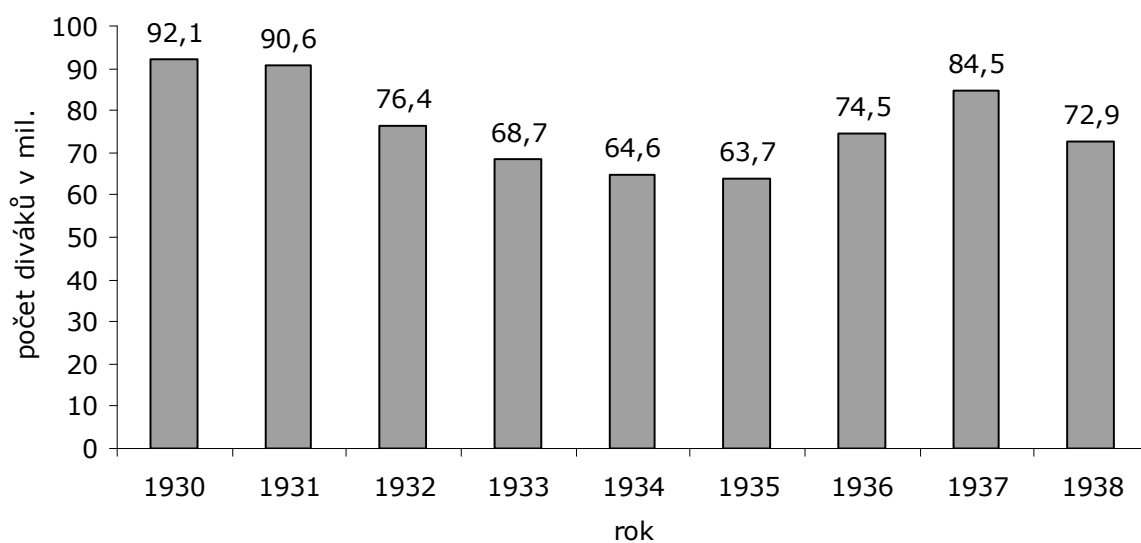
<sup>4</sup> 27.2.1930 poprvé zazněla čeština v kině Alfa při projekci filmu „Tonka Šibenice“, ve kterém byly zatím jen některé zvukové části; jako první 100% česky mluvený film byl uveden film „Když struny lkají“ 19.9.1930; prvním zvukovým filmem natočeným v české verzi byl film „Fidlovačka“

<sup>5</sup> Filmová liga čs. – založena 20.2.1920, s úkolem podporovat čs. film

hodných půjček přispíval na výrobu českých filmů. Tato forma podpory existovala až do roku 1945.

Toto období znamenalo pro kina na jedné straně velký zájem diváků o novinku v podobě zvukového filmu, na druhé straně ovšem vývoj zbrzdila hospodářská krize a zavedení kontingentního systému. Poslední rok před 2. světovou válkou byl již ve znamení tragických historických událostí. V tomto roce zároveň došlo k velkému úbytku kin, která patřila do území zabraných okupanty.

**Graf č. 2: Návštěvnost kin v letech 1930-1938**



## 1.4 Kolísání návštěvnosti během válečných let (1939–1945)

V tomto citlivém období bylo veškeré dění v zemi ovlivňováno válečnou situací a zejména pak německými záměry. Po 15. březnu 1939, kdy začaly být Čechy a Morava okupovány Německem, se začaly objevovat německé zásahy do českého filmového oboru, především pomocí tzv. protižidovských zákonů, což mělo dopad nejen ekonomický, ale také kulturní. Filmoví profesionálové se bránili a ze všech sil se snažili zachovat identitu českého národního filmu. Velký počet českých filmů z minulých let byl zakázán, arizací bylo vyřazeno 80% filmových půjčoven, velká část kin se ocitla v německých rukách. Na počátku okupace dominovaly v kinech německé a americké filmy a nebývalý zájem byl proječován hlavně o český film.

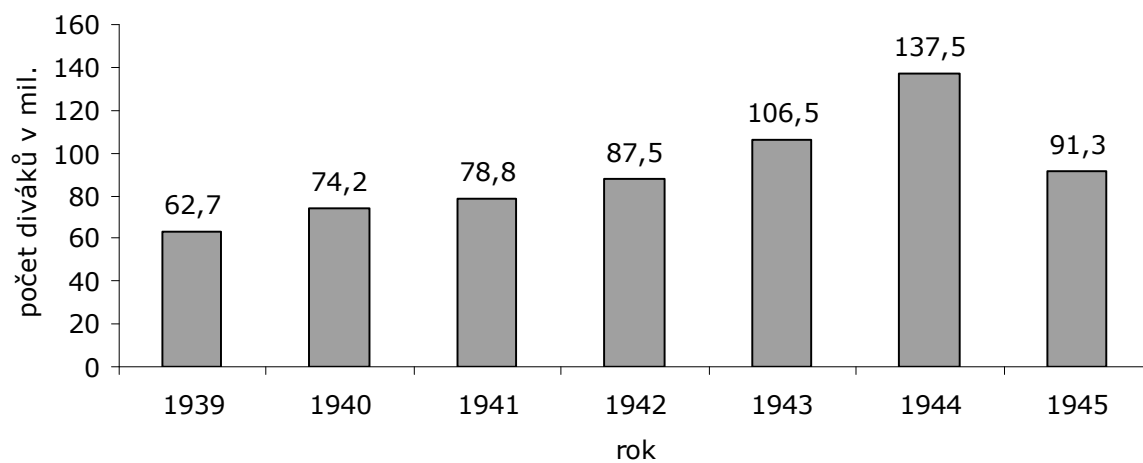
Bylo založeno *Ústředí filmového odboru*, které sdružovalo všechny dosavadní organizace (*Ústřední svaz kinematografů*, *Svaz filmové výroby*, *Svaz filmového průmyslu a obchodu*, *Sdružení filmového dovozu*, *Česká filmová unie*). Po několika peripetiích a změnách názvu bylo 15. února 1941 zřízeno *Českomoravské filmové ústředí* (ČMFÚ) s povinným členstvím pro každého, kdo se v jakékoliv fázi podílel na filmové produkci. ČMFÚ ukončilo svou činnost v květnu 1945, jeho agendu převzal prozatímní *Národní výbor českých filmových pracovníků*. Bylo jasné, že po skončení okupace dojde k nutným změnám v celém filmovém oboru. Síly filmových pracovníků se soustředily jednak na obranu proti německému vlivu a pak také na přípravu následného poválečného uspořádání českého filmu. Již v roce 1942 byl vypracován plán budoucího zestátnění čs. filmu. 11. srpna 1945 byl prezidentem republiky Edvardem Benešem podepsán dekret, jímž bylo veškeré filmové podnikání vyhrazeno státu.

Filmový obor byl rozdělen na čtyři hlavní sektory – výrobní, distribuční, technický a hospodářský a současně byl vybudován *Čs. filmový ústav*, jehož hlavními činnostmi byla osvěta, výzkum a archivace.

Tuto etapu válečných let je obtížné hodnotit zejména z důvodu nestandardní politické a především sociální situace. Přesto lze konstatovat, že po mírném poklesu v prvních okupačních letech, začala návštěvnost od roku 1942 prudce stoupat,

což bylo dáno jednak znehodnocením peněz, omezením jiných zábav a ústupem ostatních kulturních odvětví.

**Graf č. 3: Návštěvnost kin v letech 1939-1945**



## 1.5 Prudký vzestup návštěvnosti v poválečném období (1946–1960)

Původní systém provozovacích licencí pro kina byl v roce 1943 změněn na živnostenskou koncesi pro jednotlivce. Zestátněním v roce 1945 tato forma provozování kin zanikla. V roce 1948 byl založen státní podnik *Československý státní film* (ČSF), jehož součástí byla *Rozdělovna filmů* pro distribuci a *Správa kinofikace* pro technicko organizační správu kin. ČSF se stal výhradním provozovatelem výroby, šíření, dovozu a vývozu filmů. V roce 1957 byla zřízena *hlavní správa Čs. filmu* při Ministerstvu školství a kultury. Pod ČSF spadaly tyto organizace: *Ústřední půjčovna filmů*, *Ústřední ředitelství*, *FS Barrandov*, *Krátký film*, *Filmové laboratoře*, *Filmový průmysl*, *Čs. filmexport*. Vedle ČSF byla druhým subjektem v čs. kinematografii *Organizace filmové distribuce*, do níž patřil *Filmový podnik hl.m. Prahy*, provozující všechna pražská kina, dále krajské podniky a stálá kina. V roce 1957 byla státní kina převedena do správy městských a místních národních výborů, což způsobilo úplnou decentralizaci a tím také roztržštění sítě kin. Z distribučního hlediska (uvádění filmů, programování apod.) byla kina řízena ÚPF, oblast organizace (rozpočty, kádrové otázky, mzdové limity, plány tržeb apod.) spadala pod národní výbory, které patřily pod Ministerstvo vnitra. Tento systém byl poněkud složitý a do jisté míry komplikoval uvádění filmů (více v kapitole 2.6 'Systém distribuce').

V předválečném období vznikala kina velmi spontánně, tudíž byla síť kin poměrně roztržštěná. Technické vybavení kin bylo zastaralé, protože během války nebylo možno obnovovat zařízení. Kina v pohraničí byla ve špatném stavu a mnohde zničena úplně. V poválečných letech začala být zřizována kina na 16mm film, která přinesla rozšíření kin i do menších obcí. V roce 1945 bylo v Čechách 67 16mm kin a v roce 1960 již 1809, což bylo více než klasických 35mm kin.

V roce 1956 přišla další novinka v podobě širokoúhlého filmu (*Cinemascope*) a plastického zvuku. Jako první bylo otevřeno pražské kino *Alfa* a po něm následovala další v Praze i v menších městech. V roce 1960 bylo u nás již 284 širokoúhlých kin.

Došlo také k postupnému masovému rozšíření letních kin, která měla kapacitu až několik tisíc návštěvníků. Tato kina navázala na tradici původních letních kin,

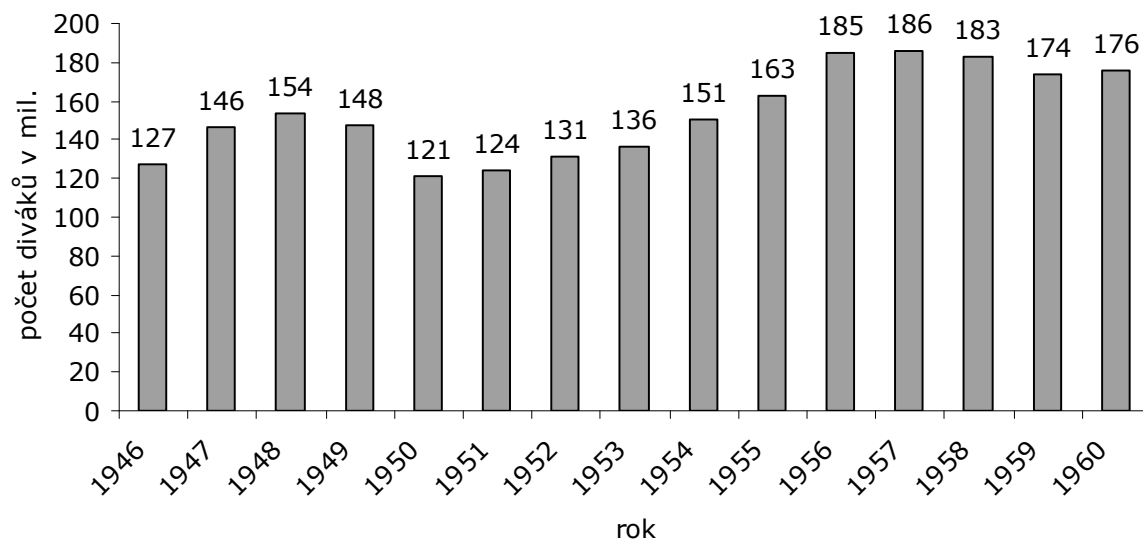
kterých již před válkou bylo několik a jenž byla vítanou změnou oproti klasickým, v letním období, dusným sálům. Z původního počtu tří letních kin v roce 1947, stoupl jejich počet na 71 v roce 1960.

Jako další alternativy ke klasickému kinu vznikaly například kina *Čas*, která měla na programu sestavu krátkých filmů s týdeníky, kina *Čásek* na 16mm film, tzv. *non-stop kina* s nepřetržitým programem, *kina-varieté*, *kina s retrospektivními programy*, *kino náročného diváka* apod. Ke slovu se dostala znovu také průkopnická *putovní kina*, která přestala být aktuální s příchodem zvuku, z důvodu špatného technického vybavení a v období okupace jejich počet spíše skomíral. V poválečném období však hrála významnou úlohu zejména v místech, kde nebylo možné z ekonomických důvodů vybudovat stála kina. Flexibilita putovních kin umožňovala především pořádání festivalů a přehlídek na vesnicích a zvyšování celkové návštěvnosti. Pro úplnost – v roce 1947 byla v Čechách 3 putovní kina, jejich počet vyvrcholil v letech 1953/1955 číslem 235. Na počátku 60. let došlo k výraznému poklesu.

Návštěvnost v těchto letech byla ovlivněna pozvolným obnovováním provozu kin, již v roce 1946 se začala výrazně zvyšovat a v dalších letech pak dosahovala závratných čísel. V polovině roku 1947 bylo upraveno vstupné úměrně ke zvýšení mezd a obecné cenové hladině. V 50. letech bylo kino ekonomicky nejdostupnější kulturní aktivitou.

Určitý podíl na nevídané návštěvnosti v těchto letech (absolutního vrcholu dosáhla kina v roce 1957) měly nejrůznější masové akce, které podporovaly klasické kinosály. Byly to například *Filmové festivaly pracujících*, *Filmové jaro na vesnici*, *přehlídky filmů spřátelených států* apod. Příchod širokoúhlého filmu přinesl do českých kin řadu západních atraktivních filmů, které přilákaly mnoho diváků. Dále je uváděna existence promítacích přístrojů, registrovaných *Čs. filmem* a patřících nejrůznějším úřadům, ústavům, podnikům, školám, klubům atp., jejichž počet byl cca 15 tisíc.

**Graf č. 4: Návštěvnost kin v letech 1946-1960**



## **1.6 Celosvětový trend poklesu návštěvnosti v 60. letech (1961–1970)**

V roce 1963 výstavba kin početně kulminovala, vrcholného čísla bylo dosaženo v polovině 60. let. Na druhé straně začalo postupně ubývat 16mm kin a mnoho kin prošlo rekonstrukcí. V letech 1964/1965 přibyla k již stávajícím širokoúhlým plátnům 4 kina na 70mm film.<sup>6</sup> V té době bylo také 112 letních kin (z celkového počtu 125) upraveno na širokoúhlé promítání. Československo patřilo (stejně jako v předchozích letech) k zemím s nejhustší sítí kin na světě.

Co se týče poklesu návštěvnosti po roce 1957 (přestože úbytek diváků nebyl zdaleka tak velký, jako v pozdějších letech), za hlavní příčinu bývá označována televize. Trend úbytku diváků je však považován za celosvětový a vlivů jmenováno několik. Z rozsáhlých výzkumů a studií té doby vyplývá, že docházelo k proměnám životního stylu, celkové únavě a přesycenosti diváků, rozvoji fenoménu cestování a oblibě jiných forem zábavy.

V tomto období tedy převažovaly tyto tendence: docházelo k poklesu míst v kinech, ubývalo počtu představení a diváků, zvyšovala se cena vstupného. Přesto však počet uváděných premiér filmů zůstal nezměněn, pohyboval se okolo 200 filmů ročně (z toho cca 50 československých).

Expanze televize, k jejímuž vrcholu docházelo právě na počátku 60. let, nejprve vedla k názorům o ztrátě smyslu existence kina a k tvrzením, že funkci hlavního šířitele filmu navždy přebírá televizní obrazovka. Ve Velké Británii bylo uzavřeno téměř 60% kin a podobně reagovali majitelé kin i v jiných zemích.

První obranné reakce kin spočívaly zejména ve víceméně neúspěšných snahách konkurovat televizi zvětšováním formátu plátna. Na konci 60. a počátkem 70. let přistoupilo vedení čs. kinematografie ke komplexnímu řešení vývoje a stavu kin. Po počátečních obavách z ničivého dopadu televize na přežití kin se ukázalo, že televize není alternativní médium, tudíž nedokáže nahradit kvalitu promítání v kině. Na druhé straně je nutno říci, že v této době sloužila televize zatím pouze jako zprostředkovatel sportovních přenosů a zábavních estrád, filmy byly uvádě-

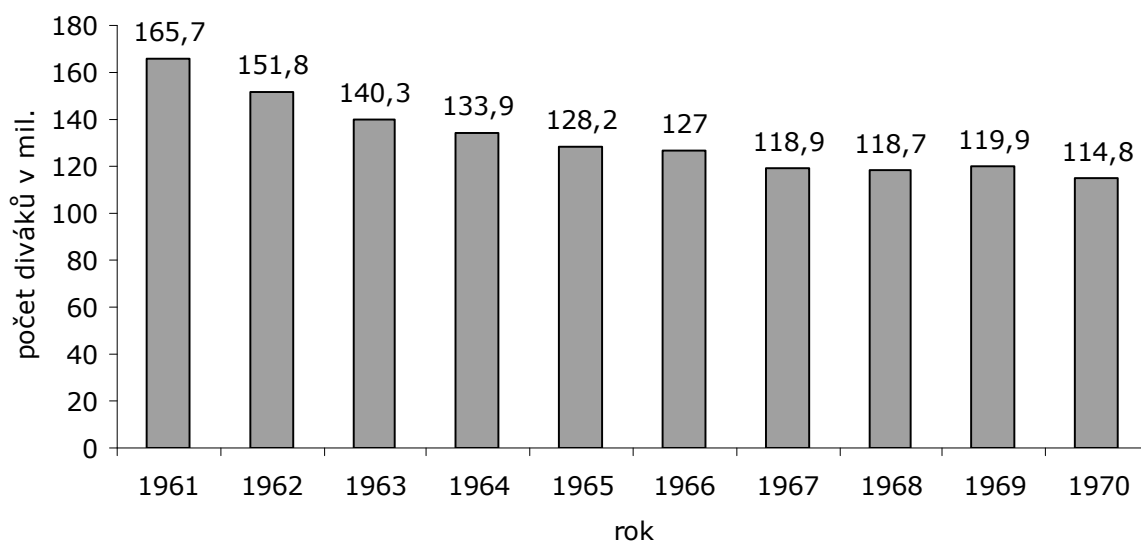
---

<sup>6</sup> Světová premiéra 70mm filmu se uskutečnila v roce 1955

ny méně často. Zjištění, že poptávka diváků nezávisí na počtu kin a že problém je hlavně ve špatném stavu sítě kin a v metodách filmové distribuce, vedlo k redukci počtu kin v malých městech a ke zlepšování technického standardu ostatních kin.

V roce 1967 bylo z iniciativy *Ústřední půjčovny filmů* založeno *Sdružení provozovatelů kin*, které koordinovalo výši půjčovního, zabývalo se záležitostmi ve prospěch kin a ÚPF. Jeho činnost byla pozastavena s příchodem normalizace a později obnovena počátkem 90. let jako *Asociace filmových distributorů*.

**Graf č. 5: Návštěvnost kin v letech 1961-1970**



## 1.7 Sestupná tendence návštěvnosti v 70. a 80. letech (1971–1989)

V roce 1973 definovala *Ústřední půjčovna filmů*<sup>7</sup> tři kategorie kin podle návštěvnosti. Největší efekt měla kina I. kategorie s návštěvností nad 10.000 diváků za rok, II. kategorie se pohybovala v rozmezí 3–10.000 a poslední kategorie do 3.000 diváků. Velmi podstatné pro úspěch kin bylo jejich územní rozložení a snaha soustředit je převážně do center větších měst.

Snahy o zlepšování technické úrovně kin měly omezené možnosti, zvyšovala se alespoň kvalita obrazu, zvuk byl zdokonalen systémem *Dolby stereo*.<sup>8</sup> Při výstavbě nových kin byly používány nové architektonické prvky a moderní zařízení. Koncem 70. let již ve světě začínají vznikat první zárodky budoucích multiplexů, zatím pouze jako jednodušší vícesalová kina různých velikostí.<sup>9</sup> Pro zachování zájmu diváků se rovněž začaly rozšiřovat nabídky služeb v prostorách přidružených ke kinům. V průběhu 80. let přišly na řadu úvahy o efektivnějším způsobu hospodaření v rámci distribuce a organizace kin. Vznikaly *Městské* a *Okresní správy kin*, které měly za úkol soustředit malá kina do celků. Docházelo k zániku nerentabilních kin, k likvidaci 16mm a také několika málo 70mm kin (v jejich případě zejména z důvodu nedostatku filmů tohoto formátu).

Zároveň se také proměňovala nabídka filmového programu a celkové dramaturgie kin. Počet premiér celovečerních filmů se stále pohyboval okolo 200 ročně (z toho cca 40–50 českých) a v nabídce bylo zastoupeno 25–30 států světa. Ve druhé polovině 70. let roste počet účastníků mimořádných filmových akcí. Pořádaly se letní a zimní *Festivaly pracujících*, *Pražské filmové léto*, byly zřizovány *Kluby přátel sovětského filmu* a *Kluby mladých přátel sovětského filmu* (sovětské filmy byly zvýhodněny nižším vstupným). Používala se zvláštní metoda umělého navyšování návštěvnosti ve formě organizovaných filmových představení a povinných shlédnutí filmu, například při politických školeních, školních představeních apod. Pro tyto účely byly nejvíce využívány sovětské a ideově poplatné filmy, jejichž vykazovaná návštěvnost pak budila dojem extrémního zájmu o ně.

---

<sup>7</sup> O způsobu fungování ÚPF více v kapitole 2.6 'Systém distribuce'

<sup>8</sup> Dolby stereo – analogový čtyřkanálový systém zvuku, poprvé byl použit v roce 1975

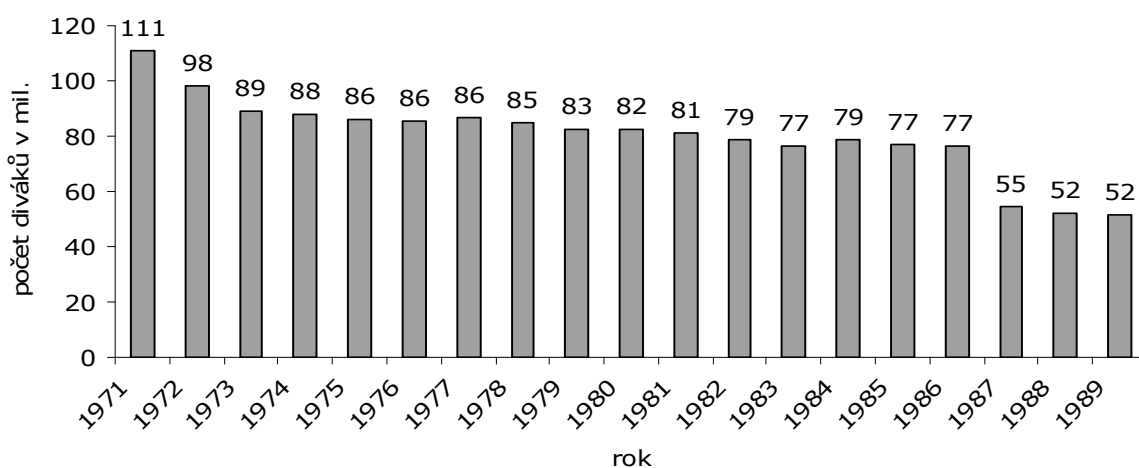
<sup>9</sup> První zařízení typu multiplex vzniklo v roce 1979 v Torontu v Kanadě

*Filmové kluby*, které vznikaly již na konci 50. let, měly v tomto období problémy, přesto si své diváky našly. Uváděly filmy, které uvolnil *Národní filmový ústav*, dále filmy speciálně nakoupené pro FK a filmy z tzv. druhého distribučního okruhu (artové filmy poskytované ÚPF).

V tomto období byla již patrná mírná nasycenost diváků televizní obrazovkou. Nelze sice hovořit o úplném nezájmu o televizi, rozhodně už však prvotní omámení tímto médiem nebylo natolik aktuální jako v jeho počátcích, zejména pak u mládeže a aktivních dospělých. Televizní vysílání bylo v této době zároveň poměrně jednotvárné. V roce 1970 bylo vysílání Čs. televize obohaceno o druhý program, na kterém bylo o tři roky později zahájeno pravidelné barevné vysílání. Na prvním programu se ho diváci dočkali v roce 1975. Koncem 80. let se začal ve stále více domácnostech objevovat videorekorder.<sup>10</sup>

Návštěvnost kin v těchto letech měla i nadále sestupnou tendenci, jež pokračovala od počátku 60. let. I přes snižující se návštěvnost, kina stále byla se svými 80–90 miliony ročně nejnavštěvovanějšími veřejnými kulturními zařízeními. Vlivem následných politických a společenských událostí a především změnou životních podmínek a objevením nových forem zábavy, pak došlo v roce 1990 opět k výraznějšímu poklesu.

**Graf č. 6: Návštěvnost kin v letech 1971-1989**



Pozn.: od roku 1987 jsou čísla pouze za Českou republiku

<sup>10</sup> První videorekorder VCR pro domácí použití Philips se prodával v Anglii v roce 1972

## 1.8 Změna společenské situace a systému distribuce (1990–1999)

Počátek 90. let přinesl zásadní obrat ve filmovém oboru, stejně jako v celé české společnosti. Po revolučních událostech v listopadu roku 1989 přišly roky plné změn a podstatných událostí. Zde je jejich stručný výčet.

Na konci roku 1989 byl založen *Kinematografický nezávislý odborový svaz* (KINOS) a začátkem roku 1990 pak *Asociace filmových distributorů* (AFID). AFID sdružoval kina, správy kin, krajské filmové podniky a ÚPF, v roce 1993 se změnil na sdružení *Svaz kin ČR. Ústřední půjčovna filmů* se změnila na *Lucernafilm*, došlo k privatizaci *Filmového studia Barrandov* a *Krátkého filmu*. Na počátku roku 1991 bylo zrušeno *Ústřední ředitelství Čs. státního filmu*. Vznikly dva zásadní zákony, které upravovaly fungování kinematografie - v roce 1992 byl přijat *Zákon o státním fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie*<sup>11</sup>, o rok později *Zákon o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl*.<sup>12</sup> V červenci 1992 vznikl *Národní filmový archiv* (NFA, z původního *Čs. filmového ústavu*) a v březnu 1993 *Asociace českých filmových klubů* (AČFK).<sup>13</sup> Byla založena *Unie filmových distributorů* (UFD) a *Unie videodistributorů*, která se brzy změnila na *Českou protipirátskou unii* (ČPU). Dále zde byly *Unie českých producentů* a *Asociace českých producentů* (později *Asociace producentů v audiovizi* – APA) a od roku 1995 také *Česká filmová a televizní akademie* (ČFTA). V roce 1999 vznikly *Asociace provozovatelů kin* (APK) a *Česká filmová komora* (složená z APA, UFD a APK).

V průběhu 90. let vzniklo několik distribučních společností, z nichž každou čekal jiný osud: *Lucernafilm*, *Heureka*, *Guild*, *Interama*, *Space films*, *Astrafilm*, *Gemini Film*, *Intersonic*, později *Bontonfilm*, *Cinemart*, *Falcon*, *Warner Bros.*, *Atlantis*, *Sunfilm*, *Artcam*, a jiné.

V těchto letech se také již rozvíjela videodistribuce, u mnoha kin vznikaly video-půjčovny. Videodistribucí se zabývaly společnosti, které měly jako hlavní činnost

---

<sup>11</sup> Zákon 241/1992 Sb.

<sup>12</sup> Zákon 273/1993 Sb.; tento zákon ruší dekret z roku 1945 a tím umožňuje soukromé podnikání ve filmovém oboru

<sup>13</sup> Tyto dvě organizace se podílely na rozšíření nabídky filmových klubů

filmovou kinodistribucí, dále pak společnosti *Warner Home Video*, *Bonton Home Video* a *Hollywood Classic Entertainment*.

Postupně vzniklo, nebo se transformovalo několik filmových přehlídek a festivalů: *Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary*, *Letní filmová škola v Uherském Hradišti*, *Febiofest*, *Projekt 100*, *Mezinárodní festival ve Zlíně*, *Mezinárodní festival dokumentů v Jihlavě*, *Dny evropského filmu*, *Jeden svět*, a další, od roku 1993 se udělují výroční filmové ceny *Český lev*.

Většina kin byla ve špatném technickém stavu, větším problémem však byla organizace sítě kin. Okresní správy kin se rozpadaly, kina se vracela obecním úřadům a několik kin bylo velmi záhy privatizováno. Některé objekty s kinem byly restituovány a bohužel docházelo k tomu, že je nový majitel raději využil k výhodnějším účelům a kino tak zaniklo. Počet kin začal postupně klesat, došlo k úplnému zániku oficiálních 16mm kin. *Filmový podnik hl. m. Prahy*<sup>14</sup> přišel o většinu výnosných kin. Vznikly čtyři nové společnosti, které provozovaly kina v centru Prahy: *Multikino 93*, *Medea Kultur*, *Union Film* a *Broadway City*. Bylo otevřeno několik nových kin, jiná byla rekonstruována a také zde byl pokus o provozování autokina.

Konec 90. let byl ve znamení příprav vzniku vícesálových kin, která se rozšířila v prvních letech 21. století. Jako první bylo v dubnu 1996 otevřeno kino *Galaxie*, které vzniklo přestavbou kulturního centra společností *Kino 2005*, ovšem nejednalo se ještě o multiplex v pravém slova smyslu. *Galaxie* přispěla ke zvýšení návštěvnosti v Praze, potvrdila výhody vícesálového kina a naznačila potenciální budoucí vývoj kin.

V roce 1990 bylo uvedeno velké množství českých filmů, ze tří čtvrtin to však byly filmy v obnovené premiéře, vesměs filmy zakázané v minulých letech. Návštěvnost kin byla v roce 1992 zvýšena velkou nabídkou amerických filmů, což na druhé straně způsobilo pokles zájmu diváků o český film. V polovině 90. let byla nabídka v kinech poměrně málo pestrá.

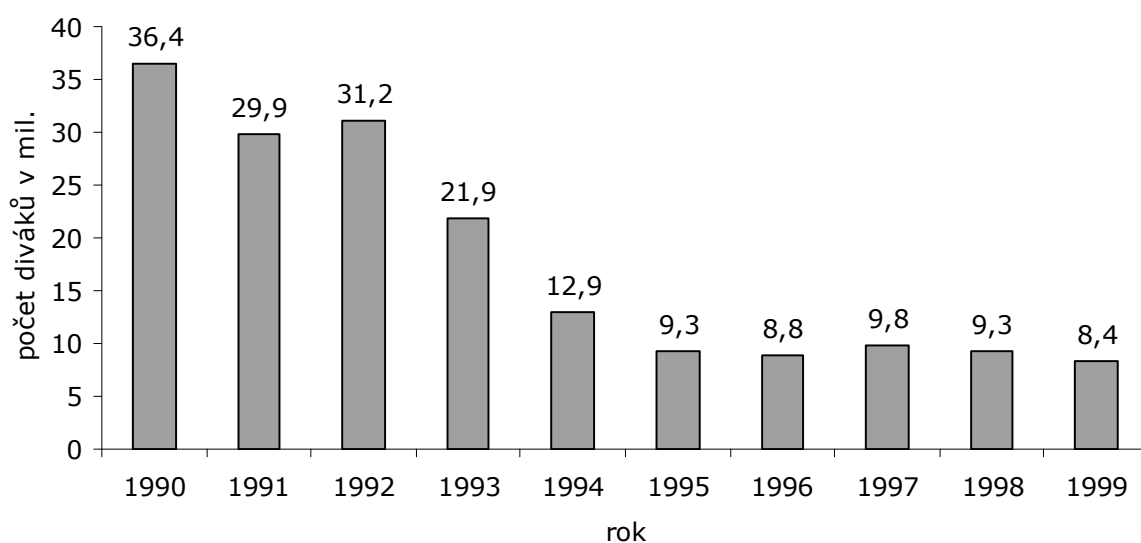
V průběhu 90. let došlo ke značnému rozmachu videodistribuce, nástupu kabelové televize, rozšíření satelitů a koncem 90. let pak ke vstupu DVD technologie a

---

<sup>14</sup> Fungoval jako městská správa kin, podniky tohoto typu vznikaly v dřívějších letech v případě, že bylo ve městě více kin

systemu domácího kina na trh. V roce 1994 přišel obrovský konkurent pro kina v podobě komerčních televizí *Nova*<sup>15</sup> a *FTV Premiéra*,<sup>16</sup> které brzy začaly vysílat nové, především americké filmy. Rok 1994 znamenal vrcholný pokles návštěvnosti a ten víceméně setrval až do roku 2000, kdy se objevila záchrana v podobě multikin.

**Graf č. 7: Návštěvnost kin v letech 1990-1999**



---

<sup>15</sup> Vysílání bylo zahájeno 4.2.1994

<sup>16</sup> Stanice vysílala od roku 1993 nejprve v Praze a středních Čechách, později na celém území; změnila se na *Premiéra TV* a později *Prima televize*

## 1.9 Mírné oživení návštěvnosti s příchodem multiplexů (2000-2006)

Pro toto období jsou charakteristické zásadní změny v provozování kin. Situace se začala proměňovat s příchodem mezinárodních společností na český trh. V domácím prostředí bylo obtížné najít investory, kteří by byli ochotni riskovat financováním do výstavby, případně rekonstrukce kin. Vstup nových provozovatelů donutil konkurenci buď vylepšit stav kina, nebo ho raději zavřít. Následný rozvoj multiplexů pak jednoznačně přinesl zvýšení technické kvality ostatních kin. Fungování klasického kina v blízkosti multiplexu se ukázalo jako nevýhodné, začalo se proto více prosazovat několik alternativních kin, která jako jediná svým programem dokázala multikinům konkurovat (v Praze např. *Aero, Světozor, Evald, Mat, Perštýn, Oko* aj.)

13. října 1999 byl otevřen první klasický multiplex *Olympia* u Brna, společnosti *Ster Century* (později *Palace Cinemas Czech*), která hned v následujících letech otevřela pět dalších multikin. V reakci na zájem, resp. nezájem diváků, byly časem některé sály jednotlivých multiplexů zavírány. Postupně se na českém trhu zavedly další zahraniční společnosti *I.T. Czech Cinemas (Cinema City)*, *Village Roadshow Czech Republic (Village Cinemas)* a *Cinestar International*, které během příštích let rozšířily počet multiplexů na současných 19<sup>17</sup> (viz Tabulka č. 3. - 'Multikina v ČR'). Hlavní výhodou multiplexů pro diváka je široká nabídka titulů a více možností volby začátku promítání. Výhodou pro provozovatele je hlavně efektivní využití personálu a flexibilita ve smyslu operativní možnosti přesunout film z menšího sálu do většího, příp. naopak.

Počet distributorů a tím i nabídku filmů v kinech, rozšířily další distribuční společnosti *Hollywood Classic Entertainment*, *SPI International Czech Republic*, *Bioscop*, *Aerofilms*, *Atypfilm*, *Blue Sky Film Distribution*, *Palace Pictures*, naopak několik již zavedených subjektů svou činnost ukončilo.

V tomto období se výrazněji rozšířil problém pirátského šíření filmů, jemuž se snaží svými aktivitami zabraňovat *Česká protipirátská unie* (ČPU, viz kapitola 3.5 'Nelegální šíření filmů').

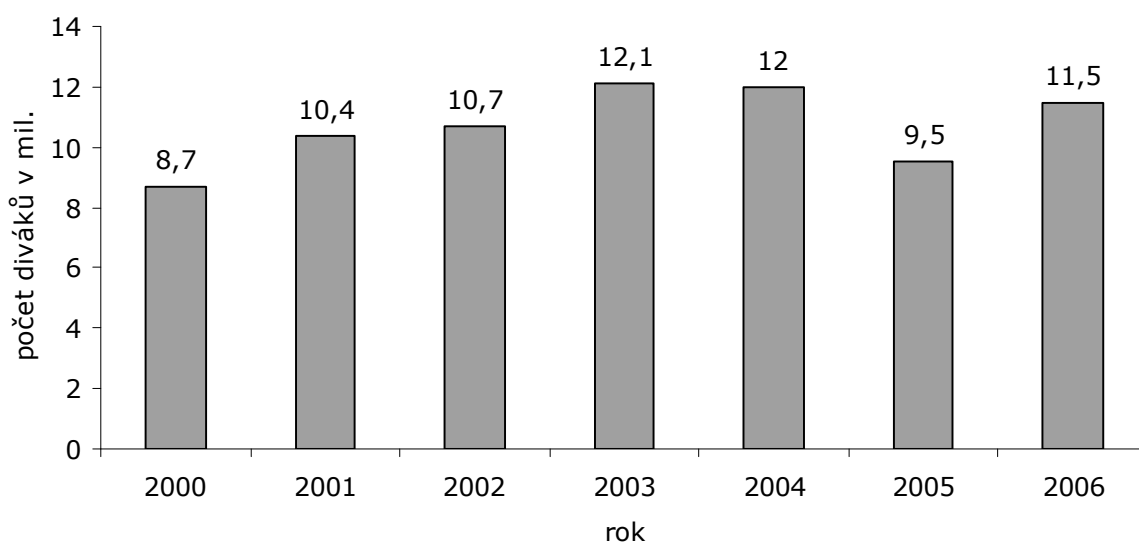
---

<sup>17</sup> Tento počet je aktuální k 7.12.2006

Podstatný útlum a změny zaznamenala videodistribuce, byly uzavřeny některé české pobočky amerických společností a jako konkurence se začíná prosazovat šíření filmů prostřednictvím internetu. Zároveň se začíná v kinech objevovat promítání z DVD nosičů, což také výrazně zvýšilo počet premiér v roce 2006, kdy bylo uvedeno i několik českých televizních filmů na DVD.

Od roku 2001 byl zastaven pokles návštěvnosti, dokonce došlo k jejímu vzestupu, pochopitelně zejména vlivem multiplexů, jejichž podíl na návštěvnosti vzrostl z počátečních 10,17% v roce 1999 až na 60,35% v roce 2006 (viz Tabulka č. 4 - 'Podíl multikin na trhu v ČR'). Zájem diváků se většinou soustředil hlavně na několik úspěšných hitů, vedle toho vzrostla návštěvnost českých filmů (s výjimkou roku 2002). Po relativně úspěšných letech 2003 a 2004 přišel obrovský propad návštěvnosti v roce 2005, což je vysvětlováno nedostatkem výjimečných filmových hitů, příchodem reality show na obě komerční televize a rozmachem pirátství. Rok 2006 přinesl pozitivní nárůst návštěvnosti a tím i naději do budoucna, zájem byl oživen zejména domácími snímky zaměřenými na celou rodinu a na mladé publikum. Na nárůstu návštěvnosti se rovněž podílelo otevření tří nových multiplexů, kromě Prahy ještě v Plzni a Pardubicích.

**Graf č. 8: Návštěvnost kin v letech 2000-2006**



**Tabulka č. 1: Počet kin, filmů a diváků letech 1919–1986**

rok	počet kin	počet celoveč.filmů celkem	počet čs./č. filmů	počet diváků v mil.	Ø diváků na jeden film
1919	490	x	x	x	x
1920	542	x	x	x	x
1921	653	x	x	x	x
1922	712	953	29	x	x
1923	796	806	18	x	x
1924	868	620	8	x	x
1925	931	608	16	62,9	103 454
1926	1 099	613	31	69,3	113 051
1927	1 236	598	24	71,4	119 398
1928	1 493	570	17	78,1	137 018
1929	1 513	653	35	85,6	131 087
1930	1 817	543	23	92,1	169 613
1931	1 966	466	23	90,6	194 421
1932	2 024	219	24	76,4	348 858
1933	2 002	215	44	68,7	319 535
1934	1 955	216	37	64,6	299 074
1935	1 833	336	34	63,7	189 583
1936	1 847	318	31	74,5	234 277
1937	1 850	331	49	84,5	255 287
1938	1 268	318	41	72,9	229 245
1939	1 254	242	41	62,7	259 091
1940	1 354	174	31	74,2	426 437
1941	1 347	134	21	78,8	588 060
1942	1 404	115	11	87,5	760 870
1943	1 435	94	10	106,5	1 132 979
1944	1 496	87	9	137,5	1 580 460
1945	1 650	66	4	91,3	1 383 333
1946	1 905	167	12	127,2	761 677
1947	2 265	208	23	146	701 923
1948	2 619	107	13	153,8	1 437 383
1949	2 972	106	28	147,5	1 391 509
1950	3 109	79	20	120,8	1 529 114
1951	3 362	88	28	123,8	1 406 818
1952	3 212	123	36	131	1 069 106
1953	3 105	120	31	136	1 133 333
1954	3 130	134	39	151	1 127 612
1955	3 125	133	31	162,6	1 223 308
1956	3 171	155	36	184,8	1 192 258

rok	počet kin	počet celoveč.filmů celkem	počet čs./č. filmů	počet diváků v mil.	Ø diváků na jeden film
1957	3 211	172	28	186,2	1 087 209
1958	3 305	189	53	183,3	969 841
1959	3 415	191	44	174	905 759
1960	3 520	191	33	176	921 990
1961	3 519	209	54	165,7	792 823
1962	3 615	210	52	151,8	722 857
1963	3 625	197	52	140,3	712 183
1964	3 597	209	58	133,9	640 670
1965	3 710	201	49	128,2	637 811
1966	3 682	202	48	127	628 713
1967	3 612	207	51	118,9	574 879
1968	3 570	207	63	118,7	573 430
1969	3 507	188	59	119,9	638 298
1970	3 496	205	46	114,8	560 000
1971	3 495	230	48	110,7	481 739
1972	3 469	222	45	98,4	443 243
1973	3 465	212	43	89,3	421 226
1974	3 445	222	36	87,7	395 045
1975	3 404	231	43	85,9	371 861
1976	3 315	222	43	85,6	386 036
1977	3 277	242	43	86,4	357 025
1978	3 248	233	46	84,7	363 519
1979	3 180	228	54	82,5	361 842
1980	3 084	224	56	82,3	367 411
1981	2 981	244	48	81	331 967
1982	2 891	228	40	78,6	344 737
1983	2 866	231	39	76,5	331 169
1984	2 844	245	40	78,9	322 449
1985	2 818	245	45	76,7	313 061
1986	2 787	243	44	76,6	315 226

Zdroj: Eva Strusková, K vývojovým tendencím kina, Praha, ČSFÚ, 1981 (1919-1980)

Zdroj: Aleš Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989 (rukopis pro Iluminaci 5, 2007, č.1 - v tisku) (1981-1986)

Pozn.: údaje za ČR i SR

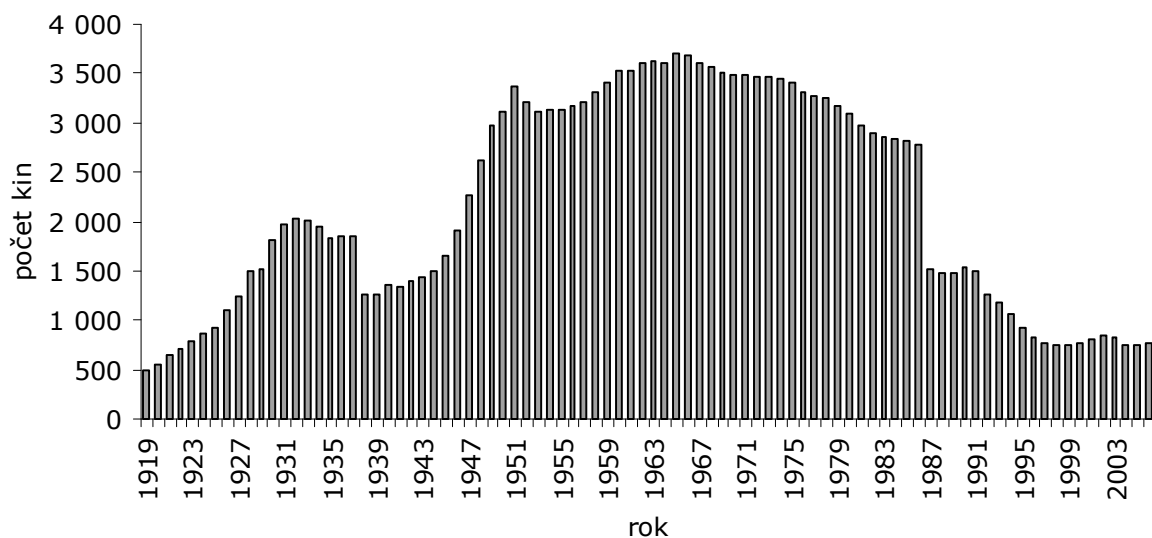
**Tabulka č. 2: Počet kin, filmů a diváků v letech 1987-2006**

rok	počet kin	počet celoveč.filmů celkem	počet čs./č. filmů	počet diváků v mil.	Ø diváků na jeden film
1987	1 526	233	43	54,5	233 906
1988	1 475	216	41	51,9	240 278
1989	1 478	210	45	51,5	245 238
1990	1 531	251	84	36,4	145 020
1991	1 490	193	41	29,9	154 922
1992	1 252	145	6	31,2	215 172
1993	1 178	174	14	21,9	125 862
1994	1 055	154	16	12,9	83 766
1995	930	136	20	9,3	68 382
1996	824	167	19	8,8	52 695
1997	763	172	19	9,8	56 977
1998	745	151	15	9,3	61 589
1999	746	158	17	8,4	53 165
2000	763	164	19	8,7	53 049
2001	816	173	18	10,4	60 116
2002	848	196	21	10,7	54 592
2003	833	207	15	12,1	58 454
2004	744	190	22	12	63 158
2005	739	193	23	9,5	49 223
2006	764	234	39	11,5	49 145

Zdroj: Aleš Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989 (rukopis pro Iluminaci 5, 2007, č.1 - v tisku) (1987-2006)

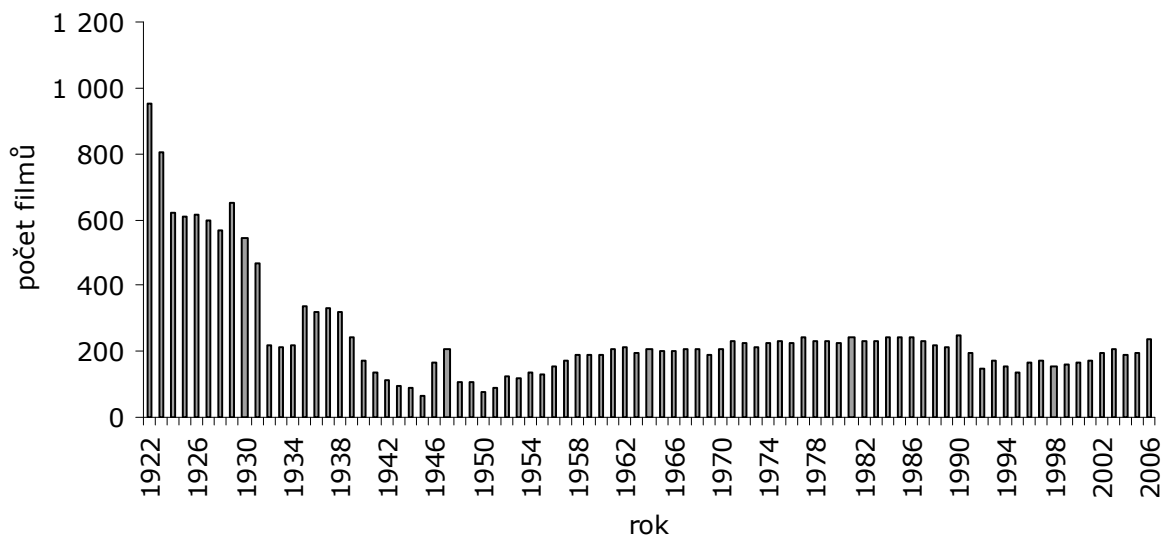
Pozn.: od roku 1987 jsou čísla pouze za Českou republiku

**Graf č. 9: Vývoj počtu kin v letech 1919-2006**

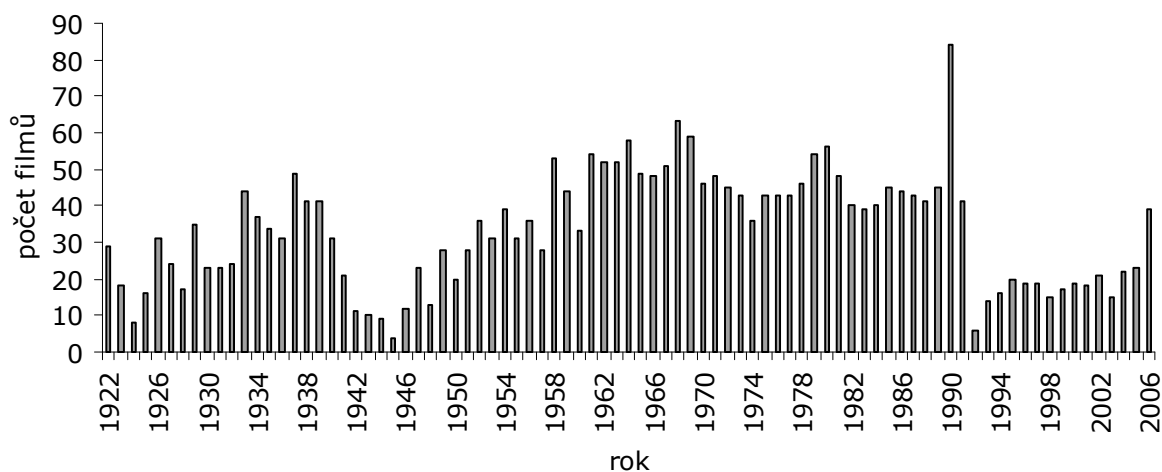


Pozn.: od roku 1987 jsou čísla pouze za Českou republiku

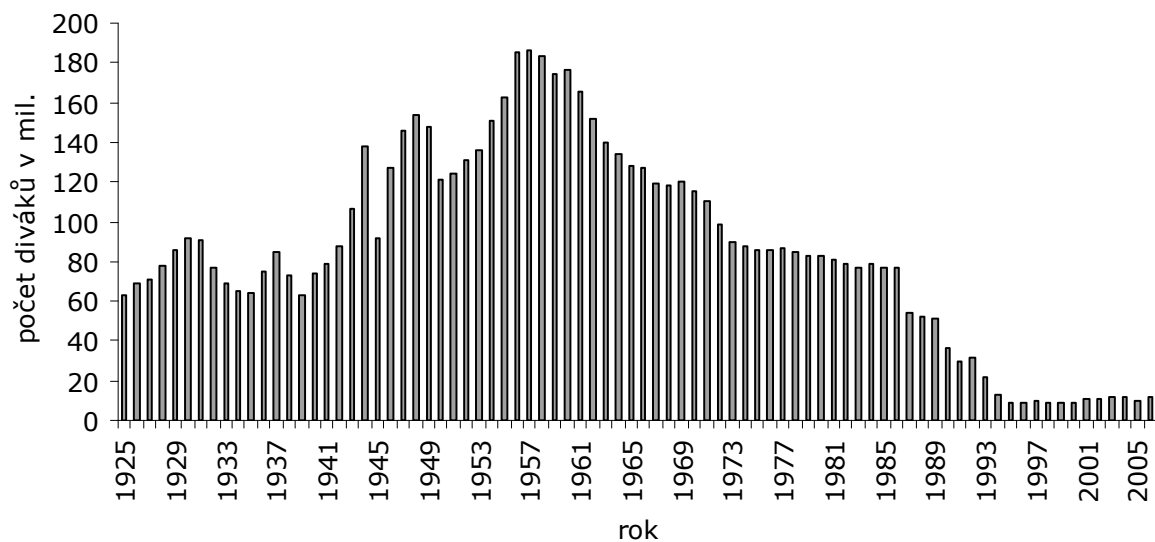
**Graf č. 10: Celkový počet uvedených filmů v letech 1922-2006**



**Graf č. 11: Počet uvedených čs./č. filmů v letech 1922-2006**



**Graf č. 12: Celková návštěvnost čs./č. kin v letech 1925-2006**



Pozn.: od roku 1987 jsou čísla pouze za Českou republiku

**Tabulka č. 3: Multikina v ČR k 7.12.2006**

č.	provozovatel	multikino (v objektu)	místo	provoz zahájen	celkem sedadel	celkem sálů
1	Palace Cinemas	P.C. (Olympia)	Brno	13.10.1999	2 248	10
2	Palace Cinemas	P.C. (Park Hostivař)	Praha	5.10.2000	1 746	8
3	Palace Cinemas	P.C. (Slovanský dům)	Praha	7.12.2000	1 852	10
4	Village Cinemas	V.C. (Centrum Černý most)	Praha	14.12.2000	1 905	8
5	Intersonic E.	Ládví (bývalé kino Moskva)	Praha	1.5.2001	842	6
6	Kino 2005	Galaxie (nová)	Praha	1.7.2001	1 729	9
7	Palace Cinemas	P.C. (Velký Špalíček)	Brno	31.8.2001	1 413	7
8	Cinestar	Cinestar (OC Futurum)	Hradec Králové	25.10.2001	1 573	8
9	Palace Cinemas	P.C. (OC Nový Smíchov)	Praha	15.11.2001	2 726	12
10	Cinestar	Cinestar (OC Futurum)	Ostrava	16.11.2001	1 992	8
11	Cinestar	Cinestar (OC Čtyři Dvory)	České Budějovice	15.3.2002	1 392	8
12	Village Cinemas	V.C. (Anděl City)	Praha	18.7.2002	2 273	14
13	Palace Cinemas	P.C. (OC Letňany)	Praha	18.10.2002	2 239	8
14	IT Czech Cinemas	CinemaCity (Metropole Zličín)	Praha	12.12.2002	1 841	10
15	IT Czech Cinemas	CinemaCity (OC Flora)	Praha	20.3.2003	2 140	9
16	Cinestar	Cinestar (Olomouc City)	Olomouc	8.12.2005	974	7
17	IT Czech Cinemas	CinemaCity (NovoPlaza)	Praha	23.3.2006	848	5
18	Cinestar	Cinestar (Olympia)	Plzeň	2.9.2006	1 499	8
19	Cinestar	Cinestar (OC Grand)	Pardubice	7.12.2006	771	6
<b>CELKEM (stav k datu poslední aktualizace) :</b>					<b>31 232</b>	<b>161</b>

Zdroj: UFD, Přehledy a statistiky

**Tabulka č. 4: Podíl multikin na trhu v ČR (1999–2006)**

rok	kina	představení	diváků	tržby
1999	všechna kina ČR celkem	181 291	8 370 825	496 062 893 Kč
	z toho multikina (3)	19 646	851 395	84 246 575 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>10,84%</b>	<b>10,17%</b>	<b>16,98%</b>
2000	všechna kina ČR celkem	197 607	8 718 776	593 019 758 Kč
	z toho multikina (6)	45 205	1 601 026	166 035 167 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>22,88%</b>	<b>18,36%</b>	<b>28,00%</b>
2001	všechna kina ČR celkem	252 692	10 363 336	817 681 525 Kč
	z toho multikina (10)	107 769	3 176 338	383 397 468 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>42,65%</b>	<b>30,65%</b>	<b>46,89%</b>
2002	všechna kina ČR celkem	306 082	10 692 996	946 005 083 Kč
	z toho multikina (14)	169 887	5 133 016	591 596 934 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>55,50%</b>	<b>48,00%</b>	<b>62,54%</b>
2003	všechna kina ČR celkem	341 332	12 139 638	1 084 009 955 Kč
	z toho multikina (15)	200 719	6 528 504	741 848 297 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>58,80%</b>	<b>53,78%</b>	<b>68,44%</b>
2004	všechna kina ČR celkem	326 646	12 046 139	1 105 869 640 Kč
	z toho multikina (15)	197 055	6 470 096	771 963 926 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>60,33%</b>	<b>53,71%</b>	<b>69,81%</b>
2005	všechna kina ČR celkem	318 212	9 478 632	854 485 624 Kč
	z toho multikina (16)	197 961	5 210 142	607 583 889 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>62,21%</b>	<b>54,97%</b>	<b>71,11%</b>
2006	všechna kina ČR celkem	345 239	11 508 965	1 043 322 604 Kč
	z toho multikina (19)	228 274	6 945 803	787 064 511 Kč
	<b>podíl multikin</b>	<b>66,12%</b>	<b>60,35%</b>	<b>75,44%</b>

Zdroj: UFD, Přehledy a statistiky

## **2. HLAVNÍ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁVŠTĚVNOST KIN**

### **2.1 Shrnutí vývoje a obecných znaků návštěvnosti kin**

V předchozích kapitolách jsem stručně popsala, jaká byla cesta kina a změny v jeho postavení v rámci celé jeho stoleté historie. Máme údaje o počtech kin, množství uváděných filmů a víme také, kolik diváků přišlo do kina v jednotlivých letech. Známe většinu prokazatelných důvodů, které přiměly diváky k návštěvě kina, ať již to byly technologické novinky, nedostatek jiného kulturního vyžití, změny společenských situací, nebo jakékoliv jiné trendy. Vedle těchto nezpochybnitelných příčin jsou zde však některé další, které jsou víceméně společné všem vývojovým etapám, snad jen s tím rozdílem, že s přibývajícimi lety bylo možno stavět na zkušenostech a poznatcích z minulosti.

Ke zrodu filmového diváka došlo již v první etapě vzniku stálých kin. Před tímto obdobím chodili diváci na kočovná představení spíše za zábavou a atrakcí. Když vznikla stálá kina, začal se pomalu vytvářet určitý druh návyku chodit do kina, postupem času dokonce s rostoucí pravidelností. Na počátku chodili lidé hojně do kina zejména z důvodu okouzlení novou formou vyprávění příběhů, byli fascinováni tím, co do té doby neviděli. Do doby příchodu televize v 50. letech bylo kino jediným místem šíření audiovizuálních děl, od té doby se muselo začít dělit o zájem diváků s novými médii. Zatímco dříve byli lidé zvyklí chodit do svého kina v určitý den v týdnu víceméně na cokoli, nyní začali raději šetřit na koupi televizoru. Na konci 50. let se vedle televize rozšířily nové formy rekreací a dovolených, zejména camping a chalupaření. V dalších dekádách lidé čím dál více trávili volný čas doma, ať už ve společnosti televizní obrazovky, nebo rozhlasu, gramofonu a magnetofonu. Koncem 80. let jim k tomu přibyl ještě videorekorder, v průběhu 90. let pak domácí trh zaplavilo nevídané množství filmů nejprve na VHS a pak i na DVD nosičích, rozšířil se systém domácího kina, vznikly mocné komerční televize, filmy začaly být dostupné na kabelových televizích a satelitních programech. V současné době je ve stadiu rozvoje šíření filmů po internetu, resp. možnost jejich stahování z různých serverů. Vývoj zatím potvrdil, že každá technologická novinka mírně otrásla pozici kina, žádné se však nepodařilo kino zničit docela.

Vedle konkurence na poli audiovizuálním, sehrály svou roli momentální nabídky alternativních druhů zábavních, kulturních, sportovních a jiných aktivit, změny ve způsobu trávení prázdnin, zavedení volných sobot, proměny pracovní vytíženosti lidí. Dále pak osobní priority každého člověka, finanční a politická situace. Specifickým fenoménem návštěvnosti kin je počasí, resp. roční doba. Je známo, že filmu v kinech nejvíce prospívá jaro (březen) a podzim (říjen, listopad), zejména co se týče nasazování premiér filmů. Letní měsíce jsou obecně méně příznivé pro mnohá kulturní odvětví, ovšem vysoký počet letních kin v dřívějších dobách a existence klimatizovaných multikin dnes, pomáhají udržovat návštěvnost i v období horkých slunných dnů (viz Tabulka č. 5, 'Návštěvnost českých kin v jednotlivých měsících let 2000-2006'). V posledních letech se také změnil přístup distributorů k letnímu období, kdy jsou nasazovány premiéry filmových hitů (vesměs amerických) bez rizika prázdných sálů.

Největší zbraní kina, se kterou vždy úspěšně čelilo výše zmíněné konkurenci, zůstává nezaměnitelnost atmosféry a možnost společenského kontaktu s jinými lidmi. Kino je stále schopné divákům nabídnout něco, co nemají doma a také ojedinělý druh relaxace a zábavy. Kino nabízí divákům alespoň na chvíli únik z reality, čas strávený ve společnosti oblíbených herců prostřednictvím velkého plátna, které umožňuje maximální emotivnost prožitku.

Významnou roli v rozhodovacím procesu, zda jít či nejít do kina, hraje pochopitelně konkrétní film. V tomto smyslu velmi záleží na druhu diváka, jeho filmových znalostech a zájmu být informován. Předpokládám, že převážná většina lidí, mířících do kina na konkrétní film, je vedena určitou motivací daný film shlédnout. Může se jednat o volbu na základě jména režiséra či jiných tvůrců, mnohem větší roli u běžného diváka ovšem hrají jména herců. Určitý význam má i název filmu a pak rozhodně jeho téma, v případě, že je jasně a zřetelně definováno a zviditelněno. Filmu určitě prospěje i zdánlivě bezvýznamná festivalová cena, čím je festival známější, tím větší je zvědavost diváků. Diváci si v průběhu let navykli orientovat se také podle filmových kritik a zejména v dnešní době informačních médií mají nezanedbatelný vliv jakékoliv zveřejněné články. Daleko podstatnější dopad má fenomén tzv. *šeptandy*, což je nejmocnější skrytý nástroj propagace. Potenciální divák bude vždy více důvěřovat někomu, koho zná, než zkreslujícím reklamním sloganům. V dnešní době vysoké zadluženosti rodin a jiné úrovně příjmů a výdajů než dříve, hraje nemalou roli také cena vstupenky do kin (více

v kapitole 2.7 o vstupném). Zásadním předpokladem plných sálů kin vždy bude existence divácky přitažlivých titulů, což se poměrně problematicky zpětně hodnotí např. v 70. a 80. letech, ovšem právě nedostatek takovýchto filmů způsobil velký pokles diváků např. v roce 2005 (jistě zde byly i jiné důvody).

To jsou tedy obecně hlavní známé důvody plných, případně prázdných sálů kin. Kromě toho je zde však něco neznámého a skrytého, na co divák podvědomě reaguje a čím si budou producenti, potažmo distributoři, vždy marně lámat hlavu.

**Tabulka č. 5: Návštěvnost českých kin v jednotlivých měsících let 2000-2006**

měsíc/rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Ø v jedno-tl.měs.
<b>leden</b>	688 131	747 191	1 065 162	1 265 957	1 192 263	848 471	945 900	964 725
<b>únor</b>	888 290	942 248	1 095 975	971 108	1 170 406	751 208	813 709	947 563
<b>březen</b>	946 705	1 030 884	1 104 472	1 071 871	954 873	738 716	1 138 819	998 049
<b>duben</b>	742 518	801 914	848 308	1 131 478	779 265	793 049	1 178 056	896 370
<b>květen</b>	646 617	810 239	697 596	993 598	847 516	724 517	1 008 852	818 419
<b>červen</b>	622 708	1 019 458	790 296	848 894	1 062 464	772 200	838 818	850 691
<b>červenec</b>	671 556	747 208	799 301	801 886	1 065 721	793 421	730 325	801 345
<b>srpen</b>	713 656	847 877	807 312	955 254	1 049 388	859 194	1 222 677	922 194
<b>září</b>	669 687	898 216	785 435	909 133	915 142	668 570	773 685	802 838
<b>říjen</b>	763 418	866 840	998 668	1 138 001	1 066 119	747 144	830 454	915 806
<b>listopad</b>	735 008	916 719	823 010	1 161 910	1 052 041	760 394	898 986	906 867
<b>prosinec</b>	630 482	734 542	877 461	890 548	890 941	1 021 748	1 128 684	882 058
<b>celkem</b>	<b>8 718 776</b>	<b>10 363 336</b>	<b>10 692 996</b>	<b>12 139 638</b>	<b>12 046 139</b>	<b>9 478 632</b>	<b>11 508 965</b>	x

Zdroj: UFD, Přehledy a statistiky

## 2.2 Návštěvníci kin

Vzhledem k tomu, že neexistuje mnoho významných komplexních výzkumů a analýz chování filmového diváka a jeho preferencí, budu vycházet z několika základních dat, která mám k dispozici.

Struktura divácké obce se samozřejmě v průběhu historie kina proměňovala. Zpočátku bylo kino atraktivní a dostupné pro všechny skupiny lidí. Postupně začalo kino zevšedňovat a lidé si začali více vybírat, přesto však kino vždy patřilo k nejnavštěvovanějším druhům zábavy. Se zavedením volných sobot na konci 60. let (v roce 1967 nejprve v sudých týdnech) se změnil režim rodinného života, a lidé o víkendu více vyjížděli z měst na venkov. Naopak v současné době je víkendová návštěvnost kin nejvyšší.

Přesné procentuální údaje se v jednotlivých obdobích liší, určitá obecná pravidla však lze aplikovat napříč všemi dekádami. Výzkumy z 80. let a z roku 2003<sup>18</sup> potvrzují, že tendence v obou zkoumaných obdobích jsou stejné a rozložení filmového publika se v posledních desetiletích nemění.

Nejvýznamnější diváckou skupinou jsou mladí lidé (80% návštěvníků kin jsou diváci do 35 let), pro něž je návštěva kina součástí dospívání, kino napomáhá rozvoji jejich osobnosti, je místem, kde se setkávají se svými vrstevníky. Z toho také do jisté míry vychází distribuční a reklamní dramaturgie a strategie a snaha co nejvíce zasáhnout tuto cílovou skupinu, která pozitivně reaguje a zároveň vytváří módní trendy. Zajímavou skupinou jsou děti, jejichž schopnost vnímat a zhodnotit audiovizuální dílo se postupem doby výrazně zvýšila. Otázka poměru negativních a pozitivních vlivů současných forem zábavy na rozvoj dítěte je předmětem mnoha diskusí, pravdou však zůstává, že tato skupina bude vždy velmi snadno identifikovatelná a oslovitelná. Poměrně dobře stále fungují školní představení, která mají podíl nejen na návštěvnosti, ale také na vytvoření zvyku návštěvy kina. Tyto projekce jsou však spíše náhodně vybírány a chybí zde systém filmového vzdělávání, které by přispělo k formování vkusu budoucích návštěvníků kin. Co se týče dalších věkových kategorií, ty tvoří již méně významné

---

<sup>18</sup> Zdroj: Výzkum 'Současná kultura filmového diváka v ČR', ÚPF, Radko Hájek, 1982; Výzkum Screenvision, 2003

procento a reagují spíše na osvědčené divácké hity. Zatímco mládež je ochotna do kina dojíždět, děti a starší publikum vyhledávají kina spíše v blízkosti svého bydliště. Pro obyvatele menších měst a vesnic je kino obecně méně dostupné a je tudíž spíše vzácnější událostí.

Za poslední dobu stoupl počet lidí, kteří nechodí do kina vůbec, naopak ti, kdo jej navštěvují, tak činí s vyšší intenzitou. Existují také diváci, kteří ze zásady nikdy nepůjdou do multikina. Divák si v programu více vybírá a má také vyšší nároky na kvalitu, což určitě souvisí s výší vstupného. Co se týče vztahu filmového diváka k televizi, obecně platí, že na časté návštěvníky kina má televize nejmenší dopad a pravidelní diváci televize jsou spíše výjimečnými návštěvníky kina.

Specifickou skupinou diváků jsou diváci multikin, o kterých víme, že chodí do kina častěji, než diváci klasických kin. 61% návštěvníků multikin tvoří lidé do 35 let, 40% dojíždějících návštěvníků multikin jezdí ze vzdálenosti větší než 10 kilometrů, více než polovina po skončení filmu ještě utrácí peníze za jiné služby nebo výrobky.<sup>19</sup>

Podle výzkumu společnosti *Median* z roku 2001<sup>20</sup> je v pražské populaci 21,3% osob, kteří chodí alespoň jednou měsíčně do kina. Největší podíl tvoří věková skupina 20–29 let (34,2%), 21% jsou diváci 14–19 let a 17,1% kategorie 40–49 let. Návštěvníci kin jsou aktivnější, častěji poslouchají hudbu, více čtou knihy, sportují, cestují a tráví méně času doma. Dále také více využívají počítač, internet, více sledují reklamu a více se jí nechají ovlivnit.

---

<sup>19</sup> Zdroj: AVE Marketing, časopis Marketing & media, č.11, 2006

<sup>20</sup> Analýza 'Návštěvníci kin v Praze' (jako čtenáři časopisu Houser)

## 2.3 Žánr filmu

Na počátku filmové historie byly natáčeny a uváděny převážně krátké dokumentární filmy, postupem času začaly převažovat hrané filmy, jejichž délka se násobila. V průběhu celého století se proměňovala oblíbenost jednotlivých žánrů, obecně lze však konstatovat, že na pomyslném žebříčku byly vždy nejvýše komedie, akční a dobrodružné filmy. Diváci také zůstávali vždy věrní žánru sci-fi a pohádkám. Co se týče dalších žánrů, u nich divácká preference více kolísala, jako například u westernů, muzikálů a hudebních filmů. Každý divák má svůj oblíbený žánr a na filmy ostatních žánrů spíše nereaguje. Žánr sám o sobě však není nikdy zárukou a je nutné, aby film obsahoval něco víc, co přitáhne diváka. Velmi osvědčenou metodou, jak využít úspěchu určitého filmu, je vytvoření jeho pokračování, popřípadě rovnou celé série. Ve většině případů jsou filmy již od počátku zamýšleny a natáčeny jako série, což se týká zejména žánru dobrodružného a sci-fi.

V období před rokem 1989 byla uváděna řada filmů, které měly za úkol plnit společenskou funkci a musely obsahovat ideovou rovinu. Kina musela naplňovat plán diváků a tržeb, 60% musely vykazovat filmy ze socialistických a tzv. preferovaných zemí. Filmové projekce byly doplňovány, resp. jim předcházely filmové týdeníky, které v krátkých šotech pravidelně a stručně informovaly diváky o aktuálních událostech z domova i ciziny. Tuto roli informátora později plně převzala televize a týdeníky v kinech přestaly být aktuální tak jako dříve a byly nahrazovány monotematicky zaměřenými reportážemi.

Rozdílný charakter vnímání filmu v televizi a v kině má také vliv na odlišné postavení žánru na obrazovce a na plátně. Zatímco akční, výpravné, historické a dobrodružné filmy potřebují velké plátno a v televizi nedosahují potřebného efektu, jiné druhy filmů (například psychologické, melodramatické, rodinné apod.), jsou vhodné pro kino i pro televizi.

Filmové kluby se vždy orientovaly na náročnější filmy s výraznější uměleckou a estetickou rovinou. Staré klasické světové i české filmy se stále těší oblibě diváků a jsou vyhledávány zejména mladým publikem. V současné době jsou i tyto filmy dostupné na DVD, což je velkým přínosem pro filmové vzdělávání.

## 2.4 Fenomén českého filmu

Diváci se samozřejmě při výběru filmu řídí zemí původu filmu. Návštěvnost byla vždy nejvíce ovlivňována velkými filmovými hity, zejména pak americké a české výroby. Podíl amerických filmů v českých kinech byl 5% v polovině 80. let, v roce 1991 37%, 77% v roce 1992, 69% v roce 1993 a v roce 1999 klesl na 53%. V posledním desetiletí tvoří americké filmy v průměru polovinu uváděných titulů.

České filmy se vždy setkávaly s velkým diváckým zájmem, zejména v posledních letech patří Česká republika na první místa v žebříčku oblíbenosti domácí tvorby. V roce 2006 se ČR umístila na druhém místě s 30%, za Francií s 45%. České filmy se zároveň pravidelně umísťují na vedoucích pozicích v TOP 20 za jednotlivé roky. Pro srovnání, v Polsku byl podíl domácích filmů na celkové návštěvnosti v roce 2005 3,4% a v roce 2006 15,9%. V Maďarsku se zájem o domácí filmy mírně zvýšil, přesto nedosahuje českých čísel (2004 – 10,3%, 2005 – 15,4%, 2006 – 16%, v předešlých letech 5-8%). V následující tabulce vidíme, jaký byl vývoj v Čechách v letech 1987–2006.

**Tabulka č. 6: Úspěšnost českých filmů v letech 1987–2006**

rok	počet premiér českých filmů	podíl diváků českých filmů v %	počet českých filmů v TOP 20
1987	43	30,4	6
1988	41	34,6	6
1989	45	33,4	5
1990	84	24,9	3
1991	41	22,4	4
1992	6	18,8	6
1993	14	19,8	6
1994	16	21,3	6
1995	20	15,1	2
1996	19	15,8	1
1997	19	21,3	5
1998	15	14,3	5
1999	17	25,3	4
2000	19	23,2	5
2001	18	30,9	5
2002	21	12,6	2
2003	15	25	6
2004	22	23,9	5
2005	23	25,1	8
2006	39	30,1	6

Zdroj: Aleš Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989 (rukopis pro Iluminaci 5, 2007, č.1 - v tisku)

## 2.5 Druhy kin

Vývojem kina a změnami, kterými prošlo, jsem se zabývala v první části, nyní se zaměřím spíše na specifika, týkající se programu a orientace na určité skupiny diváků.

Brzy po vzniku prvních kin došlo k jejich diferenciaci na velké reprezentativní sály v centrech velkoměst, které měly na programu především premiéry filmů a na menší reprízová kina na okrajích měst. Byla zde *stálá kina* s hracím profilem od několika představení denně až po jedno promítání týdně. V momentálním počtu pěti set klasických kin převažují kina s víkendovým, případně jinak vymezeným promítáním. V 60. letech se objevily první *kinokavárny*, které fungovaly jako příjemná alternativa ke klasickým sálům, ovšem s tím rozdílem, že ne každý film byl vhodný pro sledování tímto způsobem.

*Putovní kina* obnovila svoji činnost na konci 40. let, největšího počtu (235) dosahovala začátkem 50. let. Jejich množství postupně klesalo a na počátku 90. let zanikla z důvodu zastavení výroby 16mm kopií, které byly využívány při projekcích pro školy, společenské organizace a tzv. osvětové besedy.

Velmi oblíbená vždy byla *letní kina*, k jejichž rozšíření došlo po roce 1945 a jejichž počet rapidně stoupal. V 70. a 80. letech bylo na našem území okolo 160 letních kin, v 90. letech se počet snižoval a v roce 2006 jich je v ČR 100. Hlavní nevýhodou letního kina je jeho závislost na přízni počasí a nezanedbatelné náklady na údržbu. Nepříznivý vliv na návštěvnost letních kin mělo zavedení každoročního letního času v roce 1979. Začátky představení byly posunuty kvůli tmě, což bylo pro diváky nepříjemné zejména ve všedních dnech. V 90. letech se rozšířilo promítání provozované pojízdnými *maringotkami*, které plní funkci letních kin v místech, kde letní kina nejsou.

Na konci 50. let začaly vznikat *Filmové kluby* (FK), které si svou tradici uchovaly dodnes, přestože princip jejich fungování se změnil. Koncem 80. let existovalo 250 FK se 100 tisíci členy, po roce 1989 zůstalo 80 klubů, v roce 1994 počet vzrostl na 120 a počet jejich diváků se pohyboval okolo 100 tisíc ročně. V roce 2004 bylo v ČR 135 FK, z toho v Praze 17. Do roku 1993 bylo nutné být členem FK, aby mohl divák navštívit projekci, v tomto roce se FK otevřely veřejnosti. Filmové kluby mají ve svém programu především artovou a evropskou tvorbu.

Nejúspěšnějším kinem s charakterem FK je v současné době pražské kino *Aero*, které tímto způsobem funguje od roku 1998.<sup>21</sup> Průměrný počet diváků na jedno představení je 120, roční návštěvnost dosahuje 90 tisíc diváků. Tato čísla jasně potvrzují, že filmové kluby, potažmo artová kina, mají velmi podstatné místo v síti kin a vykazují stabilnější návštěvnost než klasická kina. Nutno ovšem dodat, že situace je jiná u artových kin v menších městech než je Praha, kde je menší koncentrace potenciálních diváků a hlavně kina obtížněji získávají dotace.

Specifickým projektem, který ovšem neměl dlouhého trvání, byl *kinoautomat*, který byl představen v roce 1967 na výstavě *Expo* v Montrealu (jeho hlavním autorem byl Radůz Činčera). Kinoautomat spočíval v interaktivním zapojení diváků do filmového představení, o jehož vývoji mohli rozhodovat pomocí tlačítek umístěných na sedadlech. Projekt byl velmi úspěšný, jeho problémem však byly vysoké pořizovací náklady na zařízení, nedostatek programu a nemožnost uvedení v každém kině. Princip kinoautomatu ještě v 80. letech použila Československá televize a v současné době se připravuje jeho obnovené uvedení po čtyřiceti letech. Filmové projekce také využívala *laterna magika*, která pro svá kombinovaná představení využívala pražské kino Moskva a formou zájezdů byla prezentována po celém světě.

Zásadní zlom ve vývoji kin, změny v jejich dramaturgii a programových možnostech, znamenal příchod *multikin* na počátku nového tisíciletí. Otázkou zůstává, jak by se vyvíjela návštěvnost bez multiplexů, je však jasné, že vícesálová kina výrazně oživila divácký zájem. V zahraničí, kde vznikaly multiplexy již v 90. letech, byly důvodem, proč lidé odešli od televizních obrazovek. Charakteristika multiplexu je stanovena jako kino s pěti a více sály, s kvalitním technickým vybavením, vlastním parkovištěm, počítačovým prodejem vstupenek, obchodním a restauračním příslušenstvím. Program na následující týden se sestavuje na základě víkendových výsledků. Provozní výhody multikina byly již uvedeny výše (zejména efektivní využití personálu, společná kabina pro všechny sály, možnost promítání stejného filmu ve více sálech), vedle toho však přináší multikino řadu výhod pro diváka. Návštěvník multiplexu se až na místě může rozhodnout ze širokého výběru titulů a jejich začátků, důležitou devizou pak je kvalita projekce a komfort v sále. Problematické je na druhou stranu umístění sálů v těsné blízkos-

---

<sup>21</sup> Kino vzniklo v roce 1932 a patřilo mezi klasická kina

ti, což často způsobuje nežádoucí hluk z jiné projekce. Multikina měla negativní dopad na menší kina, neboť způsobila jejich likvidaci, zároveň však nastavila určitý standard, kterému se klasická kina snaží přiblížit tím, že zvyšují kvalitu svých služeb. Za nevýhodu multiplexů však považují to, že pro mnohé návštěvníky se stává důležitější návštěva kina a využití přílehlých služeb, než film samotný. Pozitivním aspektem přesto zůstává kvalita filmové projekce (ne však ve všech sálech multikin), a komfort, o kterém snily generace filmových diváků v minulých dekadách, kdy byla kina mnohdy ve špatném technickém stavu (projekce však byly kvalitní a pravidelně kontrolovány).

Ojedinělým druhem projekce je technologie *IMAX*,<sup>22</sup> která probíhá v sálech, speciálně upravených pro prostorovou projekci, kde promítá hlavně přírodopisné a vzdělávací filmy. V Čechách byl IMAX sál otevřen v roce 2003 jako součást pražského multikina *Cinema City Flora*, kde se z velké části podílí na jeho úspěšnosti.

Na počátku 21. století došlo s příchodem multiplexů ke změně přístupu ke kinu z obchodního hlediska. Zatímco v případě multiplexů se jedná o podnikatelskou činnost s jasným zaměřením na zisk, jednosálová kina jsou vesměs nevýdělečnými subjekty, odkázanými na dotace. Provoz klasického kina se nevyplácí a tato kina tak plní společenskou funkci nositele kultury a protipólu ke komerčně orientovaným multikinům.

---

<sup>22</sup> IMAX – z angl. Image MAXimum, maximum obrazu, vyvinuto společností IMAX Corporation, používá 70mm negativ, speciální promítací zařízení

## 2.6 Systém distribuce

Návštěvnost kin je do jisté míry ovlivňována tím, jakým způsobem funguje distribuční síť a jak je navázána na síť kin. Z historického pohledu zde nebylo mnoho variant distribučních strategií a systémů. Zpočátku předvádění zajišťovali výrobci a majitelé filmových technických zařízení. Do roku 1989 byla distribuce součástí zestátněné kinematografie. *Ústřední půjčovna filmů* (ÚPF, existovala v letech 1957–1991) ve spolupráci s výběrovou komisí a prostřednictvím *Čs. filmexportu* nakupovala zahraniční filmy a české filmy přebírala od domácích studií. U zahraničních filmů zajišťovala ÚPF jazykovou úpravu, výrobu kopií a jejich distribuci, která probíhala podle měsíčních plánů premiér. Na této činnosti spolupracovala s *Krajskými filmovými podniky* (KFP). Kraj dostal potvrzení o přidělení kopie na konkrétní dobu, na jeho základě pak kino kopii obdrželo od ÚPF, do krajského skladu byly doručeny propagační materiály pro kino a po odehrání filmu KFP zpracoval vyúčtování. ÚPF se starala o reklamu jednotlivých filmů, především ve sdělovacích prostředcích, reklamní kampaně na akce typu *Festival pracujících* a reklamní materiály pro kina.

K výrazné transformaci filmové distribuce došlo po roce 1990. S filmem se začalo zacházet jako se zbožím. Vzniklo mnoho distribučních společností, které různými způsoby spolupracují se zahraničními distributory, českými a světovými výrobci a v neposlední řadě s kiny. Čeští distributoři na základě smlouvy se zahraničním partnerem uvádějí získané filmy, mohou však také využít svých znalostí místního trhu a nabízený film odmítnout s vysvětlením nevhodnosti uvedení. V roce 1992 se dohodli distributoři s *Uníí filmových distributorů* na limitním stropu 50% dělení tržeb, přesto se poměr podílů často měnil, zejména pak s příchodem multiplexů, které také znamenaly změnu postavení distributorů. V průměru odevzdávají kina distribučním společnostem 45%, podíl na tržbách je odlišný pro klasická kina a pro multiplexy, které o výši odvodů individuálně jednájí s distributory. V krajních případech odevzdávají pouze 30% ze svých tržeb, což je vysvětlováno jako motivace pro udržení filmu v nabídce co nejdéle. Druhým způsobem půjčovného je fixní sazba, kdy distributor stanoví kinu jednorázovou částku za daný počet promítnutí. Tato forma se týká specifických případů promítání, například festivalů, kde je obtížné zjistit přesný počet diváků, nebo projekcí, kde se nevybírání vstupné.

Velmi problematickou oblastí distribuce filmů po roce 1990 (především od doby vstupu multiplexů na trh) je systém rozdělování kopií mezi jednotlivá kina, zejména pak nasazování premiérových uvedení. Je to plně v kompetenci distributora a záleží jen na něm, kde se rozhodne film uvést. Distributor nemá žádnou povinnost dát určitému kinu kopii v určitém čase. Kopie poskytne z logických důvodů nejdříve kinům, do kterých chodí nejvíce diváků a zajistí mu tak nejvyšší tržby. Do menších kin se pak film dostane se zpožděním mnoha týdnů od premiéry, tedy v době, kdy film již ztrácí původní atraktivitu, už není podporován reklamní kampaní, případně ho nedočkaví diváci již shlédli v blízkém multiplexu. Pro malá kina mají tyto postupy fatální následky a připravují je o značné zisky. I v minulosti se premiéry dostávaly nejdříve do kin, která je dokázala nejlépe zhodnotit. Tento problém mohou v budoucnu vyřešit digitální kopie, kterých bude k dispozici neomezené množství. V současné době se počet kopií uváděných filmů pohybuje v rozmezí 1–43 kopií, průměrný počet je většinou 15–20 kopií, což je při existenci téměř 800 kin velmi malé množství. Dalším problémem pro malá kina je pozdržení filmových kopií, kdy distributor prodlouží uvádění filmu v multikině a kino, které mělo kopii obdržet, musí čekat, až se kopie uvolní z multikina. Film má již uveden v programu a nestihne včas informovat diváky o změně, čímž je může odradit od příští návštěvy.

S rozmachem nových technologií se postupně výrazně zkracovalo období od uvádění filmu v kině a jeho vydání na VHS a DVD nosičích, resp. vysílání v televizi. Před rokem 1990 se zahraniční film s monopolem dostal do televizního vysílání po pěti letech od premiéry, v 90. letech šlo v průměru o šesti až osmi měsíční odstupy, dnes dělí uvedení filmu v kině od vydání na DVD v některých případech pouhé čtyři měsíce. To má bohužel vliv na návštěvnost filmů, neboť filmy jsou v kinech velmi krátkou dobu a pomalejší divák mnohdy film nestihne, což se samozřejmě netýká velmi úspěšných filmů, které multiplexy hrají, dokud o ně diváci projevují zájem.

Systému distribuce by velmi pomohlo napojení distribučních společností na síť kin, ve smyslu efektivnějšího disponování s filmovými kopiemi (podobně jako v případě *Osy 9*, více v kapitole 3.1). Tento systém by však musel podléhat legislativním nařízením a řídit se pravidly hospodářské soutěže (kompetence *Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže – ÚOHS*).

**Tabulka č. 7: Distribuční společnosti v letech 1990-2006<sup>23</sup>**

<b>název společnosti</b>	<b>vznik</b>	<b>zánik</b>
Aerofilms	2005	x
Artcam	1998	x
Asociace českých filmových klubů	1993	x
Astracinema	1994	2002
Astrafilm	1992	1997
Atlantis	1998	x
Atypfilm	2004	x
Barrandov Biografia	1995	1997
Bioscop	2001	x
Blue Sky Film Distribution	2006	x
Bontonfilm	1995	x
Cinemart	1995	x
Falcon	1994	x
Five Stars Entertainment	1995	1998
Galafilm (Remake)	2000	2004
Gemini Film	1992	1998
Gulid Entertainment	1992	1994
Halley	1996	2001
Heureka Production PF	1993	1995
Hollywood CE	2001	x
Interama	1991	1993
Intersonic	1992	x
Kinofa	2005	x
Krátký film	1991	x
Lucernafilm <sup>24</sup>	1994	1995
MIDO Film Brno	1994	1995
Národní filmový archiv	1993	x
Palace Pictures	2006	x
Pragafilm	1992	1993
Space films	1991	2002
SPI International Czech Republic	2001	x
Sunfilm	1998	2003
Warner Bros.	1998	x

<sup>23</sup> Roky vzniku neznamenají vždy založení společnosti, ale začátek distribučních aktivit; společnost Heureka vznikla přejmenováním Pragafilmu; spol. Warner Bros. vznikla ze spol. Warner Home Video, kt. se věnovala videodistribuci

<sup>24</sup> ÚPF v roce 1991 změnila název na Lucernafilm a v roce 1993 došlo k privatizaci a vzniku Lucernafilm a.s.

## 2.7 Vstupné

Distributor půjčuje film kinu k promítání za určitých podmínek, které jsou smluvně stanoveny. Do roku 2006 bylo vstupné určováno na základě distributorem stanovené minimální výše. Od 11. října 2006 platí nové *‘Všeobecné obchodní podmínky poskytování podlicencí k šíření audiovizuálních děl v kinech a obdobných zařízeních’* (VOP), ve kterých je použito výrazu *‘doporučené vstupné’*, oproti původnímu *‘minimálnímu vstupnému’*, vůči kterému byly vzneseny výhrady ze strany *Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže* (ÚOHS).

V minulých dekádách bylo vstupné určováno centrálně, výrazněji se neměnilo, ale existovaly kategorie, pro které platily odlišné ceny. Od roku 1964 platily nižší ceny pro klasický film než pro širokouhlý. Od roku 1970 byly stanoveny ceny pro jednotlivé kategorie bez ohledu na formát, s výjimkou 70mm projekcí. Od roku 1981 se zvýšené vstupné s příplatkem týkalo zvláště atraktivních a jedinečných filmů. Nižší vstupné se týkalo dětských a klubových představení, zvýhodněny byly sovětské filmy v rámci *Klubů přátel sovětského filmu*. Výše vstupného neměla téměř žádný vliv na návštěvnost, neboť rozdíly vstupného byly v malém rozpětí.

Po roce 1990 je návštěvnost výrazně ovlivněna relativně vysokým vstupným (v poměru k platu je cena vyšší než v jiných zemích EU), které je nižší v klasických kinech než v multikinech, v okrajových regionálních kinech dochází k občasnému zvýšení, zatímco v Praze má spíše klesající tendenci. Jak je vidět v níže uvedené tabulce, která ukazuje vývoj vstupného v letech 1993-2006, vstupné se začalo zvyšovat na začátku 90. let velmi rapidně, od roku 2002 je průměrná cena poměrně stabilní.

Multiplexy se snaží diváky motivovat systémem slev, ať už dlouhodobějších (např. levná středa, pondělí až pátek sleva pro studenty apod.), nebo jednorázového charakteru (akce *Filmánie 2006* – výrazně snížené vstupné na 50 Kč po dobu jednoho týdne, iniciativa společnosti *Palace Cinemas*, ke které se postupně připojily další multiplexy a některá jednosálová kina). Otázkou zůstává význam podobné akce ve smyslu účinnosti. V případě výše popsané události došlo sice k enormnímu zájmu diváků, kteří chodili i na filmy, na které za normálních okolností ani nepomyslí. Zájem byl téměř trojnásobný oproti běžné návštěvnosti,

ovšem tržby dosahovaly jen mírně vyšších čísel než při normálním vstupném. Pomohlo to tedy kinům ve smyslu oživení zájmu a přilákání i jiných diváků, ne však už pokladnám kin. Na druhé straně rozhodně vzrostly tržby multikin zejména za občerstvení, kdy za něj diváci více utráceli z důvodu nižší ceny vstupenky. Rozhodně byla tato akce jasným signálem, že vstupné (zejména v multiplexech), je příliš vysoké a má tedy v současné době zásadní vliv na návštěvnost.

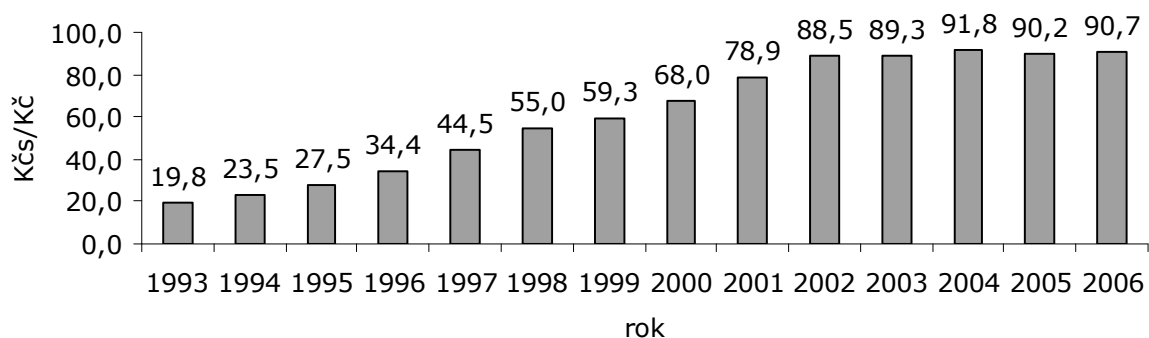
Kina se snaží nízké tržby kompenzovat především doplňkovými službami. V případě multiplexů jsou to jednoznačně již zmíněná občerstvení, kde jsou ovšem pro většinu diváků nepřijatelné ceny. V jednosálových kinech jsou tradicí bary, prodeje časopisů, plakátů apod. Kino může také pronajímat prostor pro jiné účely než je promítání filmů. Významným zdrojem příjmů kina je kinoreklama, která má mnohem vyšší účinnost a dopad než v ostatních médiích. Prodejem kinoreklamy se zabývají společnosti *CineXpress*, *Palace Media* a *Screenvision Czech* (dříve *Arcona Reklama*).

V následující tabulce a grafech je zobrazen vývoj tržeb a vstupného v letech 1993–2006.

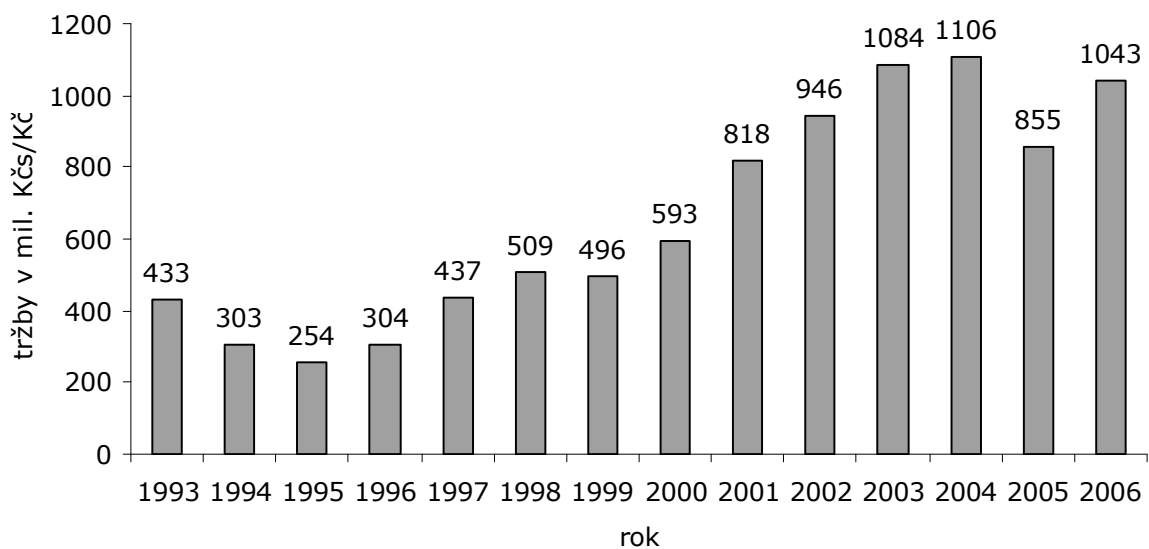
**Tabulka č. 8: Vývoj tržeb a vstupného v ČR v letech 1993-2006**

rok	tržby v mil. Kč	Ø vstupné v Kč	Ø hrubá měs.mzda v Kč	% ceny lístku z Ø mzdy	počet lístků do kina za 1 měs. mzdu
<b>1993</b>	432,9	19,77	5 904	0,33	299
<b>1994</b>	302,8	23,53	7 004	0,34	298
<b>1995</b>	254,2	27,47	8 307	0,33	302
<b>1996</b>	304,0	34,37	9 825	0,35	286
<b>1997</b>	437,0	44,52	10 802	0,41	243
<b>1998</b>	509,1	55,03	11 801	0,47	214
<b>1999</b>	496,1	59,26	12 797	0,46	216
<b>2000</b>	593,0	68,01	13 614	0,50	200
<b>2001</b>	817,7	78,91	14 793	0,53	187
<b>2002</b>	946,0	88,47	15 866	0,56	179
<b>2003</b>	1 084,0	89,29	16 917	0,53	189
<b>2004</b>	1 105,9	91,81	18 041	0,51	197
<b>2005</b>	854,5	90,15	18 985	0,47	211
<b>2006</b>	1 043,3	90,65	20 211	0,45	223

**Graf č. 13: Vývoj výše vstupného v letech 1993-2006**



**Graf č. 14: Vývoj tržeb v letech 1993-2006**



Zdroj: Aleš Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989 (rukopis pro Iluminaci 5, 2007, č.1 - v tisku);  
Český statistický úřad

## 2.8 Reklama a propagace

Filmy se vyrábějí pro diváky, výrazné komerční úspěchy filmů však bývají často znevažovány a přičítány nízké kvalitě filmu. Kino je v systému kinematografie prvním zdrojem finančních prostředků, v ideálním případě by měla být z kin vrácena převážná část vložených financí. To se však podaří pouze výjimečně navštěvovaným filmům, záleží samozřejmě na výši výrobního rozpočtu, obecně lze říci, že u filmu s návštěvností nad 150 tisíc diváků můžeme hovořit o úspěchu, ne však ještě finančním. Mělo by být v zájmu tvůrců, potažmo distributora, věnovat pozornost prezentaci filmu a snažit se o co největší zviditelnění filmu. Domnívám se, že oblast propagace filmů, především pak českých, je výrazně podceňována a dochází tak velmi často k tomu, že mnohé filmy zůstávají nepovšimnuty. Není to jistě jen vinou malé propagace, rozhodně však na to má nezanedbatelný vliv. Ve světových kinematografiích bývají do propagační kampaně investovány třetiny až poloviny výrobních nákladů (u velkých hitů), zatímco v Čechách na tuto záležitost většinou nezbudou finance.

Každý film je specifickým dílem a v tomto smyslu by se s ním mělo zacházet i při jeho propagaci. Vedle definice charakteristiky filmu a vhodného zvolení sloganu filmu, by se nemělo zapomínat na promyšlené zaměření na cílové publikum a jeho přiměřené oslovení. V případě zahraničních filmů pak také na rozdílnost ve vnímání s ohledem na národní prostředí. Informace o filmu se musí dostat ke konkrétnímu divákovi, to, co se dozví, ho musí zaujmout a donutit přijít do kina. Každý potenciální návštěvník kina reaguje jinak a na jiné podněty, reklama útočí ze všech stran, někoho může oslovit plakát v metru, trailer v kině, jiný divák se zajímá spíše o recenze apod. Divákům by reklama neměla lhát a lákat je na něco, o čem film není.

První zárodky propagace filmů byly již v roce 1916, kdy pražská kina začala propagovat svoje programy. Vznikla *Insertní unie*, která zavedla okénkovou inzerci v denních listech. Ta se později rozšířila i na reklamu předběžnou, která upozorňovala na připravované programy a informovala o jednotlivých filmech. V dalších letech byla zavedena reklama letáková, nálepková, pohyblivá (figuríny, kočáry, tramvaje), pozornost diváků upoutávaly také úzké dlouhé plakátky (tzv. nudle) a diapozitivová reklama. V roce 1928, po vzniku *Sdružení premiérových kin*, byla propagace odlišná pro premiérová a reprízová kina. V dalších desetiletích se při-

daly ještě fotografie, fotosky, foršpany (reklamní snímky), skládačky, slepky, brožury s informacemi o filmech apod. České filmové plakáty mají dobrou tradici a byly vždy na vysoké úrovni. Reklama a propagace byly řízeny centrálně, nebyly cílené a byly na ně vynakládány pouze základní omezené prostředky. Mnoho filmů bylo uváděno s nevýraznou, nebo minimální propagací. Rozsah reklamy v televizi byl zanedbatelný, filmům se věnovaly články v tisku, zejména ve filmových časopisech, velmi populární byl například časopis *Kino*. Filmová představení byla někdy podpořena osobní účastí herců a tvůrců, jindy byly pořádány besedy, přednášky, lektorské úvody. Marketing neměl v těchto dobách příliš mnoho zbraní, diváci si přesto cestu do kina našli.

Po roce 1990 se začali distributoři, na základě zahraničních zkušeností, propagaci systematictěji věnovat, reklama je více zaměřená na konkrétní tituly a skupiny diváků. Změnila se zejména propagace domácích filmů ve smyslu používání nástrojů PR.<sup>25</sup> O filmu se začíná mluvit již v okamžiku příprav, v začátcích natáčení; mělo by dojít k zájmu diváků o daný titul a vytvoření určité zvědavosti a pozitivního očekávání premiéry. V průběhu výroby filmu by měla být informovanost udržována a přiživována dalšími články a zajímavostmi. Jistě také záleží na aktivitě, resp. pasivitě konkrétního diváka, zda sám informace vyhledává, nebo si k němu musí najít cestu samy. České filmy staví na tradici oblíbenosti a úspěšnosti, ukazují známé prostředí, populární herce. Po dokončení filmu přicházejí na řadu recenze v časopisech a novinách, které mohou být velmi nebezpečné a filmu uškodit. Filmy dále podporují tiskové konference, festivalová uvedení, reklama v TV, v rozhlase, soutěže, film o filmu, vydání knihy, příp. soundtracku, internetové stránky. Tvůrci a herci se účastní lokálních premiér, aby bylo uvedení filmu atraktivnější. Uvedení filmu v kinech bez jakékoli podpory je víceméně marné a myslím, že by se v některých případech českých filmů vyplatilo odložit premiéru do doby, než budou k dispozici dostatečné prostředky na propagaci.

Velký význam má, vedle plakátové a billboardové reklamy přímo v kinech, uvedení *teaseru* a *traileru* filmu. Teaser je krátký spot uváděný s předstihem, kdy film často ještě není dokončen, delší trailer je pak nasazován přibližně tři měsíce před premiérou. Trailer by měl být maximálně lákavý, měl by podat o filmu sku-

---

<sup>25</sup> PR – Public relations, techniky a nástroje, pomocí kterých instituce nebo firma buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností a snaží se je ovlivňovat

tečný obraz. To, že divák pak vidí film a řekne si, že všechno zásadní už viděl v traileru je menší zlo, než když vidí film a konstatuje, že byl úplně o něčem jiném než trailer a že byl tudíž podveden, což nerad odpustí.

V případě menších artových titulů, kde jsou prostředky na marketingovou podporu filmu omezené, jsou využívány různé bezplatné formy propagace, například direct mail, nebo soutěže financované formou barterů.

## 2.9 Festivaly a přehlídky

Do celkové návštěvnosti kin se započítávají také jednotlivé filmové festivaly a přehlídky, kterých se v Čechách v posledních letech rozšířilo nevídané množství (viz Tabulka č. 9 'Festivaly a přehlídky v ČR v roce 2005'). V 50. letech existovalo několik hlavních akcí, které doplňovaly klasický program kin. Byly to například *Filmové festivaly pracujících*, *Filmové jaro na vesnici*, *přehlídky filmů přátel* *lených států* apod. Vedle toho probíhalo několik festivalů, *MFF Karlovy Vary* již od roku 1946, později *MF filmů pro děti a mládež Zlín*, přehlídky technických filmů, filmů o umění, sportovních filmů, vojenské festivaly, přehlídky zahraničních kinematografií, různé akce k významným výročím, tzv. *Filmové vavříny* (vyznamenané filmy), a jiné.

Během 90. let vzniklo mnoho dalších festivalů a přehlídek, případně se přeměnily z původních, již existujících akcí. Vedle hlavních mezinárodních festivalů se soutěžemi jsou zde menší přehlídky, které jsou většinou úzce zaměřené. Výraznou podporou pro artové a nekomerční filmy je *Projekt 100* a *Letní filmová škola v Uherském Hradišti* (v dřívějších letech měla více vzdělávací charakter), na poli dokumentárního filmu jsou nejvýznamnější *MF dokumentárních filmů Jihlava* a *Jeden svět*, animovanému filmu se věnuje *Anifest*. Mezinárodně nejproslulejší je *MFF Karlovy Vary*, po celé republice putuje *Febiofest* (letošní 14. ročník navštívilo v Praze za jeden týden 70 tisíc diváků). Ostatní specializované přehlídky většinou vyhledávají především užší skupiny diváků. Návštěvníci festivalů a přehlídek se liší od běžných návštěvníků kin. Většinou se jedná o mladé publikum, zvyklé chodit do artových kin.

Festivaly a přehlídky již většinou nemají charakter vzácné a slavnostní akce, zejména z důvodu jejich velkého počtu, dochází tak k přesycenosti filmy, problematické orientaci v programu a únavě diváků, což má negativní dopad na návštěvnost ostatních kin.

Zásadním přínosem festivalů a přehlídek je rozšíření nabídky filmových titulů. Tyto filmy se do běžné distribuce nehodí, protože by si obtížně hledaly diváky. Jejich uvedení na festivalu, kde je koncentrace podobných filmů vysoká, zvyšuje zájem o ně. Některé z uváděných filmů jsou zakoupeny do běžné distribuce, převážná většina je uvedena pouze jednou. Je to zároveň také možnost uvést film,

který se z nějakých důvodů nepodařilo uvést v době jeho premiéry. V posledních letech došlo ke vzniku významného fenoménu festivalového filmu, který je uveden na mnoha festivalech po celém světě, aniž by byl uveden do distribuce. Tomuto fenoménu pomohl velký rozmach festivalů a přehlídek ve světě. Do jisté míry by se tento způsob uvádění filmů dal považovat za novou formu distribuce.

Vzhledem k tomu, že festivalů a přehlídek je velké množství, některé již zanikly a vznikají další, uvádím v následující tabulce jejich aktuální přehled za rok 2005.

**Tabulka č. 9: Festivaly a přehlídky v ČR v roce 2005**

Academia Film Olomouc	Medicfilm Podbořany
Arts & film	Mezinárodní horolezecký film. fest. Teplice n./ Metují
Boskovice 2005	Mezipatra
Brněnská šestnáctka	MF animovaných filmů Anifest Třeboň
Datatransfer	MF dokumentárních filmů Jihlava
Dětský filmový a tv festival Oty Hofmana	MF evropských filmových úsměvů
Dny evropského filmu	MF filmů o lidských právech Jeden svět
Dny frankofonie	MF filmů pro děti a mládež Zlín
Ekofilm	MF leteckých filmů
FAMUfest	MFF dokumentární tvorby se sociální tematikou
Febiofest	MFF Karlovy Vary
Festival bollywoodského filmu	Music on Film / Film on Music
Festival francouzského filmu	Novoměstský hrnec smíchu
Festival krátkých filmů Praha	PAF Tachov
Festival otrlého diváka	Projekt 100
FF Film a dějiny	Přehlídka české dokumentární a animované tvorby
Filmák	Přehlídka současné střeoevropské filmové tvorby
Filmové léto v Třinci	PsychoMATograf
Finále Plzeň	Sokolovský filmový seminář
Fresh Film Fest	Sportfilm Liberec
Go Kamera	Svět knihy ve filmu
Kino na hranici	Techfilm Hradec Králové
Křišťálové srdce Poděbrady	Tourfilm
Křižovatky Olomouc	TUR Ostrava
Letní filmová škola Uherské Hradiště	Týká se to také tebe
Litoměřice popáté	Zlatá Praha

Zdroj: Zpráva o české kinematografii 2005, MKČR

### 3. PROGNÓZA BUDOUNOSTI KIN A JEJICH NÁVŠTĚVNOSTI

Budoucnost kina je spjata s budoucností filmu a kinematografie jako celku.<sup>26</sup> Souvisí s celým systémem audiovizuální kultury, s celkovou politickou a mezinárodní situací, s vývojem způsobu života lidí. Vývoj návštěvnosti kin je poměrně obtížné předvídat, pokusím se tedy nastínit alespoň nejbližší vývoj, který je daný a nevyhnutelný, a který návštěvnost může zásadně ovlivnit. V 80. letech odhadovali prognostici úbytek kin, počet míst, snižování návštěvnosti, příchod technologických inovací apod. Tyto předpovědi se vyplnily. V roce 2000 byly multiplexy považovány za spasitele návštěvnosti kin a skutečně znamenaly pozitivní nárůst diváků.

Budoucnost multikin se jeví rozhodně příznivěji než u klasických jednosálových kin. V jejich případě je největším problémem nedostupnost atraktivních titulů v prvních týdnech jejich nasazení. Premiérové uvedení takových filmů by přilákalo nejen velký počet diváků, ale přineslo i potřebné tržby. Pro klasická kina by bylo riskantní, zůstat v blízkosti multikin a nabízet stejné tituly ve chvíli, kdy jsou již odehrané v multiplexu. Jedinou šancí je profilování programu a specifická nabídka, které by multikino nemohlo konkurovat, což ovšem nemá význam v menších regionálních městech a pak také zavedení digitálních technologií promítání (v případě ideálního systému fungování).

Z hlediska programové nabídky filmů dochází k diferenciaci na tři typy programů. Prvním typem jsou úspěšné mainstreamové hity (rodinné, akční, sci-fi filmy a komedie). Druhým typem je hlavně nezávislá evropská tvorba, filmy s festivalovými úspěchy a artové tituly. Třetím typem jsou filmy charakteru průměrné komerce, které mají v kinech nejmenší šanci, plní úlohu výplně zbylých sálů multikin a v klasických kinech se hrají spíše sporadicky.

Kina se budou muset do budoucna i nadále vypořádávat s nepříjemnými finančními situacemi (zejména jednosálová). S příchodem digitalizace do kin je několik možných variant vývoje. Bude vznikat řada nových kin již pouze s digitálním vybavením, kina, která nenajdou investory do modernizace, zaniknou, kina s dobrou tradicí, případně výhodnou pozicí, budou digitalizována. Je pravděpo-

---

<sup>26</sup> Eva Strusková, K vývojovým tendencím kina, Praha, ČSFÚ, 1981

dobné, že se objeví nové zdroje financování kin a vzroste zájem investorů také proto, že sály bude možné, vzhledem k existenci digitální projekce, využít i k jiným účelům než jen ryze filmovým. Největší novinky a změny však digitalizace vnese do programování kin. Ve chvíli, kdy bude jakýkoliv film možno shlédnout téměř v každém kině, se možná ukáže, že hrát premiérový film jako první, nemusí být pouze výhodou. Bude ovšem záležet na vztazích distributora s daným kinem a případných zásazích a tlacích amerických studií na uvádění filmů.

### 3.1 Budoucnost jednosálových kin

V České republice bylo v roce 2006 evidováno 764 kin (pláten), z toho 497 klasických kin (503 pláten), 19 multiplexů s celkovým počtem 161 pláten a 100 letních kin. Většina jednosálových kin promítá filmy, které mají zároveň na programu také multikina, ovšem uvádí je s několikátýdenním zpožděním. Z tohoto důvodu mají tato kina nízkou návštěvnost, zejména jsou-li situována v blízkosti multikin. Daleko lepší výsledky návštěvnosti vykazují programově profilovaná artová kina, která mají stabilní návštěvnost a například v nepříznivém roce 2005 nezaznamenala výraznější úbytek návštěvnosti. Jedno z těchto kin, pražský *Světovzor* (má dva sály, hraje převážně artové tituly, ovšem nejedná se o artové kino v pravém slova smyslu), je dokonce nejúspěšnějším českým kinem hned po multiplexech, na druhou stranu je zapotřebí přiznat, že má výhodnější podmínky než podobná kina v jiných městech.

Jak již bylo uvedeno dříve (problematika rozdělování kopií a nasazování premiérových titulů), mnohá jednosálová kina přežívají ve velmi těžkých podmínkách a stěží si vydělají na svůj provoz. Kina mohou získat jednorázové finanční příspěvky, ty jsou ovšem nedostatečné pro vyřešení jejich existenčních problémů. Existence těchto kin je víceméně závislá na vůli městských úřadů a jejich představitelů. Jako forma podpory fungují například evropské programy *Media* (program *Media Distribution*, podporu lze čerpat v případě členství v síti kin *Europa Cinemas*, pro členské státy EU) a *Eurimages* (pro ostatní evropské státy). V některých evropských zemích například funguje systém státní podpory, kterou získá distribuční společnost na výrobu několika kopií, které musejí být použity v jednosálových kinech. Kina se však neobejdou bez státní podpory a bez existence vhodného propracovaného systému. Součástí národního filmového institutu (viz níže), by mělo být oddělení, zabývající se kiny a řešením jejich situace. Měly by být jasně vymezeny podmínky pro dvě existující skupiny kin (multiplexy a klasická kina) a umožněna tak jejich koexistence. Jistě by měla být také brána v úvahu společenská poptávka a zájem, případně nezájem diváků jako koncových uživatelů.

Investice do modernizace a výstavby kin vyžadují velké finanční prostředky s minimální zárukou návratnosti, což pro mnohá kina představuje největší kámen úrazu. V současné době se připravuje nový zákon, který by měl nahradit dosud

platný *Zákon o státním fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie*,<sup>27</sup> a který by měl ve větší míře řešit selektivní podporu kin. V dokumentu *Teze zákona o kinematografii*, který vypracovala tzv. pracovní skupina Ministerstva kultury, je podpora kin zahrnuta v oblasti '*podpora infrastruktury*', která je určena na technický rozvoj kin a kulturních zařízení, jejichž činností je šíření filmových děl formou veřejných představení. V nejbližších letech se bude tato podpora podílet nejvíce na digitalizaci kin. Vedle této kategorie se kin týká také '*podpora distribuce*', která je určená na pokrytí části distribučních nákladů českých nebo zahraničních filmů a '*podpora festivalů a přehlídek*'. Vedle selektivní podpory by měla být zavedena referenční podpora, jenž by se udělovala na základě návštěvnosti předešlého filmu v kinech a za významný úspěch filmu v zahraničí. Tato podpora se sice týká producentů filmů, ovšem jejím smyslem je motivace tvůrců k větší orientaci na diváka a tím i snaha o vyšší návštěvnost kin. Navrhovaný *Státní filmový fond* (event. *Filmový institut*), by byl financován novým systémem zdrojů, v němž by se kina podílela 1% z ceny vstupenky (oproti současné 1 Kč ze vstupenky), čímž by došlo k poklesu odvodu z klasických kin.

Jak již bylo řečeno, jako jediná konkurence schopná kina ve vztahu k multiplexům, se ukázala být *artová kina*, kterým se nejlépe daří v Praze. Jejich úspěch je výsledkem kvalitní dramaturgie a specificky zaměřeného programu. Fenoménem mezi artovými kiny je pražské kino *Aero*, které se artovým stalo v roce 1998. Kino je součástí sítě *Europa Cinemas* a může tak využívat její podpory a zároveň má k dispozici dotace radnice Prahy 3. Kino má na programu vedle artových titulů ozvěny filmových festivalů, specificky zaměřené přehlídky, profily režisérů, projekce pro děti a seniory. Zpočátku využívalo kino filmy, které již byly dříve uvedeny v distribuci, později je kupovalo od zahraničních distributorů a v roce 2005 byla založena distribuční společnost *Aerofilms*, jejímž prostřednictvím kino získává a promítá vybrané tituly. V Praze se kina začala profilovat a stávat tak částečně artovými v reakci na multiplexy a navzájem si ubírají diváky.

Jako ojedinělý projekt artových kin vznikla v roce 2005 *Osa 9*, což je sdružení čtyř pražských artových kin (*Evald, Aero, Světozor, Mat*), které spojuje tramvajová linka číslo 9. Cílem *Osy 9* je co nejdéle uvádět konkrétní artové filmy a společně vyjednávat s distributory, kterým může zaručit vyšší návštěvnost, než kdy-

---

<sup>27</sup> Zákon 241/1992 Sb.

by film uvedl v multiplexu. Jednotlivá kina *Osy 9* využívají společnou reklamní kampaň a částečně i dramaturgický plán.

Artová kina mohou i do budoucna počítat se svými věrnými diváky, pro které je jejich návštěva událostí na rozdíl od s nákupy spojenou návštěvou multikina. Artová kina se mohou zaměřit na všechny věkové kategorie a mohou si své diváky vychovávat. Artová kina by si mohla také dovolit zvýšit vstupné a nepřijít o diváky, ovšem pouze za předpokladu, že by kvalita projekce a prostředí kina byly na takové úrovni, aby byl divák ochoten vyšší cenu zaplatit. Jako příklad mohou sloužit artová kina v Londýně, kde je vstupné vyšší než v multiplexech, ovšem koncentrace diváků se zájmem o artové filmy je pochopitelně v Británii nesrovnatelně vyšší. Zatímco v Praze o ně bude vždy zájem jak ze strany studentů, mladých lidí a lidí se zájmem o film, v menších městech navštěvuje artové filmy velmi málo diváků a tato kina mají finanční problémy a chybí jim přiměřený zájem a podpora měst. Artovým kinům by také pomohlo systematické zapojení filmového umění do vzdělávání, vytvoření schopnosti orientace diváků v kvalitě filmů.

Výše popsaná situace se vztahuje především na Prahu, Brno a několik dalších velkých měst, kde je ještě existence klasických a artových kin vedle multikin udržitelná. Daleko komplikovanější je však situace v okresních a menších městech. V případě, že je v takovém městě, nebo jeho blízkosti, multikino, je budoucnost jednosálových kin v okolí ohrožena. Tato kina budou i nadále bojovat s multikinami o návštěvníky a nezbývá jim než vyčkat, co s jejich situací udělá digitalizace filmových projekcí. Dobře místně situovaná kina a ta, o která budou mít případní investoři zájem, tak budou mít šanci zlepšit svou dosavadní situaci, ovšem budou to spíše výjimky. Bude pak záležet na schopnostech provozovatelů kin, jakým způsobem přesvědčí potenciální diváky k preferenci jejich kina před multikinem. Vzhledem k již dříve popsaným hlavním kladům návštěvy kina (zejména společenské setkání a komunikační charakter) se domnívám, že kina v menších městech mohou sázet na vytvoření osobnějšího vztahu diváka ke kinu. Tím, že by si kino vytvořilo specifickou atmosféru, mohlo by se stát vyhledávaným místem k setkáním, daleko příjemnějším než je odosobněné prostředí kolosálních multikin v nákupních centrech. To však také samozřejmě záleží na ochotě diváků změnit své zvyky a na jejich vztahu ke kinu obecně.

### 3.2 Budoucnost multiplexů

K 7.12.2006 bylo v České republice 19 multiplexů, o které se dělí šest provozovatelů (*Palace Cinemas Czech, Village Cinemas, Intersonic E., Kino 2005*<sup>28</sup>, *Cinestar, IT Czech Cinemas*, viz Tabulka č. 3 'Multikina v ČR'), kteří chystají otevření několika dalších multikin. Multiplexy mají sice největší podíl na celkové návštěvnosti (viz Tabulka č. 4 'Podíl multikin na trhu v ČR 1999–2006'), jejich provozovatelé se však vesměs shodují na tom, že jich je v poměru k českému trhu příliš mnoho. Dochází ke konkurenčnímu boji o diváky a o premiéry velkých filmových hitů. Většina z nich vykazuje nízké, nebo i žádné zisky, což platí zejména v Praze, kde je v současné době jedenáct multikin, která se přetahují o stejnou masu diváků, neboť návštěvnost má své limity. V této otázce se různí názory představitelů třech společností – *Palace Cinemas Czech, Cinestar a Village Cinemas*. Zatímco první dva tvrdí, že by pomohlo zavření tří až čtyř multiplexů, třetí se domnívá, že je v Praze stále prostor pro jedno až dvě nová multikina. Osobně se více přikláním k prvnímu názoru, myslím, že je smyslupnější se spíše zamyslet nad kvalitou programu a služeb, než bezhlavě otevírat nové sály. Důkazem pro opatrnost je například pražský multiplex *Palace Cinemas Park Hostivař*, který měl při svém otevření v roce 2000 deset sálů, po pěti letech byl nucen dva sály uzavřít a celkový počet bude ještě snižovat. Podobná situace nastala u multiplexu *Palace Cinemas Olympia* v Brně (z původních čtrnácti sálů zbylo deset). Jistě také záleží na poloze multiplexu, v Praze vždy byla úspěšnější multikina, umístěná v centru města, než ta na okrajích Prahy.

Multiplexy stále nabízejí větší komfort a kvalitnější technologie než mnohá menší kina, i když rozdíl se již zmenšují a mnoho kin je schopno konkurovat kvalitou projekce, přestože ne velikostí sálu a plátna. Velkou výhodou multikina bude vždy flexibilita programu, možnost využívání rozdílně velkých sálů a operativní přesouvání programu na základě zájmu diváků a umožnění velkého výběru filmů.

Stejně jako začaly multiplexy v České republice vznikat se zpožděním ve srovnání se světem, bude také déle trvat, než dojde k zavírání některých z nich. Například ve Francii se objevil trend vzniku menších kin, která si zakládají na autentic-

---

<sup>28</sup> Majoritním vlastníkem společnosti *Kino 2005* je společnost *IT Czech Cinemas*, kino *Galaxie* patří do sítě *Cinema City*

ké atmosféře a pozice kina se opět přibližuje více místu společenského setkávání, než pouze konzumní záležitosti.

### 3.3 Digitální kina

Proces digitalizace filmových projekcí je neočekávanější a v jistém smyslu zároveň nejobávanější událostí ve vývoji kin. Výměna klasických filmových kopií za digitální je neodvratným mezníkem a otázkou stále zůstává, jaký vliv bude mít na budoucnost kin a jejich návštěvnost. Na jedné straně se očekává velký zlom ve způsobu šíření a zejména v postavení jednotlivých kin, na druhé straně ovšem zůstane práce distributora a nutnost propagace filmů pravděpodobně bude ještě větší. Digitalizace jistě ovlivní tvorbu a to jak po stránce technologické, tak i po stránce umělecké. Přejít by měl proběhnout pokud možno bez narušení rovnováhy mezi producentem, distributorem a kinem.

Historie digitálních projekcí je poměrně krátká a je spjata s epizodami *Star Wars* režiséra George Lucase (*Epizoda I* byla předvedena v roce 1999 v USA na prototypu digitálního projektoru, *Epizoda II* v roce 2002 celosvětově). V té době optimistické odhady předpokládaly rychlé rozšíření digitálních kin. Došlo však k opačné situaci a vývoj na nějaký čas ustrnul a to zejména z důvodu několika zásadních překážek. Jako problém se ukázalo nedostatečné zabezpečení proti pirátskému zneužití, dále pak nevyřešená technická kompatibilita, omezení výrobní kapacity projektorů a především pak výrazná finanční náročnost celého přechodu. Za počátky digitálních projekcí jsou v České republice považovány projekce z DVD nosičů v multiplexu Palace Cinemas Slovanský dům, přestože dnes už se jedná pouze o technologii *E-Cinema* (v době, kdy byl projektor pořízen, byl považován za *D-Cinema*, s vývojem technologií však přestal splňovat nově přijaté standardy), která využívá nižší rozlišení a to zejména pro případ promítání dokumentů a nezávislých filmů. Tento způsob také umožňuje uvedení některých filmů s nižším komerčním potenciálem, případně televizních filmů, což navýšilo celkový počet uvedených filmů v roce 2006 (234 filmů celkem, 39 českých filmů). Za budoucnost digitálních projekcí je považována norma *D-Cinema*, která byla vytvořena asociací *Digital Cinema Initiative* (DCI, založena v roce 2002), sdružující americká majors studia. V roce 2005 byl vydán dokument *Digital Cinema System Specification*, který upravuje standardy pro digitální promítání v rozlišovací kvalitě 2K a 4K.<sup>29</sup> V této souvislosti vyvstaly na evropské půdě oba-

---

<sup>29</sup> Maximální počet pixelů, který může být zobrazen; 2K= 2048×1080; 4K= 4096×2160

vy, zda je dobré přijímat normy vytvořené hollywoodskými studii, aniž by hrozilo riziko, že se tím ještě více posílí moc amerického filmového průmyslu. Další důvod k opatrnosti při případném zajišťování náročné a drahé techniky, spočívá v obavách, že bude tato technika rychle překonána ve chvíli, kdy se objeví nová, výkonnější. Pro provozovatele kinosálů je tedy vhodnější počkat, až se trh upraví a pak zajistit techniku, než riskovat nakoupení zařízení nižšího standardu.

K rapidnímu rozšíření digitálních kin došlo v posledních letech v USA, Japonsku, Asii, Indii, Belgii nebo Irsku. V posledních měsících vykazují značné nárůsty instalací další státy světa i Evropy (Německo, Anglie, Švédsko, Itálie, Rakousko atd...).

Nejobtížnější při zavádění digitálních technologií bude bezpochyby problematika investic do zařízení, především pořízení serveru a 2K projektoru, což představuje částku okolo tří milionů Kč. V USA se na finančním zajištění podílejí sponzoři z odvětví a také jednotlivá filmová studia (např. *Fox*, *Lucas Film*, *Walt Disney*, *Warner Bros.*); evropská kina mohou využít podporu programu *Media Distribution – Support to Network of Cinemas* (pro kina, která hrají evropskou tvorbu – již dříve zmíněný systém *Europa Cinemas*). V České republice by bylo velmi výhodné, kdyby byla vytvořena centrální instituce, která by jednak dohlížela na systematickosti přechodu a zároveň napomohla malým kinům k získání potřebných prostředků. Zejména přechodné období bude pravděpodobně chaotické a obtížně předvídatelné. Podle DCI specifikace bude muset kino v přechodném období současně obdržet obě formy kopie, 35mm i digitální, což bude velmi nákladné. Existující projekční zařízení se bude upravovat postupně a nedojde tak k okamžité kompletní výměně. *D-Cinema* standard bude muset splňovat každé vybavení provozovatele, pokud bude chtít získat do projekce premiérové tituly hollywoodské provenience ve stejnou dobu, jako dnes dostávají multiplexy premiérové filmové kopie.

Výrobci filmů se budou muset shodnout na formátu, který bude kompatibilní pro všechna kina, s čímž souvisí také systém kódování digitálních kopií, aby se zabránilo pirátskému zneužití, což je jeden z faktorů, který doposud brzdí vývoj. Cesta filmu od finálního dokončení filmu po promítnutí na plátno se od základu změní. Dokončený film musí existovat na digitálním nosiči, vznikne tzv. 'zdrojový digitální master' (DSM – digital source master), který není komprimován. Následuje výroba 'masteru pro distribuci' (DCDM – digital cinema distribu-

tion master), který obsahuje film se všemi zvukovými stopami, titulky apod. Ekvivalentem dnešní distribuční kopie je pak *'konečný souborový blok'* (DCP – digital cinema package), který je zakódován do formátu zvoleného pro kompresi a obsahuje všechny soubory nezbytné pro promítání v kinosálech. V této formě je pak možno DCP zaslat do kina v podobě pevného disku, v budoucnu se však počítá spíše se šířením přes satelit, nebo pomocí vysokorychlostních sítí. K zakódovanému DCP souboru je přiřazen *'specifický klíč pro čtení filmu'* (KDM – key delivery message), který je jiný pro každý kinosál. Tento způsob je hlavním doporučeným bezpečnostním postupem normy DCI. Odkódování souboru zajišťuje server, který slouží hlavně k ukládání komprimovaných souborů, v některých případech pak rovnou projektor.

Digitalizace filmových projekcí přinese výhody pro jednosálová klasická kina, pro která by měla být zásadní možnost stažení filmu z počítačové databáze, kdykoli bude potřeba (v případě ideálního vývoje situace). Zde však může nastat problém s investicemi do zařízení kina a s potenciálním investorem, který by si mohl nárokovat kontrolu nad kinem. Na rozdíl od problematického disponování s filmovými kopiemi dnes, digitálních kopií bude neomezené množství, přístupné přes satelit. Naopak tento fakt by mohl být nepříjemný pro multiplexy, kterým tak přibude konkurence v rychlosti uvádění premiérových filmů. Bude však záležet na způsobu dostupnosti nových filmů a chování amerických majors studií v otázce jejich zpřístupnění. Klasická kina se budou muset výrazně zamyslet nad dramaturgickým přístupem k programu a maximálně využít možnosti, které digitální šíření kopií přinese. V tomto smyslu lze budoucí vývoj považovat za jistou záchranu pro tato kina, pokud pomineme problém nezbytných investic do technického vybavení. Pozitivní dopad by mohla mít digitalizace v malých obcích a na venkově, kde by mohlo dojít k rozšíření programové nabídky. Otázkou zůstává vliv digitalizace na rozvoj sítě kin klubového charakteru, kde bude doba souběžného uvádění 35mm a digitálních kopií trvat delší dobu, přesněji řečeno bude zřejmě trvat neustále.

Pro distributora by měla být digitalizace přínosem, neboť výrazně klesne cena výroby kopie, respektive náklady na filmovou kopii zmizí úplně, sníží se náklady na titulkování nebo dabování filmů a odpadnou logistické problémy, které se však týkají spíše provozovatelů kin. Distributor by měl naopak zesílit pozornost na propagaci filmů a zaměřit se na budování lepších kontaktů s kiny, případně přímo

na vytvoření sítí kin s určitou promyšlenou strategií uvádění filmů. Osud kin a hlavně vývoj návštěvnosti vidím z těchto důvodů zejména v rukou distributora.

Co se týče diváka, pro něj nastanou rovněž některé změny, ne však ve smyslu technické kvality. Běžný divák sotva rozezná rozdíl mezi klasickou projekcí 35mm a budoucí digitální, jediné co ho zajímá, je dostupnost vybraného filmu v oblíbeném kině. Způsob vnímání filmů se pravděpodobně nezmění, snad jen pro diváky, kteří budou nostalgicky vzpomínat na poškrábané filmové kopie, ale pro ty zde jistě budou existovat alternativní sály. S přítomností digitálních projektorů v promítacích kabinách kin přibude další alternativa programu v podobě jiných druhů projekcí, než pouze filmových. Některá kina určitě využijí možnost nalákání diváků na přenos sportovního utkání, případně hudebního koncertu. Zde však bude záležet jednak na ceně vstupenky a pak také na míře atraktivity dané projekce. Jako protiklad k běžným filmovým promítáním je to však jistě zajímavé. Dojde také k rozšíření celkové nabídky titulů, možností uvádění programů pro školy a jiné skupiny, z mnohých kin se stanou víceúčelová projekční místa.

Jak tedy vyplývá z výše uvedených skutečností, digitalizace je nevyhnutelný proces a je jen otázkou času, kdy dojde k jeho spuštění. V současné době není stále ještě výraznější tlak na zavádění digitálních projektorů do kin, objevily se však již první kroky, které učinila společnost *Xtreme Cinemas*. Nabízí českému trhu kompletní řešení digitálního kina (*D-Cinema*) s veškerým příslušenstvím, včetně různých možností financování. Distributorům nabízí kompletní zpracování stávajících filmových materiálů do podoby, kterou síť digitálních kin vyžaduje. Cílem projektu *Xtreme Cinemas* je, vedle kvalitní digitální projekce, hlavně úmysl vrátit projekce i do menších a středně velkých měst. Společnost plánuje do tří let rozšířit svou síť až na 250 kin, se sály s kapacitou 40 až 150 sedadel. Jako program chce uvádět české filmy, artové snímky, dokumenty, dětské programy, ale také hollywoodské trháky a evropskou tvorbu. Tento projekt je ovšem stále na počátku a není zaručena jeho úspěšnost.

Největší problém digitalizace kinosálů vidím v nalezení optimálního způsobu fungování systému kin a distribuce jednotlivých filmů. Divák si zvykne na všechno, je ale zásadní, aby byl spokojen s nabídkou filmů a způsobem její prezentace. Stejně jako v případě digitální televize, kde se jedná o větší přínos pro konečného uživatele (více programů, širší možnost využití), bude velmi zásadní strategie

postupného přechodu kinosálů na digitální, ve smyslu územního členění ČR. Do jisté míry by se dal uplatnit model, který je navrhován například ve Francii, kdy by mělo v každém regionu být vybráno několik kinosálů, které jsou reprezentativní pro různé typy využívání, vybaveno digitálními systémy za veřejné prostředky a po období jednoho roku pozorována změna praxe, vyvolaná digitálním vybavením sálů. Tento způsob je však vázán na dohodu mezi všemi provozovateli kin. Tím, že přeprava filmů nebude mít hmotný charakter jako dnes, dojde k volnému pohybu filmů a tím i k vzniku nových způsobů jejich předvádění. Může dojít ke globalizaci plánu uvádění premiér filmů a rozhodně digitalizace ovlivní vztahy mezi distributory a provozovateli kin. V oblasti filmové distribuce lze očekávat vstup nových subjektů a to zejména společností orientovaných na využitelnou techniku.

### 3.4 Jiné formy šíření filmů

V této kapitole se zaměřím na formy šíření filmu, k jejichž rozšíření sice došlo již koncem 90. let a od té doby mají určitý vliv na návštěvnost kin, se zdokonalováním technologií však získávají stále větší prostor.

Jak již bylo uvedeno v kapitole 1.8, koncem 90. let vstoupila na český trh technologie DVD. Brzy došlo k postupnému nahrazování VHS nosičů DVD nosiči a rozšíření systému domácího kina v domácnostech. Do jisté míry se jednalo o podobnou formu konkurence, jako v případě nástupu televize a později videorekorderů. V roce 2001 vzniklo *Sdružení pro podporu formátu DVD*, s cílem přiblížit veřejnosti nový digitální formát, upozornit na jeho výhody a přispět k jeho maximálnímu prosazení na trhu. Ještě v roce 2003 převažoval prodej VHS nad DVD v poměru 61:39%, v roce 2006 se poměr zvýšil ve prospěch DVD na 88:12%. Došlo ke snížení cen filmů na DVD a začal se využívat nový způsob prodeje DVD za nízkou cenu, jako doplněk jiného zboží a také jako zvláštní edice a součásti časopisů. Zvýšil se také prodej DVD přehrávačů, v roce 2006 byl počet českých domácností, vybavených DVD přehrávačem 42,23%. Zkrátila se doba od uvedení filmu v kinech a na DVD až na čtyři měsíce. V kinech se začaly v roce 2004 objevovat projekce filmů z DVD, čímž byl navýšen počet premiérových titulů. Problémem DVD nosičů je jednoduchost pořízování pirátských kopií, v budoucnu pak konkurence kvalitnějších technologií *HD DVD* a *Blu-Ray* (formáty založené na modrém laseru, s vyšší kapacitou než DVD).

Významným fenoménem, který v současné době vstupuje na pole filmové distribuce a v budoucnu může mít určitý vliv na návštěvnost kin, je možnost využití internetových serverů ke stahování filmů. Tato záležitost samozřejmě patří do oblasti domácího využití filmů a navazuje na VHS a DVD půjčovny, její výhodou však je komfortnější a flexibilnější způsob získávání filmů. Momentálně je systém šíření filmů přes internet ve stadiu rozvoje a nabídka filmů není ještě příliš atraktivní, lze ovšem očekávat značné rozšíření a zkvalitnění těchto služeb, zejména se zvyšováním rychlosti internetového připojení v jednotlivých domácnostech. Obrat videopůjčoven rok od roku klesá a ve chvíli, kdy bude nabídka titulů a cena za shlédnutí filmu na specializovaném serveru stejná, jako půjčovné v kamenném obchodě, zájemce o domácí shlédnutí filmu nebude mít již žádný důvod opustit svůj domov. Jistě zde stále bude skupina diváků, která, ať už

z důvodu technické nezpůsobilosti, nebo na základě zvyku, bude stále dávat přednost videopůjčovnam, půjde však o okrajovou skupinu, pro kterou se zřejmě nevyplatí obchod provozovat. Pro mnohé diváky je stále důležitější pohodlí doma a rodinné zázemí při sledování filmu a především tito diváci jsou cílovou skupinou této služby, nazývané *Video on demand* (VOD, video na vyžádání).

Konkrétním, již zavedeným příkladem internetového filmového serveru je například *Topfun*, kde jsou ke stažení filmy a seriály, rozdělené do kategorií podle žánrů, za průměrnou cenu 50 Kč, vesměs za jednodenní poskytnutí. Televize *Nova* spustila svou internetovou půjčovnu *Kinomania*, která funguje na stejném principu. Původní projekt společnosti *Český Telecom*, který nesl název *Starzone*, se po změnách v této telekomunikační společnosti proměnil na služby *O2 Telefonica*, které jsou poměrně nadějně. Společnost uzavřela kontrakt s hollywoodským studiem *Sony Pictures* a filmové hity nabízí společně s výhodným telefonováním, vysokorychlostním internetem a *IPTV* (*Internet Protocol TV*). Společnost sice nabízí zajímavé tituly, cena za jejich shlédnutí je však méně výhodná než u ostatních společností.

V blízké budoucnosti dojde k dalšímu rozmachu internetových videopůjčoven, vzhledem k tomu, že však míří na jinou cílovou skupinu než jsou návštěvníci kin, nemělo by to návštěvnost výrazněji ohrozit. Je pravděpodobné, že bude docházet i k zařazování velkých úspěšných titulů, u těch jsou však většinou plné sály jistotou.

Podobná skupina diváků, jako v případě *Video on demand*, využívá specializované placené filmové kanály kabelových a satelitních televizí (například *HBO*, *Cinemax*, *CS FILM*), jejichž nabídka je poměrně pestrá a zajímavá, filmy uvádějí s kratším odstupem než neplacené televizní stanice. Výhodou také je, že si divák může film nahrát a shlédnout jej vícekrát, zatímco v případě VOD se jedná o nabídku buď jednoho shlédnutí, případně s omezením 24 hodinové platnosti. S rozvojem digitální televize v ČR dojde k rozšíření nabídky podobných filmových kanálů a tím i nabídky filmů.

### 3.5 Nelegální šíření filmů

Problematika pirátského šíření filmů nemá tak dlouhou historii, její aktuálnost však vzrůstala s vývojem a rozmachem digitálních technologií. Pirátství poškozuje nejen nositele autorských práv, ale také další subjekty, které se na výrobě a šíření podílejí. Nelegální šíření má vliv i na filmovou produkci, neboť výrobce ochuzuje o zisky a tím znesnadňuje další výrobu. Největší vzrůst pirátství byl zaznamenán počátkem roku 2005, po uvedení českého filmu *Snowboardáci* (režie Karel Janák) a to i přesto, že tento film dosáhl téměř 600 tisícové návštěvnosti. V roce 2005 byly také zaznamenány výrazné ztráty na trhu s DVD nosiči a zároveň snahy o snižování jejich cen. Pirátství má větší dopad na legální prodej filmových nosičů, než přímo na návštěvnost kin. K rozvoji nelegálního šíření napomáhají zejména vysoké ceny VHS a DVD, absence specializovaného řetězce obchodů s audiovizuálními nosiči (podobně jako *Mediamarkt* v jiných evropských zemích) a pak také rychlý vývoj internetu a technologií, které nabízejí stále vyšší kvalitu. Za nelegální je považováno kopírování a rozšiřování kopií filmových děl na kterémkoli nosiči, každý si může pouze zhotovit kopii již zveřejněného díla pro vlastní osobní potřebu. Protizákonné je rovněž zpřístupňování filmů na internetu ke sdílení a následnému stahování a nabízení vyrobených pirátských nosičů k prodeji na internetu. Za trestný čin je dále považováno pořizování záznamu filmu kamerou v kině. Od roku 2004 se zavedlo označování filmových kopií pro snadnější identifikaci.

Další formou pirátství jsou pirátské veřejné projekce, kdy pořadatelé nemají oprávnění k uvedení filmu. K promítání z videonosičů je zapotřebí práva k veřejnému promítání z komerčních nosičů (tzv. *public video rights*). Filmů s těmito právy není k dispozici mnoho. K pirátství dochází většinou v klubech, videokavárnách a v dálkových autobusech. Představení v klubech a jiných kulturních zařízeních (hlavně mimo Prahu) jsou většinou bezplatná, což zbavuje distributory možnosti zisku. K tomuto typu pirátství dochází často zejména z důvodu nevědomosti a nedostatku nosičů s atraktivními filmy, umožňujícími klasické veřejné projekce.

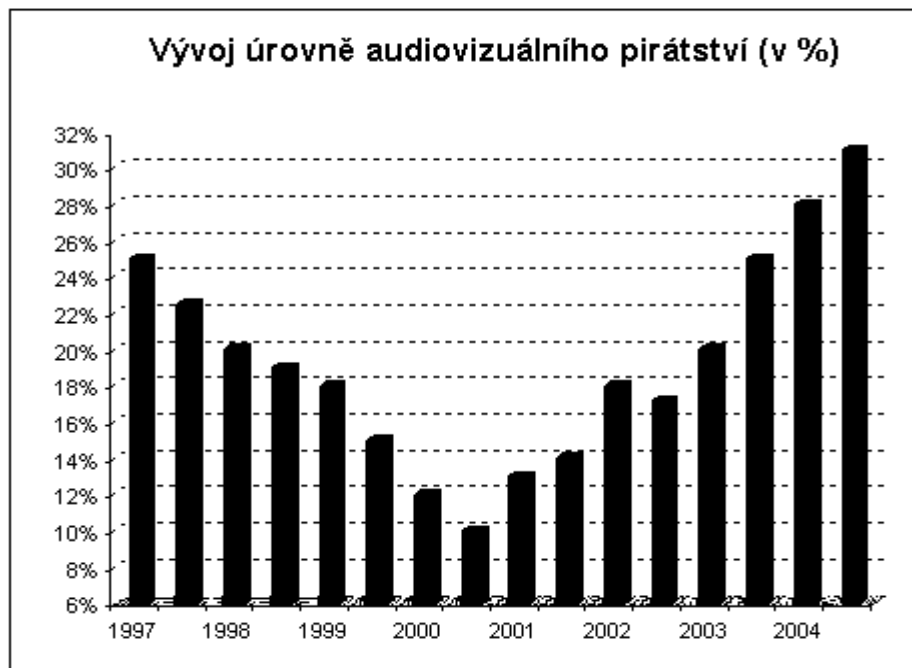
Problematikou pirátství se zabývá *Česká protipirátská unie* (ČPU), která byla založena v roce 1992 za účelem ochrany autorského práva a práv souvisejících s právem autorským k audiovizuálním dílům a boji proti všem formám pirátství v

oblasti výroby, dovozu a šíření audiovizuálních děl. ČPU spolupracuje s celními orgány, provádí kontroly v tržnicích, půjčovnách, prodejnách a na internetu. ČPU vznikla z *Protipirátské sekce Unie videodistributorů*, která vyvíjela protipirátské aktivity v oblasti audiovize již od počátku 90. let. Činnost ČPU spočívá především v ochraně autorských práv a v přípravě právních kroků proti jejich porušování, dále ve spolupráci s veřejnými orgány a ostatními institucemi. V současné době sdružuje ČPU 14 subjektů, z toho 9 společností se zabývá též videodistribucí. V členské základně ČPU jsou nemalou měrou zastoupeni i televizní vysílatelé a filmoví distributoři. Na činnosti ČPU se podílí též protipirátské oddělení mezinárodní organizace *Motion Picture Association* a mimořádným členem ČPU je *Národní filmový archiv*. ČPU vytvořila projekt *Filmy nejsou zadarmo*, jehož cílem je upozornit na negativa filmového pirátství a šířit mezi lidmi osvětu v této oblasti. Součástí kampaně jsou trailery, ve kterých je zdůrazněno, že nelegální kopírování, stahování a sdílení filmů, je trestným činem.

Pirátské šíření filmů bude mít i v budoucnu vliv na návštěvnost kin. Problémy mohou nastat hlavně u průměrné hollywoodské komerce, kde divákovi nebude záležet na tom, zda film shlédne v kině nebo doma. Nejvíce ohroženými budou i nadále české filmy. Návštěvnost velkých filmových hitů by měla zůstat neohrožená a diváci, zvyklí chodit již dnes na tyto filmy raději do kina, je budou chtít vidět v kině i v budoucnu. Řada filmů, dnes uváděných v multiplexech, má zanedbatelnou návštěvnost a v případě, že je ve stejnou dobu dostupná na nelegálním DVD, případně na internetu, nemají zájemci důvod do kina přijít. Diváci cílové skupiny těchto filmů se navzájem informují (na základě nelegálního shlédnutí) o kvalitě filmu a doporučují ostatním návštěvu kina, eventuelně ignorování daného filmu.

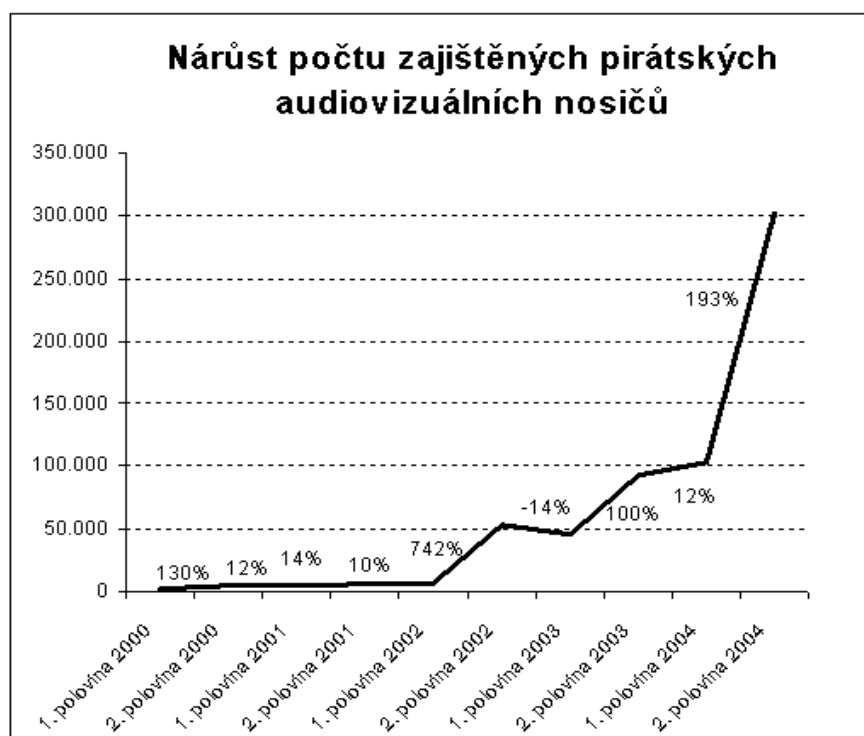
Vývoj nelegálního šíření v posledních letech je zobrazen v následujících grafech.

**Graf č. 15: Vývoj úrovně audiovizuálního pirátství v ČR**



Zdroj: Česká protipirátská unie, Statistiky

**Graf č. 16: Nárůst počtu zajištěných pirátských audiovizuálních nosičů**



Zdroj: Česká protipirátská unie, Statistiky

### 3.6 Odhad vývoje návštěvnosti kin

Odhad vývoje návštěvnosti kin v nejbližších letech je podle mého názoru nejlépe proveditelný na základě výhledu premiér, který zveřejňuje *Unie filmových distributorů*. Jistě, že odhady jednotlivých filmů mohou být zrádné a zavádějící, zkušenosti z minulých let však leccos naznačují. Evidentní nedostatek lákavých filmových hitů v roce 2005 je, vedle jiných aspektů, označován za hlavní příčinu velkého poklesu návštěvnosti a tržeb. Diváci jsou sice nevyzpytatelní, troufám si však říci, že jisté tendence v jejich preferencích a inklinacích lze pozorovat. Česká kina budou moci vždy stavět na silných domácích titulech s oblíbenými českými herci a pak také na osvědčených amerických hitech. Určitou nevýhodu budou mít i v nejbližších letech evropské filmy, které budou muset i nadále spoléhat na věrné diváky artových kin a filmových klubů. Filmový divák má zvláštní tendence podléhat davovým a masovým zájmům. V tom vidím jediné vysvětlení toho, že filmová distribuce, a zejména pak návštěvnost, se v posledních letech diferenciovala na dva póly. Na jedné straně jsou megahity s půlmilionovou návštěvností a opačný extrém tvoří filmy se spíše nevýrazným zájmem diváků (okolo 50 tisíc). Je zde velmi málo filmů, které by vykazovaly návštěvnost okolo 100–150 tisíc diváků. Výkyvy návštěvnosti byly vždy nejvýraznější na komerčním poli, naopak u artových kin vykazovala návštěvnost stabilitu, která se dá očekávat i do budoucna.

Velmi obtížně se předvídá dopad přeměny kin na digitální, přesto je jasné, že tato změna přinese zlepšení stavu kin po všech stránkách. Kina budou mít motivaci k rekonstrukci sálů a k zamýšlení se nad kvalitativními a dramaturgickými změnami. V tomto smyslu odhaduji pozitivní vliv digitalizace na návštěvnost. Návštěvníci kin budou jistě ochotněji vydávat peníze za vstupné do příjemných sálů s pohodlnými sedadly a kvalitním zvukem a budou mít důvod dát jednosálovým kinům přednost před multiplexy. V mnohých případech totiž dojem z filmu značně závisí na konkrétním kině a jiných okolnostech. Kino by mělo i nadále splňovat své hlavní poslání, což je zprostředkování filmu divákovi, potažmo společnosti a zajištění ekonomického příjmu distributorovi, respektive producentovi, jehož cílem by mělo být vrácení vložených prostředků.

Lidé budou i v budoucnu považovat kino za způsob trávení volného času a obávám se, že budou navštěvovat filmy i s nevalnou kvalitou. Na jednu stranu je

velmi dobré pro celý filmový průmysl, zejména pro kino a distributora, když jsou sály plné, na druhé straně by pouze to nemělo být jedinou prioritou. Domnívám se, že ze společenského a morálního hlediska by mělo záležet především na kvalitě filmů, což je ovšem poměrně obtížně definovatelný faktor. Co se týče preference země původu filmu a zejména žánru, myslím, že se nebudou mnoho lišit od dosavadních tendencí. Lidé budou stále přicházet do kin za účelem zábavy, rozptýlení a relaxace, tak jak se to naučili před sto lety. Volba kina je záležitostí impulzivního rozhodnutí a na rozdíl například od divadla, je návštěva kina mnohem dostupnější a flexibilnější ve smyslu plánování a rozhodování.

Odvažuji se tvrdit, že návštěvnost kin by se v budoucích letech, do doby plného přechodu na digitální kina, neměla výrazně lišit od dosavadních čísel. Příchod digitalizace změní strukturu tržeb jednotlivých kin, přístup diváků ke kinům, dramaturgii kin a do jisté míry i úlohu distributora. Návštěvnost se dramaticky nezmění, teoreticky by se z důvodu většího množství kopií atraktivních filmů mohla zvýšit, ovšem v současné době je potenciál roční návštěvnosti limitován již dříve zmíněnými okolnostmi. Americká filmová studia v loňském roce započala diskuse o možnosti uvádění filmů ve stejný den v kinech i na DVD s vysvětlením, že finanční zisky z prodeje DVD by vyvážily ztráty z kin. Týkalo by se to především větších hitů, u kterých by diváci měli důvod si již navštívený film navíc zakoupit na DVD. Filmová studia se dále hájí názorem, že filmaři se potřebují dostat k platícím divákům, přičemž je jim jedno, jakým způsobem. Tento postup by velmi poškozoval kina a rozhodně by se ani tvůrcům nezamlouvalo, že film, určený na plátna kin, diváci sledují rovnou na televizní obrazovce.

Návštěvnost kin je ovlivnitelná pouze do určité míry, existují osvědčené triky, které však mají svá úskalí, co jednou fungovalo, příště může absolutně selhat. Divák je náladový, snadno podléhá jakýmkoli trendům a tendencím, nerad se nechá příliš přesvědčovat reklamou, na druhou stranu názor důvěryhodného zdroje je pro něj svatý. Jedinou možnou cestou pro výrobce filmu je tedy natočit dobrý film se silným příběhem, vhodným způsobem diváka přesvědčit, aby přišel a pokusit se film uvést v co možná nejlepším období. Ostatní už bohužel násilně ovlivnit nelze.

## ZÁVĚR

Problematika návštěvnosti kin v sobě zahrnuje mnoho aspektů a nabízí více úhlů zkoumání. Nabízí se sociologicky zaměřený rozbor, ekonomický pohled, srovnání s jinými kulturními odvětvími, popřípadě porovnání v celosvětovém měřítku. V předkládané práci jsem se pokusila o analýzu návštěvnosti z hlediska kina a systému fungování filmové distribuce.

Kino by mělo plnit tři základní funkce - distributivní, komunikativní a ekonomickou. Tyto tři oblasti se v průběhu historie kina měnily v závislosti na různých okolnostech. Distributivní funkce, tedy šíření filmů, se změnila v rámci jednotlivých období z technologického hlediska, podle toho, jak se zdokonalovaly možnosti projekce a zejména kvalita ostatních médií. Komunikativní funkce, která se týká možnosti společenského styku s ostatními lidmi prostřednictvím filmu, bude vždy specifickým přínosem kina. Bohužel se v průběhu sto let existence kina zčásti proměnila z prvotního zážitku kolektivního sledování filmů, v konzumní přístup. Změnila se celková atmosféra kina, jeho společenský význam však přetrvával. Ekonomická funkce kina se měnila hlavně pod vlivem politických okolností, v zásadě by se dala rozdělit podle třech etap vývoje filmového podnikání. Do roku 1945 byla kina obchodní činností, často však provozovanou hlavně z nadšení. V období 1945–1990 byla kina součástí státní kinematografie a podle toho byla také řízena a financována. V průběhu 90. let se změnil přístup ke kinu, aktuálním se stalo členění filmů na umění versus zboží. To platí hlavně v případě multiplexů, která jsou jasně orientována na zisk. Provoz klasického kina je závislý na dotacích měst a jiných podporách, výdělečnými se mohou stát pouze kina ve velkých městech. Kino je ve většině případů prvním článkem šíření filmu a mělo by přinášet tržby distributorům, potažmo producentům. V tomto smyslu má pokles návštěvnosti v 90. letech významný dopad na domácí tvorbu.

Vztah lidí ke kinu se měnil v jednotlivých vývojových etapách kina (viz Kapitola 1) v závislosti na několika faktorech. Za hlavní považuji společenskou situaci, finanční dostupnost, zájem o novinky, potřebu úniku od reality, rozvoj jiných způsobů trávení volného času, příchod nových forem šíření filmů. Konkurence jiných médií pozicí kina vždy otřásla, pokaždé se však potvrdil nezpochybnitelný rozdíl mezi způsobem vnímání filmu v kině a prostřednictvím jiného média. Nástup televize v 50. letech (k jejímu rozmachu došlo v 60. a 70. letech) měl dopad

spíše ve smyslu konkurence jiného způsobu využití času a možnosti sledovat audiovizuální díla v prostředí domova. Příchod videa, komerčních televizí a internetu, však přinesl alternativní možnosti sledování filmu, což znamenalo daleko větší dopad na návštěvnost než dříve. Tím došlo k odlišení na dvě skupiny diváků, první jde především o to, shlédnout vybraný film, a to v jakékoli podobě a kvalitě, druhé skupině pak spíše o sledování filmu v kině a o jinou formu jeho shlédnutí nemá zájem.

Zásadním způsobem přispívá k návštěvnosti českých kin oblíbenost domácí tvorby, která je ve světě ojedinělým fenoménem. Tento zájem o české filmy je projevem důvěry diváků k českým tvůrcům, potvrzením tradice české kinematografie a také důkazem o potřebě její podpory. V obecném slova smyslu filmy podporují reprezentaci dané země ve světě a podílejí se na vytváření kulturních hodnot. Pouze časový odstup v budoucnu ukáže případný význam současné tvorby, tak jako se to dnes potvrzuje u klasických filmů. S tím také souvisí otázka filmového vzdělávání, které není v ČR příliš systematické. Filmové umění by se mělo stát pro děti součástí jejich života, aby došlo k vytvoření zvyku pravidelnosti návštěv kina a určité kontinuitě.

Domnívám se, že systém distribuce a situace sítě kin, nemá na návštěvnost zásadní vliv. Spíše se potvrdilo, že divák je poměrně přizpůsobivý a že pouze komfort a nadbytek doplňkových služeb plné sály nezajistí. Daleko podstatnější pro konkrétní kino je vytvoření takového prostředí, které by diváky motivovalo k opětovné návštěvě. Očekává se, že distribuční společnosti i kino projdou změnami s nástupem digitalizace, zejména pak se promění jejich vzájemný vztah a spolupráce. Digitální projekce přinesou rozšíření filmové nabídky a také obohacení o různé typy jiných projekcí. V souvislosti s digitalizací přichází v úvahu zlevnění výroby filmů a distribučních nákladů, což by teoreticky mohlo znamenat snížení vstupného. Myslím však, že spíše dojde k jeho postupnému zvyšování (v delším časovém horizontu).

Vývoj kin a jejich návštěvnosti, za uplynulých sto let, potvrdil, že kino je velice významnou součástí společenského života a myslím, že tento fakt bude platit i v budoucnosti.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Bubla, J., *Úvahy nad perspektivami filmu a kina*, Film a doba, 1983, č.4, s.214-220

Danielis, A., *Česká filmová distribuce po roce 1989* (rukopis pro Iluminaci 5, 2007, č. 1 - v tisku)

Goudineau, D., *Farewell to Film? What is at Stake in Digital Projection* (Sbohem filmovému pásu? Co je ve hře u digitálního promítání?), France Télévision/srpen 2006, dostupné na [www.mediadesk.cz](http://www.mediadesk.cz)

Havelka, J., *Kronika našeho filmu*, Praha, Československý filmový ústav, 1967

Jirkalová, K., *Fenomén AERO*, Euro, 20.3.2006

Mahdalová, K., *Stahujete filmy? Jdou po vás!*, Respekt, 21.4.2006

Nováková, Š., *Změna piráta na zákazníka*, Marketing & Media, 20.3.2006

Patočková, M., Štický, J., *Velká česká filmová válka*, MF DNES, 14.8.2006

Schreier, M., *Kinoreklama se chce letos rychle otřepat*, Marketing & Media, 13.3.2006

Souček, P., *Odstartuje televize a půjčovna filmů po internetu*, Hospodářské noviny, 6.4.2006

Strusková, E., *K vývojovým tendencím kina*, Praha, Československý filmový ústav, 1981

Táborský, J., *Multiplexy u nás vládnou, na Západě je zavírají*, Lobby, 2006, č.3, s. 18-19

Táborský, J., *2010: Digitální odysea*, Lobby, 2006, č. 3, s. 20-21

Zadrazil, L., *Velký filmový třesk*, Týden, 6.2.2006

*Zpráva o české kinematografii v roce 2005*, Odbor kinematografie a státních fondů MKČR, 2005

[www.cpufilm.cz](http://www.cpufilm.cz)

Česká protipirátská unie

[www.czso.cz](http://www.czso.cz)

Český statistický úřad

[www.dcinemovies.com](http://www.dcinemovies.com)

Digital Cinema Initiatives

[www.dvdgroupcz.com](http://www.dvdgroupcz.com)

Sdružení pro podporu formátu DVD

[www.filmynejsouzadarmo.cz](http://www.filmynejsouzadarmo.cz)

Projekt CPU Filmy nejsou zadarmo

[www.mediadesk.cz](http://www.mediadesk.cz)

Mediadesk ČR

[www.mkcr.cz](http://www.mkcr.cz)

Ministerstvo kultury ČR

[www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)

Evropská audiovizuální observatoř

[www.ufd.cz](http://www.ufd.cz)

Unie filmových distributorů

## SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Počet kin, filmů a diváků letech 1919–1986 .....	28
Tabulka č. 2: Počet kin, filmů a diváků v letech 1987–2006 .....	30
Tabulka č. 3: Multikina v ČR k 7.12.2006.....	33
Tabulka č. 4: Podíl multikin na trhu v ČR (1999–2006).....	34
Tabulka č. 5: Návštěvnost českých kin v jednotlivých měsících let 2000–2006 ..	37
Tabulka č. 6: Úspěšnost českých filmů v letech 1987–2006.....	41
Tabulka č. 7: Distribuční společnosti v letech 1990–2006 .....	47
Tabulka č. 8: Vývoj tržeb a vstupného v ČR v letech 1993–2006.....	49
Tabulka č. 9: Festivaly a přehlídky v ČR v roce 2005.....	55

## SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Návštěvnost kin v letech 1925-1929 .....	11
Graf č. 2: Návštěvnost kin v letech 1930-1938 .....	13
Graf č. 3: Návštěvnost kin v letech 1939-1945 .....	15
Graf č. 4: Návštěvnost kin v letech 1946-1960 .....	18
Graf č. 5: Návštěvnost kin v letech 1961-1970 .....	20
Graf č. 6: Návštěvnost kin v letech 1971-1989 .....	22
Graf č. 7: Návštěvnost kin v letech 1990-1999 .....	25
Graf č. 8: Návštěvnost kin v letech 2000-2006 .....	27
Graf č. 9: Vývoj počtu kin v letech 1919-2006.....	31
Graf č. 10: Celkový počet uvedených filmů v letech 1922-2006 .....	31
Graf č. 11: Počet uvedených čs./č. filmů v letech 1922-2006 .....	32
Graf č. 12: Celková návštěvnost čs./č. kin v letech 1925-2006 .....	32
Graf č. 13: Vývoj výše vstupného v letech 1993-2006.....	50
Graf č. 14: Vývoj tržeb v letech 1993-2006.....	50
Graf č. 15: Vývoj úrovně audiovizuálního pirátství v ČR .....	72
Graf č. 16: Nárůst počtu zajištěných pirátských audiovizuálních nosičů .....	72