

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE
FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

BAKALÁRSKA PRÁCA

Praha, 2019

Anna Zatkalíková

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Produkce

TEORETICKÁ BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

TEEN PUBLIKUM V DOBE DIGITÁLNEJ ÉRY

**ANALÝZA FILMOVEJ PRODUKCIE PRE DIVÁKA VO VEKU OD 12 DO 17, V
ROKOC 2010 AŽ 2018**

Anna Zatkalíková

Vedoucí práce : prof. Mgr. Aleš Danielis

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Přidělovaný akademický titul: Bakalářský

Praha, 2019

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

FILM AND TV SCHOOL

Film, television and photographic art and new media

Production

BACHELOR THESIS

TEEN AUDIENCE IN A DIGITAL ERA

**ANALYSIS OF FILM PRODUCTION FOR VIEWERS AGED 12 TO 17, SINCE
2010 UNTIL 2018**

Anna Zatkalíková

Supervisor : Aleš Danielis

Reviewer:

Date of defence:

Academic degree: Bachelor degree

Prague, 2019

P r o h l á š e n í

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

Teen publikum v době digitální éry

Analýza filmové produkce pro diváka ve věku od 12 do 17, v letech 2010 až
2018

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

Praha, dne 18.8.2019

podpis diplomanta

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.

Pod'akovanie

Rada by som poďakovala vedúcemu práce Alešovi Danielisovi za čas, ktorý mi venoval a za podnetné poznámky k téme.

Za cenné rady a konzultácie ďakujem Jakubovi Šilerovi, za poskytnutie rozhovoru, ktorý bol pre mňa zásadným ďakujem Petrovi Oukropcovi.

V neposlednom rade patrí moja veľká vďaka pedagógom Gymnázia Omská, špeciálne pani Šárke Habětínové, ktorá preukázala obrovskú ochotu a nasadenie pri realizácii prieskumu.

Abstrakt

Bakalárska práca sa bude venovať analýze súčasnej filmovej tvorby určenej pre publikum 12-17 rokov, na volené marketingové stratégie producentov a úspešnosť distribúcie v českých kinách.

Nakoľko v Českej republike vzniká len veľmi málo filmov pre túto cieľovú skupinu, môj záujem sa sústreďí na príčiny tohto faktu, akými môžu byť nedostatok námetov, nízka atraktivita tohto žánru pre režisérov a producentov, či slabá divácka odozva.

Ďalej sa v práci zameriam na príčiny nezájmu publika a s tým súvisiacu nízku návštevnosť v kinách. Jej príčiny budem hľadať predovšetkým v neohybných reklamných kampaniach k filmom, ktorým sa nedarí zasiahnuť svoju cieľovú skupinu. Ďalej zmene diváckych návykov teenagerskeho publika a presunu jeho záujmu k obsahu na internete. Taktiež porovnam výsledky domácich filmov s výsledkami zahraničných filmov pre teenagerov a ich podiel v českých kinách a pokúsím sa tak odhaliť rozdiely medzi nimi.

KLÚČOVÉ SLOVÁ

teenager, publikum, kino, produkcia, distribúcia

Abstract

Bachelor's thesis will be a look into contemporary film production intended for an audience by age 12 to 17, and also into producers' selected marketing strategies and success of their distribution in czech cinemas.

Considering that there is not a big amount of films produced for this specific target group in Czech Republic, my interest is in exploring causes of this matter, which may be a lack of scripts being submitted, low attractiveness of this particular genre for directors and producers, and a weak feedback from viewers.

Further on in my thesis I will be focusing on reasons behind no interest from viewers' side and their low attendance in cinemas. I will be exploring its causes mainly in inflexible commercial campaigns of films, which fail to reach their target group. Next I will be dealing with changes of viewing habits of teen audiences and their redirection to being interested in internet content. I also compare results of domestic films with the results of foreign films aimed at teens, and a size of their share in czech cinemas. This way I will attempt to reveal their differences.

KEYWORDS

teenager, audience, cinema, production, distribution

Obsah

ÚVOD	1
1 . kapitola – Všeobecné delenie a východiská	2
1.1 Definícia a delenie diváckej skupiny teenageri	2
1.2 Predstavenie vybraných filmov a zdôvodnenie ich výberu pre účely bakalárskej práce	4
2. kapitola - Štyri české pokusy o teenagerský film.....	6
2.1 Vejška	6
2.2 Ani ve snu!	9
2.3 Andílek na nervy	12
2.4 Bajkeři	14
2.5 Zhrnutie	17
3. Divácke prijatie filmov a možné príčiny	19
3.1 Detaily uvedenia snímok a výsledky distribúcie	19
3.2 Divácke preferencie mladistvých – výsledky výskumu	21
ZÁVER	23

Zoznam príloh :

Prílohy:

Príloha č.1 – Rozhovor s Petrom Oukropcom

Príloha č.2 – Výskum diváckych preferencií

Zoznam použitého označovania a skratiek :

ČT – Česká televize

VŠE – Vysoká škola ekonomická

ČSFD – Československá filmová databáza

UFD - Unie filmových distributorů

ÚVOD

Kedysi mimoriadne plodné odvetvie tvorby pre deti a mládež je v súčasnej dobe veľmi zanedbávané a producenti, dramaturgovia ani inštitúcie neprichádzajú s riešením, ako túto tradíciu naplno oživiť. Každý rok vznikne zopár rozprávok pre deti a rodiny, pôvodná detská tvorba má svoj obmedzený priestor na verejnoprávnej ČT:D. Dospievajúcej mládeži v teenagerskom veku sa však dostáva ešte menej pozornosti a celovečerných filmov, ktoré pre nich vznikajú, je ako šafranu.

Fluidný charakter tejto diváckej skupiny, ktorá je hojne segmentovaná či už na základe veku alebo záujmov, môže producentom, tvorcom aj distribútorom spôsobiť nemalé komplikácie a minimálne v tuzemsku predstavuje rizikový podnik.

Dôkazom toho je aj fakt, že za posledných 8 rokov sa v Česku natočili len 4 filmy, ktoré možno označiť za filmy prednostne určené pre -náštročné publikum a ich výsledky ťažko vyhodnotiť ako uspokojujúce, či už z hľadiska kvality snímok alebo z pohľadu distribučných výsledkov.

Príčinou môže byť nedostatok osvietených scenáristov, ktorý by dokázali verne spracovať témy atraktívne pre mládež a to tak, aby sa vyhli ťažkopádnym klišé či neaktuálnosti. Pre režisérov zas nemusí byť jednoduché látku spracovať s pochopením a citom pre toto špecifické publikum.

Otázkou je taktiež, ako vôbec osloviť teenagerov, aby prišli do kina. Akou témou, spracovaním či marketingom pre nich vytvorí atraktívny produkt, za ktorým budú ochotní vyjsť z pohodlia domova, od svojich počítačov a obrazoviek mobilných telefónov, ktoré im ponúkajú nepreberné množstvo obsahu, ktorý je dostupný hneď a zadarmo?

V tejto bakalárskej práci sa pokúsim o analýzu štyroch českých filmov pre teenagerov z hľadiska príbehu a témy, hlavných hrdinov, výrazových prostriedkov, formy propagácie, návštevnosti a kritiky. Túto analýzu budem taktiež konfrontovať s prieskumom diváckych preferencií detí v predmetnom veku, ktorý som pre účely práce realizovala. Na základe všetkých týchto údajov sa budem snažiť vyvodiť závery a dopátrať sa príčiny stavu v akom je súčasná produkcia teenagerských filmov a naznačiť aj prípadný smer, akým by sa mala uberať.

1. KAPITOLA

1.1 Definícia a delenie diváckej skupiny teenageri

Celovečerné hrané filmy pre teenagerov, alebo inak nazývané aj coming-of-age filmy, je v mnohých ohľadoch veľmi náročne definovateľná kategória. Tieto filmy je možné deliť podľa vekových kategórií cieľových skupín, na základe žánrov, či samotných tém. Ďalej by sme mohli uvažovať o delení na filmy s témami pre primárne dievčenské či chlapčenské publikum. Všeobecne sa pod teenagerom rozumie človek vo veku od 13 do 19 rokov. Vo svojej práci sa zameriavam na vekovú kategóriu 12 až 17 rokov, teda na mládež pred ukončením stredoškolského vzdelania.

Filmový festival Berlinale uvádza sekciu Generation, ktorá delí -nástročných divákov do kategórie Generation Kplus, ktorá je zameraná na vek 11 až 14 a na kategóriu Generation 14plus, ktorá sa tematicky zameriava hlavne na dospievajúcu mládež. Cielenie na konkrétny vek si určujú sami tvorcovia, ale rozhodujúce pri hotovom filme bývajú aj hlasy distribútorov, sales agentov a festivalových dramaturgov. Najčastejšie sa však odvíja od veku ústrednej postavy filmu. Producent a režisér Petr Oukropec sa v súvislosti s tým vyjadril, že : *„teenageri sa identifikujú s rovnako starými a ešte intenzívnejšie s o pár rokov staršími hrdinami“*.¹

Vek hrdinu taktiež úzko súvisí s témami, ktoré sa vo filme riešia. Najčastejšími sú vzťahy v rodine a vzťahy s rovesníkmi, teda témy odcudzenia či naopak porozumenia s rodičmi, vyrovnávanie sa s problémami v domácnosti, súrodenecká spolupatričnosť, prvé lásky, priateľstvo, hľadanie svojho miesta v kolektíve, ale aj vyrovnávanie sa s dospievaním, so zmenami, ktoré prináša a spoznávanie seba samého. Výrazným motívom bývajú tiež záľuby či špecifická komunita, v ktorej sa postavy pohybujú. Môže sa jednať o prostredie tanečné, hudobné, športové, o komunity, ktoré majú blízko k prírode, zvieratám, technológiám či iným aktivitám. Ak samotné prostredie, v ktorom sa dej odohráva nie je ovplyvnené týmto, často zobrazuje realie základných a stredných škôl a školských kolektívov, ktoré nesú určité opakujúce sa znaky a charaktery.

¹ Rozhovor s producentom a režisérom Petrom Oukropcom, 1.4. 2019 – príloha č. 1

Z hľadiska žánrov v tejto kategórii neexistujú takmer žiadne obmedzenia. Najväčšej obľube sa tešia komédie, akčné a dobrodružné filmy, fantasy, sci-fi² či snímky s mystickými a detektívnymi motívami, u starších detí horory.

² Výskum diváckych preferencií, viz. Príloha č.2

1.2 Predstavenie vybraných filmov a zdôvodnenie ich výberu na účely bakalárskej práce

Pri výbere filmov, ktorým sa budem venovať som sa chcela zamerať na diela, ktoré vznikli po roku 2010, teda v období, kedy už mal na trhu stabilnú pozíciu YouTube. Samozrejme okrem neho je v dnešnej dobe k dispozícii nespočetné množstvo streamovacích služieb, online videoték alebo serverov, ktoré umožňujú nelegálne sťahovanie. Niektoré zanikajú, mnohé vznikajú, no práve YouTube považujem za spúšťač trendu sledovania obsahu na internete a za najsilnejší kanál na trhu, ktorý silne ovplyvňuje divácke návyky mládeže.

Po bližšom prieskume filmov natočených po roku 2010 sa ukazuje, že prvým tohto zamerania je až pokračovanie úspešného Gymplu, film Vejška, ktorý mal premiéru na začiatku roku 2014. Názov síce napovedá, že sa príbeh točí okolo vysokoškolákov, teda ľudí nad sledovanú vekovú kategóriu, ale film si udržiava štýl typický pre teen komédie a je skôr pokračovaním zasadeným do iného prostredia, než aby obsahovo výraznejšie zväžnel. Jeho nosnými prvkami sú tiež naďalej graffiti a rapová hudba, ku ktorej mládež inklinuje.

V roku 2015 mal premiéru ďalší film, ktorý je cielený na pubertálnu mládež, Andílek na nervy. Tentokrát je jeho hrdinkou štrnásťročná fashion vloggerka, ktorá sa musí vzdať luxusného života a presťahovať sa na vidiek. Vo filme sa objavujú typické témy, ako komplikovaný vzťah s rodičmi, prvá láska, ale snaží sa aj o reflexiu zviazanosti mladých ľudí s digitálnymi technológiami.

Vo filme Ani ve snu! z roku 2016 sa znova stretávame s dievčenskou hrdinkou, ocitáme sa však v prostredí mestského sídliska, ktoré aktéri využívajú ako telocvičňu pri tréňovaní adrenalínového skákania parkour. Jedná sa o disciplínu, ktorá je pre mladých príťažlivá a aj na jej pozadí sa tvorcovia snažia poukázať na nepochopenie rodičov, intenzívne prežívanie emócií či na snahu presadiť sa. Rozprávanie taktiež pracuje so snovou a fantazijnou linkou a film sa radí skôr k artovej kinematografii.

Posledným sledovaným filmom sú Bajkeři, ktorý mal premiéru v roku 2017. Žánrovo sa jedná o typickú teenagersnú komédiu o tom, ako si traja dospievajúci chlapci hľadajú cestu k dievčatám, ako sa dívajú na komplikované vzťahy s rodičmi

a ako technológie, sociálne siete či počítačové hry ovplyvňujú ich každodennú realitu.

V ostatnom roku sa v českých kinách objavila komediálna road movie Všetchno bude režiséra Olmo Omerzu, ktorá je príbehom o dvoch dospievajúcich chlapcoch. Napriek tomu, že ho môžeme označiť za coming-of-age film, rozhodla som sa ho, po dlhej úvahe, do sledovanej vzorky nezaraďiť. Dôvodom je, že som v rámci distribúcie filmu nezaznamenala tendencie tvorcov o výraznejší zásah teen publika a jeho cielenie je skôr na dospelých divákov artových kín.

Výskumná vzorka je pomerne malá, čo je však samo o sebe dôkazom nízkej produkcie. Avšak z hľadiska diváckych skupín zasahujú tieto filmy relatívne široké spektrum mládeže hlavne vo veku 12-17, približne rovnakým dielom dievčatá aj chlapcov a pokrývajú rozmanitú škálu tém, motívov aj prostredí. Preto verím, že táto výskumná vzorka je na účely bakalárskej práce plne postačujúca.

2. kapitola - Štyri české pokusy o teenagerský film

2.1 Vejška

Na začiatku roku 2014 vstúpilo do českých kín pokračovanie úspešného filmu Gympl z roku 2007. Ten zaznamenal značný ohlas a navštívilo ho viac ako 500 tisíc divákov. Opieral sa predovšetkým o populárneho Jiřího Mádlu, ktorý bol už vtedy tvárou teen produkcie, známou z filmov Snowboardáci a Raftáci. V prípade Gymplu mu však už nesekundoval Vojtěch Kotek, ale Tomáš Vorel mladší. Tak ako Gympl, aj jeho pokračovanie Vejška režíroval Tomáš Vorel starší, ktorý sa na dospievajúcu mládež zamieroval špecifickým spôsobom už vo svojej skoršej tvorbe, konkrétne vo filmoch Pražská 5 alebo v kultovom muzikáli Kouř na prelome 80. a 90. rokov. Vtedy sa prihovárал úplne odlišnej generácií, ku ktorej bol prirodzene bližšie, kým v Gymplu a Vejšce sa skôr snaží osloviť generáciu svojho syna.

Film Vejška dosiahol v kinodistribúcii len niečo cez 150 tisíc divákov³, čo je menej ako tretina návštevnosti Gymplu.

Dramaturgická štruktúra filmu Vejška kopíruje jej predchodcu Gympl. Nadväzuje na príbehy postáv, ktoré sme videli počas stredoškolského štúdia a sledujeme ich ďalšie osudy na vysokej škole.

Film sa rozpadá na dve linky, ktoré sú ale vzájomne prepojené. Jednou sú osobné príbehy Kocourka, ktorý sa pripravuje na prijímačky na umeleckú školu a Kolmana, ktorý študuje na VŠE, ale drží sa tam len vďaka podvodom a protekcii svojho vplyvného otca. Tou druhou sú samozrejme graffiti, ktoré sú stále tým, čo chlapcov napriek odlišnému charakteru, zázemiu aj záujmom spája. Ich pretrvávajúce priateľstvo dokonca pôsobí v mnohých momentoch až neuveriteľne, pretože ich životné cesty a povahové vlastnosti sa tvorcovia rozhodli posunúť do krajne protichodných polôh. Tematicky sa film stále točí okolo zložitých vzťahov s rodičmi, vzťahov s dievčatami a okolo sprejovania ako forme osobnostného prejavu a oslobodenia sa od pravidiel a spoločenských konvencií.

Vejška pôsobí o čosi surovejšie a špinavšie, kamera je často v pohybe a navodzuje dynamické tempo, obraz pracuje s ponurejšími, tmavšími farbami a sviatením, ktoré nič neprikrášľuje. Humor je stále prítomný, ale často ho striedajú vážnejšie

³ Unie filmových distributorů

dramatické situácie, do ktorých sa hrdinovia dostávajú. Tomáš Vorel o filme tvrdí: „*Herci hrají opravdověji, realističtěji, dojemněji. Ve Vejšce je větší láska, větší drama, větší emoce.*“⁴

Tomáš Vorel si dal zjavne záležať na tom, aby graffiti a streetart boli pre film signifikantné, aby k filmu túto komunitu pritiahol a prezentoval ju čo najvernejšie, preto si k písaniu scenára prizval streetartistu Pasta Onera. Dôležitou zložkou je tiež hudba, na ktorej spolupracovali Mike Trafik a Vladimír 518, čo bolo tiež skvelým ťahákom na film. Pieseň Planeta Praha, ktorá vo filme zaznie a výrazne sa s filmom spája má na YouTube do dnes vyše 7 miliónov zhliadnutí a úspešný bol aj soundtrack filmu Děti prázdnoty.

Vorel sa vo filme vôbec nevenuje témam technológií, sociálnych sietí, zameriava sa na iné neresti staršej generácie mladistvých, ako nadužívanie alkoholu alebo experimentovanie s drogami na večierkoch. K tomu pristupuje do istej miery aj osvetovo až výchovne, kedy divákovi dáva odstrašujúci príklad, napríklad v postave Kocourkovej matky závislej od alkoholu. Moralizujúcich momentov, ktoré zdôrazňujú až prehnajú poctivosť Kocourka, je v filme viacero.

Vo Vejške sa, podobne ako v ďalších filmoch, ktorým sa budem venovať, tvorcovia rozhodli vytvoriť postavy rodičov, ktoré sú posunuté do extrému a pôsobia miestami ako karikatúry neschopné usporiadať si vlastné životy. Spomínaný Kocourek pochádza z rozpadnutej rodiny, pričom žije s matkou v podaní Zuzany Bydžovskej, ktorá sa nedokáže vymaniť zo závislosti a tá ju mení na neurotickú kôpku nešťastia.

Kolmanových rodičov hrá Ivana Chýlková a Jan Kraus, ktorých spoločné výstupy sú zábavné a pracujú s dobre budovaným humorom. No charaktery ich postáv pôsobia prehnane, otec je vysokopostavený egomaniak, ktorý sa vo všetkom spolieha na svoj vplyv a matka je sebecká hysterka.

Producentom filmu je Miloslav Šmídmajer a sám Tomáš Vorel st., ktorý je tiež režisérom, scenáristom a hlavným kameramanom filmu.

Prijatie filmu kritikou bolo skôr vlažné. Recenzentka iDnes.cz Mirka Spáčilová filmu udelila 60%⁵, Jana Podskalská pre denik.cz píše „*Film, jenž nepřináší krom*

⁴ Ceskatelevize.cz: Rozhovor s Tomášem Vorlem [online] <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10536024755-vejska/21351212029/7448-tomas-vorel/>>

⁵ Idnes.cz: RECENZE: Já už nehulím ani nepiju. Na Vejšce ztrácí Vorlův Gympl říz [online]

*posunutí hrdinů do vysokoškolských let nic nového, tak působí s postupujícím časem stále nudněji a bez šance na to pochopit, o čem že to autoři vlastně vyprávějí.*⁶

Na webové stránce csfd.cz získal od diváků průměrné hodnocení 55%.⁷

<https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/recenze-vejska.A140122_133008_filmvideo_ts>

⁶ Denik.cz: Vejška nebaví, nudně moralizuje [online] <<https://www.denik.cz/film/vejska-nebavi-nudne-moralizuje-20140123.html>>

⁷ csfd.cz: Vejška [online] <<https://www.csfd.cz/film/317563-vejska/prehled/>>

2.2 Andílek na nervy

Andílek na nervy je druhým hraným celovečerným filmom režiséra Juraja Šajmoviča, ktorý ešte v roku 1991 absolvoval štúdium dokumentárneho filmu na FAMU. Po štúdiu sa venoval dokumentárnej tvorbe, spolupracoval s Českou televíziou aj s TV Nova, neskôr prešiel k reklamnej tvorbe a natáčaniu videoklipov. V roku 2012 debutuje na poli hranej tvorby rodinným filmom Tady hlídám já.⁸

Ako rodinnú letnú komédiu označuje autor aj film Andílek na nervy, cieľíť teda mala na širšie divácke spektrum. Ako hovorí v rozhovore: „Tá látka je taká aká je a ja som sa ju chcel spraviť prístupnú pre čo najširšie publikum, tak sme samozrejme nedostávali žiadne granty ale nech je nám odmenou to, že sa to páči ľuďom a radi sa na to dívajú, smejú sa na tom a majú pri tom nejaké emócie“⁹. Scenár k filmu napísali Beata Parkanová, Alexandra Škampová, Beatriz Šajmovičová a Juraj Šajmovič.

Príbeh hovorí o štrnásťročnej módnjej vloggerke Viktórii, ktorá je rozmaznaná životom v luxuse. Ten však musí náhle opustiť a presťahovať sa k otcovi, ktorého doteraz nepoznala. Dôvodom je náhle úmrtie jej matky počas nevydarenej plastickej operácie poprsia. Vyzerá to však tak, že viac ako strata matky trápi Viktóriu fakt, že jej novým domovom sa má stať dedina, kde je jediným obchodom malý konzum a že obyvatelia nedokážu oceniť jej prepracované outfity.

Panovačná a afektovaná Viktória v podaní herečky Anny Kadeřávkovej reaguje na snahy svojho otca o zblíženie nezmyselne agresívne a drzo. Jej prejavy sa takmer do polovice filmu obmedzujú prevažne na krik, povýšenecké hlášky smerom k obyvateľom obce a sťažovanie sa svojim internetovým sledovateľom. Tento jej postoj sa však postupne začína lámať, až na koniec filmu prichádza k úplnému zmiereniu a príbeh sa končí priam idylicky. Viktória je šťastná so svojím otcom a novým priateľom po výhre v závodoch traktorov, čo je len jedným z mnohých klišé, ktoré vo filme sledujeme. Plné klišé a stereotypov sú aj repliky, ktoré sú napísané veľmi kostrbato a aj napriek zrejmej snahe hercov sú často iba fádne odriekavané. Najvýraznejšie sa to prejavuje u Anny Kadeřávkovej, ktorá frázuje hlášky, ktoré

⁸ Filmovyprehled.cz: Juraj Šajmovič ml. [online] <<https://www.filmovyprehled.cz/cs/person/31240/juraj-sajmovic-ml>>

⁹ Youtube.com: Juraj Šajmovič, režisér, rozhovor v ČZJ, FOH 2015 [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=zV8c9iDUIPA&t=>>

sú skôr skresleným pohľadom na to, ako dnešní teenageri uvažujú a ako komunikujú.

Charakter Viktórie je sploštený a síce vo filme prechádza určitým vývojom, jeho východisková poloha je zasadená do ohromného extrému, a teda nepôsobí verne. Z nejakého dôvodu sa autori rozhodli tiež pre extrémnu štylizáciu života na vidieku. Tváriť sa však, že na českej dedine v roku 2015 takmer nepoznajú internet, filmu skôr uberá na vierohodnosti, než aby posilňoval jeho komický potenciál. Karikatúru malomestského života dopĺňuje bizarná dejová linka o nezmyselných snahách o rozdelenie mestečka.

Viktória prakticky všetko okolo seba zdieľa s fanúšikmi na svojom vlogu. Tvorcovia sa snažili o prenesenie virtuálneho sveta do deja filmu a tak často vidíme cez obrazovku Viktóriinho notebooku alebo priamo v obraze neurčitú sieť, kam jej chodia odkazy na príspevky, ktoré zverejňuje. Podoba tohto vlogu bola vytvorená pre potreby filmu a len vzdialene pripomína niečo medzi Twitterom a Youtube, no po vizuálnej stránke pôsobí ako dizajny starých html stránok. To pôsobí veľmi zastarane a lacno a uberá filmu na aktuálnosti a zhoršuje mladému divákovi podmienky pre napojenie sa na uveriteľnosť deja a hlavnej postavy. Zvlášť keď práve tento motív je pre film taký zásadný.

Film dosiahol návštevnosť niečo málo cez 20 tisíc divákov¹⁰ a bol kritikou prijatý prevažne negatívne. Priemerné hodnotenie si vyslúžil od Mirky Spáčilovej z iDnes.cz, ktorá mu udelila 50%¹¹, na webe Československej filmovej databázy má k dnešnému dňu 38%¹².

„Pokud je Andílek na nervy něčím, tak urážkou. Urážkou obyvatel měst za vykreslení jako nesnesitelných snobů bez taktu a empatie. Urážkou mladé generace coby hloupé a nesnesitelně rozmazlené. Urážkou obyvatel venkova jako směšných vidláckých figurek. A v neposlední řadě urážkou diváků skrze absurdní

¹⁰ Unie filmových distributorů

¹¹ Idnes.cz: RECENZE: Andílek na nervy je pohádka o pyšné princezně z twitterové říše [online] <https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/andilek-na-nervy-recenze.A150617_120605_filmvideo_ts >

¹² csfd.cz : Andílek na nervy [online] <<https://www.csfd.cz/film/369752-andilek-na-nervy/prehled/>>

polopatičnost a primitivnost vystavění děje."¹³, píše pre aktuálne.cz filmový publicista Martin Svoboda, ktorý pridáva nekompromisné hodnotenie 0%.

Režiséra Juraja Šajmoviča ale zjavne viac zaujíma prijatie publika, než názor kritikov, ktorý podľa svojich slov nepovažuje za meradlo úspešnosti filmu: *„Ja si myslím, že filmy sa majú robiť pre ľudí. Pretože také tie filmy pre osem kritikov alebo iba pre tú kritiku nemajú príliš miesto. Ja to tak necítim. Až budem mať potrebu natočiť si umelecký film tak si vezmem kameru, pôjdem niekam do hôr a tam natočím s dvomi hercami nejaký umelecký film.*"¹⁴

¹³ magazin.aktualne.cz: Recenze: Andílek na nervy prohlubuje dno českého filmu [online] <
<https://magazin.aktualne.cz/kultura/film/recenze-andilek-obrusuje-dno-a-slusne-leze-na-nervy/r~f4f23598168e11e5ae1b002590604f2e/>>

¹⁴ Youtube.com: Juraj Šajmovič, režisér, rozhovor v ČZJ, FOH 2015 [online]
<<https://www.youtube.com/watch?v=zV8c9iDUIPA&t=>>

2.3 Ani ve snu!

Ani ve snu! je príbehom šestnástročnej Laury zažívajúcej trápenie s platonickou láskou Lukym, ktorá sa naplňa v jej snových predstavách. To sa odohráva na pozadí pražského sídliska, kde sa stretáva skupina mladých parkouristov, medzi ktorých patrí aj Luky. Či už kvôli sympatiám k nemu alebo reálnemu záujmu o parkour sa Laura snaží v tejto väčšinovo chlapčenskej disciplíne sama presadiť. A to aj napriek zjavnej nevôli svojej matky. Tú stvárnila Klára Melíšková a je vykreslená ako neurotická kariéristka, ktorá po rozvode s Lauriným otcom hľadá nové známosti. Dcére sa zjavne nesnaží porozumieť, miesto toho ju ustavične zahŕňa iba rôznymi príkazmi a zákazmi. Podobne stereotypný charakter možno pozorovať u Laury, ktorá je ustavične naštvaná, zamračená a dáva najavo svoj vzdor snád' voči všetkému. Lauru hrá Barbora Štikarová, ktorá je v prvom rade parkouristka a absencia hereckých skúseností je vo filme citelná. Nepresvedčivé a strnulé výkony mladých aktérov sa na filme negatívne podpísali a sú často predmetom kritiky recenzentov. Je však pochopiteľné, že autori sa chceli parkourovej komunite priblížiť, čo najbližšie a dať v ňom priestor ozajstným talentom českej urban parkourovej a freerunningovej scény, akými sú Tomáš Zonyga, Tomáš Taran či Vladimír Vova Koldaev.

Film kolíše v troch rôznych polohách, ktoré variuje. Divák sleduje energické športové scény, pri ktorých mu stúpa adrenalin, tie strieda bežné tempo každodenných dní a naposledy sú to snové predstavy, do ktorých sa Laura dostáva v bezvedomí. Ústredným bodom tohto fantazijného sveta je pláž s majákom, za ktorou sa tvorcovia vypravili až do Normandie. Vyzerá veľmi efektne, no na staršiu mládež môže pôsobiť príliš naivne a rozprávково. Každopádne funguje ako výrazný kontrast voči mestskému prostrediu, v ňom sa väčšina filmu odohráva, aj panoráme vysokohorského prostredia, v ktorom film začína a v závere sa doň symbolicky vráti.

Dej filmu je strohý a napreduje pomalším tempom.

Svetová premiéra filmu prebehla na 66. ročníku Medzinárodného filmového festivalu Berlinale, kde bol uvedený súťažnej sekcii 14+.

Režisér filmom je producent Petr Oukropec. Film chcel, podľa vlastných slov, pôvodne cieľiť na detské publikum do 12 rokov, teda bližšie k svojmu predošlému režiséorskému počinu, filmu Modrý tygr. *„Avšak pri písaní scenára sa nám ukázalo, že hlavná predstaviteľka by mala byť o niečo staršia. A aj tá problematika, ktorá*

*sa vo filme rieši bola vlastne viac teen. Bohužiaľ sa nám tak stalo, že z hľadiska marketingového a žánrového sme odrazu boli presne v tej medzere, ktorá čo sa týka vonkajšieho dopadu na väčšinové publikum, je najhoršia, najzložitejšia a všetci sa jej snažia vyhnúť.*¹⁵

Ani ve snu! obsahuje viaceré pomyselné filtre, ktoré jeho divácku cieľovú skupinu zužujú. Je určený teenagerom, úzkej skupine dospievajúcich, ktorí sa venujú alebo sú fanúšikmi parkouru a navyše sa film po formálnej stránke radí viac k arthaus kinematografii, čo jeho cestu k divákovi ešte viac komplikuje.

Film síce do kín neprilákal ani 10 tisíc divákov¹⁶ a v Českej republike veľmi nezarezoval, má však za sebou úspešné uvedenie na celom zozname prestížnych filmových festivalov Cottbus Film Festival, Chicago International Children´s Film Festival, Cinekid, Vilnius Film Festival, Shanghai International Film Festival a mnohé ďalšie. Z rumunského Dream Fest si dokonca Toman Rychtera odniesol cenu za stvárnenie postavy Lukyho.¹⁷

Ani ve snu! sa s 37% drží na cfsd.cz v „modrých číslach“¹⁸, v recenzii na iDnes.cz mu bolo udelených 60%¹⁹. Redaktor Hospodárskych novin Tomáš Stejskal, ktorého recenzia je ladená skôr pozitívne predsa len filmu vytýka : *„Skloubit poetično s adrenalinem ve filmu, který prakticky postrádá děj, není lehké. Oukropec se snaží přiblížit tradiční dětské tvorbě po vzoru Jindřicha Poláka a Oty Hofmana a zároveň dnešní mládeži. Té jsou však bližší videohry než Polákův a Hofmanův Pan Tau.*“²⁰

¹⁵ Rozhovor s producentom a režisérom Petrom Oukropcom, 1.4. 2019 – príloha č. 1

¹⁶ Unie filmových distributorů

¹⁷ Negativ.cz: Ani ve snu! [online] <<https://negativ.cz/films/ani-ve-snu/>>

¹⁸ cfsd.cz: Ani ve snu! [online] <<https://www.cfsd.cz/film/68453-ani-ve-snu/prehled/>>

¹⁹ Idnes.cz: RECENZE Ani ve snu!: Přeskoč, přelez, šplhej, hlásá romance s Metráčkem bez nadváhy [online] <https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/ani-ve-snu-recenze.A160425_102116_filmvideo_kiz>

²⁰ archiv.ihned.cz: Nový český film zachycuje české parkouristy i jejich pohled na svět, trochu ale postrádá děj [online] <<https://archiv.ihned.cz/c1-65268770-ani-ve-snu-oukropec-film-parkour-recenze>>

2.4 Bajkeři

Film *Bajkeři*, výrazne zasadený do obdobia letných prázdnin mal slávnostnú premiéru 19. októbra 2017 v multikine CineStar na Andělu. Jedná sa o ďalší producerský počin Tomáša Vicana, ktorý je predovšetkým vinár a jeho filmové projekty sa zameriavajú práve na exploatáciu vinohradníctva, vinárskej oblasti Južnej Moravy a vína samotného. V roku 2018 debutoval filmom *Bobule*, ktorý sa už o rok neskôr dočkal pokračovania a v roku 2014 priniesol na obrazovky televízie Prima seriál *Vinaři*. Ako Vican tvrdí v rozhovore s Luciou Výbornou, námet k *Bajkerom* vznikol na základe jeho vášne pre cyklistiku a snahy tento šport spropagovať a zároveň ukázať krásy Českej Kanady, o ktorej tvrdí: „*po Južnej Morave je to môj druhý najobľúbenejší kus zeme*“.²¹

Okrem týchto pohnútok, ktoré viedli k vzniku námetu, Vican priznáva, že už na začiatku o filme uvažoval aj z hľadiska marketingu. Šlo mu o to, osloviť širšiu škálu publika: „*My sme sa celú dobu snažili spraviť nielen teenagerskú komédiu, ale vec, ktorá je pozitívna a ktorá bude baviť všetkých ľudí, ktorí majú radi českú prírodu, leto všeobecne a výlety v prírode.*“²² Zároveň je film ladený do podoby rodinného filmu. Svoje miesto, aj keď až v druhom pláne, v ňom teda majú taktiež postavy rodičov, s ktorými sa môže identifikovať staršia generácia 30+.

Scenár k filmu bol napísaný takzvané „na kľúč“ scenáristom Petrom Kolečkom, ktorý v ňom používa nekorektný humor, typický pre jeho tvorbu. V mnohých momentoch zaváňa nevhodným rasizmom a sexizmom, ktoré by nemali mať v súčasnej kinematografii svoje miesto. Vonkoncom nie, ak sa jedná o produkciu pre mládež.

Problematicky pôsobí aj charakterové vykreslenie postáv, ktoré je vo väčšine prípadov posunuté až do karikaturistickej polohy. Traja hlavní hrdinovia sú postavení do extrémnych polôh. Jeden je posadnutý počítačovými hrami natoľko, že si scény z nich projektuje do reálneho života, ďalší pod falošnou identitou vedie na sieti partnerské vzťahy s dievčatami, ktoré nikdy v živote nevidel a posledný sa stal úspešným youtuberom vďaka tomu, že predstiera homosexuálnu orientáciu. Je zrejmé, že sa autori snažili o zobrazenie generácie závislej na digitálnych

²¹ Youtube.com: *Bajkeři* nejsou jen pro teenagery, říká filmový producent a vinař Tomáš Vican [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=p11zbp4vyr0&t=>>

²² Youtube.com: *Bajkeři* nejsou jen pro teenagery, říká filmový producent a vinař Tomáš Vican [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=p11zbp4vyr0&t=>>

technológiách, robia to však nezasväteným, povrchným spôsobom, ktorý viac pripomína lamentovanie staršej generácie nad mládežou skazenou počítačmi a mobilmi. To môže byť zvlášť pre mladšieho diváka potvrdením nepochopenia svojej generácie zo strany dospelých tvorcov filmu, či dokonca vyznievať komicky a trápne. Rovnako zjednodušené a skratkovite vyznieva v tomto kontexte aj záver filmu, kde trojica hlavných postáv prechádza absolútnou obrodou a zo stratených prípadov a asociálov sa stanú milovníci prírody a športu, ktorí nemajú problém nadviazať osobný kontakt s akýmkoľvek dievčaťom.

Hlavná dejová línia sa drží štandardného rozprávačského oblúku. K nej sú pridružené ďalšie línie, v ktorých napríklad sledujeme otcov hlavných hrdinov, ako počas neprítomností detí navštevujú pohostinstvo alebo závody v „kolové“. Okrem toho sa miestami objaví na plátne nová postava, ktorá naznačuje, že by mohla mať pre rozprávanie väčší význam, no to sa nakoniec nepotvrdí. Príkladom je postava recepčnej v kempe, ktorá, ako sa ukáže, slúži len na odprezentovanie reklamy na Vicanovo vinárstvo.

Vizuálna stránka filmu je na sledovanie veľmi príjemná. Väčšinu času kamera sníma malebnú lesnú krajinu ožiarenú letným slnkom alebo táborákom a v nej atraktívnych mladých ľudí, ktorých si divák na plátne rád sleduje. Realistické zábery v niektorých momentoch prerušia fantazijné predstavy postáv, ktoré majú estetiku počítačových hier.

Avšak filmovú kritiku ani tento „líbivý“ vizuál nepresvedčil o kvalitách snímku. Redaktorka irozhlas.cz filmu udelila 15%²³, na webe Československej filmovej databázy dosahuje 43 %²⁴, Mirka Spáčilová vo svojej recenzii na idnes.cz dáva 35%²⁵.

Web fandimefilmu.cz píše : *„Téma kluků, kteří jsou na své elektronice závislí, má potenciál. S tím se ale nijak výrazně nepracuje a ve většině případů si Bajkeři vystačí s mudrováním někde na úrovni rodiče, který se snaží vyhnat dítě od počítače, aniž by k tomu měl nějaké pádné argumenty. Krom toho, že by kluci*

²³ irozhlas.cz: Urážlivý humor na dvou kolech. Kolečko v komedii Bajkeři nachází novou úroveň nevkusu [online] <https://www.irozhlas.cz/kultura/film/recenze-bajkeri-ceska-komedie-hana-vagnerova_1710201000_kro>

²⁴ csfd.cz: Bajkeři [online] <<https://www.csfd.cz/film/515733-bajkeri/prehled/>>

²⁵ idnes.cz: RECENZE: Výchovní Bajkeři mají blíž k Vinařům než k Snowboardákům [online] <https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/bajkeri-recenze.A171018_094539_filmvideo_ts>

*musejí vyrazit ven, se mají taky pokusit balit holky. Nikde není řečeno proč, dospělákům, kteří je k cyklistice tlačí, to jednoduše přijde jako dobrý nápad.*²⁶

²⁶ fandimefilmu.cz: Recenze: Bajkeři [online] <<https://www.fandimefilmu.cz/clanek/11634-recenze-bajkeri>>

2.5 Zhrnutie

Pri pohľade na všetky spomínané snímky môžeme označiť niekoľko spoločných rysov, v ktorých filmy zlyhávajú.

V prvom rade je to vykreslenie samotných teenagerov cez hlavné postavy snímok. Postavy sú často veľmi ploché, bez hlbšej psychológie, zrozumiteľných a logických motivácií. Na tomto mieste sa hodí zmieniť sa o filme Všetchno bude režiséra Olma Omerzu, ktorý do českých kín vstúpil v septembri 2018. Film síce nie je priamo cielený na teenagerske publikum, no celé rozprávanie sa točí práve okolo dvoch dospievajúcich chlapcov. Omerzu k ich charakterom pristupuje nesmierne citlivo a s porozumením a darí sa mu vytvoriť verný obraz dospievania bez toho, aby skĺzol k zjednodušovaniu, karikatúre, či obscénnemu a lacnému humoru. Prírodnosť jeho postáv je podčiarknutá starostlivou a precíznou prácou s mladými nehercami Tomášom Mrvíkom a Janom Františkom Uhrom. Ich výkony sú naproti Barbore Štikarovej v Ani ve snu! či Anne Kadeřávkovej v Andílek na nervy neporovnateľne realistickejšie a vernejšie.

Ako ďalší problém vidím nedostatočné preniknutie do reálneho života a problémov dospievajúcej mládeže. Tvorcovia si často vystačia s tým, že do filmu vložia nenávisť voči rodičom, prvé lásky a neobratne odprezentujú posadnutosť technológiami a sociálnymi sieťami a neprejavujú snahu tieto klišé prekročiť. Chýba úsilie o neskreslený a verný pohľad na témy, ktorými teenageri žijú, na problémy s ktorými sa konfrontujú a realisticky budované vzťahy s okolím. V zahraničí sa toto veľmi úspešne podarilo nórskejmu seriálu Skam. Ten síce pracuje s jednoduchou premisou života obyčajných nórskeho stredoškolačkov, no veľmi dôsledne sa venuje jednotlivým charakterom a tomu, čo prežívajú, takže výsledok je veľmi autentický. Veľmi úspešne sa im podarilo taktiež zapracovať do seriálu sociálne siete, ktoré mladí ľudia využívajú a zároveň ich použili na propagáciu seriálu. Zverejňovali na nich doplňujúce informácie o postavách aj o tom, čo sa im deje a do seriálu sa to nedostalo.

Ako tretí problém, ktorému sa čiastočne podarilo vyhnúť iba Bajkerom, je málo atraktívna vizuálna stránka snímok. Teenagerské publikum lákajú efektné, akčné zábery, ktoré pôsobia „sexy“ a vzrušujúco. České filmy, žiaľ, často trpia nedostatkom financií, kvôli ktorému sa nemôžu rovnať výpravosti americkej produkcie. Cestou by mohla byť skôr voľba inovatívnych, hravých prístupov, ktoré obrazovej stránke pridávajú na hodnote, no nie sú finančne príliš náročné. Zaujímavý prístup zvolili napríklad tvorcovia seriálu Semestr, vysielaného na

internetovej televízii Stream.cz v roku 2016. Tí sa rozhodli celkový obraz štylizovať a snímať skrz obrazovky osobných počítačov aktérov, čo bola minimálne v českom prostredí do tej doby nevídaná novinka. Aj vďaka tomuto bol seriál veľmi dobre prijatý.

3. Divácke prijatie filmov a možné príčiny

3.1 Detaily uvedenia snímok a výsledky distribúcie

Pri porovnaní výsledkov návštevnosti filmov *Vejška*, *Andílek na nervy*, *Ani ve snu!* a *Bajkeři*, dosiahol jednoznačne najlepší výsledok práve posledne menovaný. Všetky uvedené výsledky pochádzajú zo záznamov Unie filmových distributorů a sú platné do júna 2019.

Do júna 2019 si film *Bajkeři* pozrelo v kinách 195 809 divákov, čo je na film tohto typu veľmi priaznivé číslo. Stojí za tým okrem iného určite aj rozsiahla mediálna kampaň, ktorá zahŕňala masívnu reklamu v médiách, outdoorovú reklamu, viaceré ukážky z filmu a z natáčania, rozhovory s hercami. Povedomie o filme rozšíril aj veľmi úspešný soundtrack *One Life* v podaní Celeste Buckingham a Adama Mišíka. Pri pohľade na veľkosť hlavných hviezd filmu, spomínanej Buckingham, Mišíka a Hany Vagnerovej a počet ich fanúšikovských základní na Instagrame, ktorý je teenagermi masívne využívaný, môžeme predpokladať, že aj toto malo pozitívny dopad na návštevnosť. Propagácií jednoznačne pomohla aj televízia Prima, ktorá je jedným z hlavných partnerov. Distribútorom je spoločnosť Falcon.

S druhým najlepším výsledkom skončila *Vejška* so 158 863 predanými vstupenkami. Napriek tomu, že je to uspokojivé číslo, ide v porovnaní s *Gyplom* o výrazný prepad, ten totiž dosiahol návštevnosť až viac ako pol milióna divákov. Film mal pritom výhodu v tom, že úspešný predchodca mu mohol zaistiť exkluzívnu pozíciu v nastavení diváckych očakávaní a prilákať na pokračovanie príbehu obľúbených postáv. Nakoľko si diváci na pokračovanie museli počkať celých 7 rokov, dá sa predpokladať, že pôvodní diváci *Gyplu*, ktorí ho videli v kine odrástli a pokračovanie *Vejška* ich už nezasiahlo. Ďalším dôvodom poklesu diváckeho záujmu môže byť celková situácia spojená s rozširovaním obsahu na internete a prelivu záujmu pôvodného publika od televízie či kina k online platformám, čo predstavuje zásadný rozdiel v situáciu na trhu v roku 2007 a v roku 2014. Film taktiež zmenil distribútora, namiesto spoločnosti Falcon, pod ktorou bol uvádzaný *Gypl*, sa *Vejšky* ujala distribučná spoločnosť A-Company Czech.

Zaujímavosťou je, že prieskum realizovaný v marci 2019 ukázal, že zo štvorice skúmaných filmov je pre súčasných teenagerov vo veku 12-17 rokov, najznámejším filmom práve 5 rokov stará Vejška.²⁷

Film Andílek na nervy od svojej premiéry 18. júna 2015 dosiahol návštevnosť 21 404 divákov. Okrem štandardných foriem propagácie sa kampaň rozrástla aj na Instagram, kde boli pod názvom filmu pravidelne pridávané fotografie hercov, momentky z natáčania ale aj fotky zo súkromia hlavnej herečky. Tento účet má v dnešnej dobe niečo cez 1200 sledovateľov, ktorí na obsah aktívne reagovali, ako vidieť na príspevkoch. Film distribuovala málo známa spoločnosť Indigo Film. Tá podľa záznamov webu filmovyprehled.cz okrem tohto filmu distribuovala už len Vánoční kameňák, premiérový taktiež v roku 2015²⁸.

Divácky najmenej úspešným bol film Ani ve snu! ktorý bol uvedený na viac ako 20 filmových festivaloch a prehliadkach v zahraničí. Jeho premiéra prebehla 25. apríla 2016 za prítomnosti početnej delegácie k filmu. Ani ve snu! sa autori pokúšali zviditeľniť aj prostredníctvom spolupráce s obľúbenými youtuberami, ako Samusa alebo PedrosFun, ktorý na film pozývali, či účasťou na populárnom festivale Utubering. Napriek tomu si naň v českých kinách zakúpilo vstupenku iba 9 202 divákov, jeho distribúcia prebiehala pod hlavičkou spoločnosti CinemArt. Nízku návštevnosti a slabé povedomie o filme potvrdzuje aj prieskum, z ktorého vyplynulo, že z 90 opýtaných videli film Ani ve snu! len dvaja respondenti, čo je najmenej zo všetkých spomínaných snímok.²⁹

Ak by sme hľadali porovnanie s dielom zo zahraničnej produkcie, ktorý nesie podobné formálne a obsahové znaky ako vyššie spomenuté filmy, ponúka sa nezávislý americký film After: Polibek. Ten mal svoju českú distribučnú premiéru 16. marca 2019. Hlavnou hrdinkou tejto romantickej drámy je dospelávajúca Tessa a väčšina príbehu sa odohráva na pozadí vysokoškolského prostredia. Do júna tohto roka videlo film v českých kinách 90 236 divákov. Ak by sme ho zasadili do pomyselného rebríčka návštevnosti, nachádza sa priamo uprostred skúmaných snímok.

²⁷ Prieskum diváckych preferencií, marec 2019 – príloha č. 2

²⁸ Filmovyprehled.cz: Indigo Film s.r.o. [online] <<https://www.filmovyprehled.cz/cs/person/125954/indigo-film>>

²⁹ Prieskum diváckych preferencií, marec 2019 – príloha č. 2

3.2 Divácke preferencie mladistvých – výsledky výskumu

Aby som dokázala dať uvedené výsledky filmov do širšieho kontextu, realizovala som v marci 2019 vlastný prieskum, zameraný na divácke preferencie a spôsoby trávenia času v online prostredí. Výskum prebehol formou dotazníka na 90 respondentoch vo veku 12-17 rokov, študentoch 8-ročného gymnázia Omská v Prahe. Pri interpretácii výsledkov treba brať do úvahy, že sa jedná o úzko profilovanú o relatívne malú vzorku a výsledky môžu byť skreslené či mierne nadnesené. Nemusia teda vypovedať o všeobecných tendenciách platných pre dospievajúcu mládež v celej šírke svojho spektra, no môžu poskytovať aspoň určité indície pre pochopenie ich prístupu k audiovizii.³⁰

Ukázalo sa, že väčšina respondentov štvoricu filmov buď nevidela a pokiaľ áno, dostali sa k nim buď cez televíznu obrazovku alebo prostredníctvom internetu. Len mizivé percento sa zúčastnilo projekcie v kine. Väčšina opýtaných navštevuje kino v priemere raz za pol roka, mládež od 15. roku do kina vyrazí častejšie, zhruba polovica uviedla, že je tomu tak približne raz mesačne. Je teda zjavné, že teenageri kino navštevujú. V spojení s faktom, že všeobecná ponuka teenage filmov v kinách, vrátane zahraničnej produkcie je relatívne nízka a nepravidelná, môžeme predpokladať, že často volia iný typ produkcie. Teda nielen filmy, v ktorých sú im hlavní aktéri vekovo blízky a zaoberajú sa témami dospievania, ale aj snímky, ktoré sú pre nich atraktívne z iných dôvodov. Jedná sa napríklad o úspešné série Star Wars, Avengers či Fantastic Beasts, ale aj o mnohé iné, strhujúce svojou výpravnosťou, akčnými scénami a dobrodružnou zápletkou.

Ďalej sa ukázalo, že už deti v kategórií od 12 do 14 navštevujú kino častejšie so svojimi kamarátmi než s rodičmi, preto nemusí byť snaha o priblíženie sa k rodinnému filmu, v ktorom by sa našli ako deti tak aj ich rodičia, vždy zaručenou cestou k úspechu. Za najobľúbenejšie žánre označili obe skupiny takmer zhodne komédiu, fantazijný film, dobrodružný film a sci-fi.

Pri širšie koncipovanej otázke, akým spôsobom trávia čas na internete približne polovica respondentov uviedla, že ho využívajú na sťahovanie hudby a filmov a o niečo väčšie percento uvádza, že sleduje klipy, videá a online seriály. Takmer 100% uvádza, že za týmto účelom navštevuje YouTube. Pri otvorenej otázke, na

³⁰ Kompletne výsledky prieskumu sa nachádzajú v Prílohe č.2 – Prieskum diváckych preferencií

akých ďalších platformách vyhľadávajú audiovizuálny obsah sa viackrát opakujú weby ako Topseriály.cz, Sledujserialy.cz, Sledujfilmy.cz, Uložto.cz, Zkouknito.cz, ale, možno trochu prekvapivo, aj iVysílání.cz, iPrima.cz, v troch prípadoch sa dokonca objavuje Netflix. Primárne však prevažujú servery, ktoré ponúkajú obsah zadarmo.

Práve spojenie faktu, že kino navštevujú prevažne v sprievode rovesníkov a neochota utrácať za audiovizuálny obsah by mohla byť ďalšou indíciou. Môžeme predpokladať, že ak deti a dospelávajúci navštevujú kino bez prítomnosti rodičov, hradia si tento zážitok sami z vreckového alebo príležitostných zárobkov. Dá sa teda predpokladať, že výber filmu, do ktorého tieto peniaze investujú musia viac zvažovať a volia skôr zaručené trháky, ktoré zrejme uvidí väčšina ich rovesníkov. Takýmto môžu byť veľmi exploatované hollywoodske blockbustery, superhrdinské série či efektne fantastické filmy.

Pri otvorených otázkach, kde mali teenageri uviesť, aký český film naposledy videli a kto sú ich obľúbení českí herci sa paradoxne ani v jednom dotazníku neobjavilo meno Adama Mišíka, ktorý hrá výrazné postavy až v troch zo štyroch filmov. Táto odchýlka je však možno spôsobená aj tým, že mládeži sa pri otázke vybavili skôr starší herci a Adam Mišík je medzi nimi známy viac ako spevák, známa osobnosť a s herectvom si ho spájajú až sekundárne. V každom prípade sa v dotazníku meno žiadnej herečky či herca neopakovalo výrazne častejšie a výber bol často náhodný: od Terezy Voříškovéj či Jiřího Mádra, cez Karla Rodena a Tatianu Vilhelmovú až po Dádu Patrasovú či Zdeňka Godlu.

V závere je dôležité uvedomiť si, že na oslovenie dospelávajúcej mládeže je nevyhnutné taktiež zvoliť cesty a kanály, ktoré sú pre nich prirodzené, kde trávajú svoj čas a prostredníctvom ktorých ich môžu kampane k filmom priamo osloviť. Až 56 z 90 opýtaných uviedlo, že online trávi 2-4 hodiny denne a ako najpoužívanejšou sociálnou sieťou sa ukázal Instagram. Ten ponúka množstvo spôsobov, ako s ním pracovať ako s nástrojom marketingovej kampane, vyžaduje to však inovatívny prístup a skúseného PR odborníka na nové médiá.

ZÁVER

Ako sa ukázalo, medzi českými producentmi a režisérmi nie je za posledných takmer 10 rokov výraznejšia snaha o natáčanie celovečerných filmov primárne určených pre teenagerov. Uvedomujú si ekonomický risk, ale aj náročnosť oslovenia tejto skupiny. Vzhľadom k tomu, že mladí diváci často inklinujú k výpravným filmom, plným akcie a efektných scén, na štandard ktorých sú zvyknutí z blockbusteroch amerických štúdií, je toto pochopiteľné. Snímky podobných rozmerov v českom prostredí jednoducho nie je reálne vyprodukovať.

Pri pohľade na programy kín si uvedomíme, že nízka produkcia coming-of-age filmov je všeobecný trend a netýka sa iba Českej republiky. Ak však tvorcovia zvolia tento smer, nemusí to jednoznačne priniesť neúspech. Musia si však svojho diváka nájsť a dokázať ho osloviť.

Prieskum potvrdil, že je dôležité hľadať si k nim cestu v online priestore, v ktorom trávia značnú časť svojho voľného času. Mimoriadne žiaducim by bol aj hĺbkový prieskum diváckych preferencií a návykov, aby tvorcovia pochopili, aký obsah mládež vyhladáva a aký typ filmov považuje za atraktívny.

Na pokusoch o teenage film sme mohli vidieť, že tvorcovia často nedokážu prekročiť hranicu medzi nimi a dnešnou mládežou, priblížiť sa k nim, pochopiť ich a podať o nich relevantnú výpoveď. Vo filmoch sú postavy teenagerov vykreslené skôr cez optiku staršej generácie, ktorá ja náchylná skĺznuť ku klišé a skresľujúcim stereotypom. Je nespochybniteľné, že pre autorov je náročné prekonať bariéru medzi generáciou, ktorá vyrástla v diametrálne odlišnom svete a podlieha trendom, ktoré sa dynamicky menia a sú aktívne zžití s technológiami, ku ktorým si ich rodičia ťažšie hľadajú cestu. Žiaľ, bez tohto starostlivého vývoja scenára a citlivého režijného prístupu je vznik kvalitných filmov tohto žánru veľmi nepravdepodobný.

Pritom filmy pre dospievajúcu mládež majú potenciál nielen zabaviť, ale aj kultivovať ich vkus, inšpirovať alebo upozorniť na dôležité témy. Okrem toho sú prostriedkom pre vyjadrenie generačnej výpovede, ktorá bude trvalá a ukáže obraz dospievania v prvom desaťročí tohto milénia aj po dlhšom čase. Svoj význam nadobúdajú zvlášť v poslednej dobe, kedy sa práve mládež výrazne presadzuje a angažuje, napríklad v otázke klimatických zmien, by takáto výpoveď mohla byť pre ďalšie generácie mimoriadne zaujímavá a hodnotná.

SÚPIS CITÁCIÍ A LITERATÚRY

Internetové zdroje :

Ceskatelevize.cz: Rozhovor s Tomášem Vorlem [online]

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10536024755-vejska/21351212029/7448-tomas-vorel/>

Idnes.cz: RECENZE: Já už nehulím ani nepiju. Na Vejšce ztrácí Vorlův Gympl říz [online]

<https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/recenze-vejska.A140122_133008_filmvideo_ts>

Denik.cz: Vejška nebaví, nudně moralizuje [online]

<<https://www.denik.cz/film/vejska-nebavi-nudne-moralizuje-20140123.html>>

csfd.cz: Vejška [online] <https://www.csfd.cz/film/317563-vejska/prehled/>

Filmovyprehled.cz: Juraj Šajmovič ml. [online]

<<https://www.filmovyprehled.cz/cs/person/31240/juraj-sajmovic-ml>>

Youtube.com: Juraj Šajmovič, režisér, rozhovor v ČZJ, FOH 2015 [online]

<https://www.youtube.com/watch?v=zV8c9iDUIPA&t=>

Idnes.cz: RECENZE: Andílek na nervy je pohádka o pyšné princezně z twitterové říše [online]

<https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/andilek-na-nervy-recenze.A150617_120605_filmvideo_ts>

csfd.cz : Andílek na nervy [online] <https://www.csfd.cz/film/369752-andilek-na-nervy/prehled/>

magazin.aktualne.cz: Recenze: Andílek na nervy prohlubuje dno českého filmu [online] < <https://magazin.aktualne.cz/kultura/film/recenze-andilek-obrusuje-dno-a-slusne-leze-na-nervy/r~f4f23598168e11e5ae1b002590604f2e/>>

Negativ.cz: Ani ve snu! [online] <https://negativ.cz/films/ani-ve-snu/>

csfd.cz: Ani ve snu! [online] <<https://www.csfd.cz/film/68453-ani-ve-snu/prehled/>>

Idnes.cz: RECENZE Ani ve snu!: Přeskoč, přelez, šplhej, hlásá romance s Metráčkem bez nadváhy [online] <https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/ani-ve-snu-recenze.A160425_102116_filmvideo_kiz>

archiv.ihned.cz: Nový český film zachycuje české parkouristy i jejich pohled na svět, trochu ale postrádá děj [online] <<https://archiv.ihned.cz/c1-65268770-ani-ve-snu-oukropec-film-parkour-recenze>>

Youtube.com: Bajkeři nejsou jen pro teenagery, říká filmový producent a vinař Tomáš Vican [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=p11zbp4vyr0&t=>>

PRÍLOHA Č. 1 – Rozhovor s Petrom Oukropcom

Rozhovor s producentom a režisérom Petrom Oukropcom, vedený autorkou práce, bol zaznamenaný 1. apríla 2019 v Prahe. Rozhovor bol nahraný ako audiozáznam a následne prepísaný do textovej podoby.

Povedzte mi, prosím, niečo o vzniku filmu Ani ve snu! Aká bola Vaša pôvodná predstava a ako nakoniec vyzerala realita?

O Ani ve snu! sme na začiatku neuvažovali ako o filme pre teenagerov. Nebol to ani režisérsky, ani producentský zámer. Mali sme vyvinutý scenár, ktorý bol o dievčati, ktorá malo mať pôvodne 12 rokov, takže pôvodne mal ísť film skôr cestou fantasy a viac som mieril na tú cieľovú skupinu, ktorú preferujem a je pre mňa čitateľnejšie. To sú deti do 12 rokov.

Avšak pri písaní scenára sa nám ukázalo, že hlavná predstaviteľka by mala byť o niečo staršia. A aj tá problematika, ktorá sa vo filme rieši bola vlastne viac teen. Bohužiaľ sa nám tak stalo, že z hľadiska marketingového a žánrového sme odrazu boli presne v tej medzere, ktorá čo sa týka vonkajšieho dopadu na väčšinové publikum, je najhoršia, najzložitejšia a všetci sa jej snažia vyhnúť. A tak je to v celej Európe. A to z toho dôvodu, že tí hrdinovia nie sú ešte tak starí. Teenageri sa identifikujú s rovnako starými a ešte intenzívnejšie s o pár rokov staršími hrdinami. Takto to funguje aj v detskom filme, ale v tom teen ešte viac. A potom samozrejme je to tak nevyspytateľná cieľová skupina, že vlastne už nikto nevie presne, ako s ňou komunikovať a vo chvíli kedy by som mal producentský zámer, že ju chcem osloviť a chcem ju osloviť masívne, tak by som zrejme volil úplne iný žánrový systém. Pretože nám sa vlastne stalo to, že ten film, ktorý u testovacieho publika, aj u toho publika, ktoré ho videlo funguje, to znamená, že sa s ním identifikuje, že sa im páči, že im príde dostatočne cool, no zároveň bol zaradený do kategórie arthaus pre teenagerov.

Čo znamená, že sa nám nepodarilo tu v kinách zdvihnúť teenagerov, aby na to šli do kina na túto vec. Takže oni to sťahujú, zdieľajú, máme veľký počet zdieľaní a sťahovaní a aj tie ich reakcie na to sú ok. Paradoxne sa stalo to, že ten film oslovuje to moje pôvodné publikum, tie deti. A v tom to práve nie je žánrovo úplne ideálna podoba pre distribúciu a marketing a znamená to ale, že s tým musí vedieť

pracovať. Potom distribútori a televízie z musia nájsť uplatnenie z hľadiska nasadzovania a tak ďalej. Takže my sme vlastne film, ktorý zdanlivo pôsobí, že je teenage, pretože v ňom nie je sex, násilie, nehovorí sa v ňom vulgárne a tak ďalej, tak je vlastne prístupný pre to mladšie publikum a riešia sa tam veci, ktoré práve naopak sú atraktívne pre chlapcov a dievčatá, ktoré majú 10, 11, 12 rokov. A nemusia sa ani zaujímať o parkour ale zaujíma ich to, pretože sú fascinovaný hrdinami v tomto veku. Akurát je problémom to, že distribútor to nenasadí a tieto deti nechodia sami do kina. Takže keď robíte film pre deti tak počítate, že máte cieľovú skupinu deti, ktoré niekto doprevádza, chodí s nimi do kina. Teenageri zas obrátene – chodia na filmy pre dospelých, ktoré sú napríklad robené ako fantasy. A medzi tým je niečo, kam sme sa trafili práve my a nebol to nejaký zámer a tá skúsenosť s tým bola pre mňa práve trochu frustrujúca v tom, že vnímam, že som v nejakej medzere a že nedokážem publikum zdvihnúť, že ten hendikep je vnútri tej veci ako takej.

Ten film mal vlastne výborné ohlasy vonku, v zahraničí. Je to film najviac uvádzaný na vlastne všetkých detských A-čkových festivaloch. Dokonca si ten film brali na festivaly pre dospelých. Problémom je, ako oslovovať to teenagerske publikum, to je celoeurópsky problém, všetci hľadajú cestu ako túto skupinu osloviť, pretože prešla na nejaký iný spôsob sledovania než chodenie do kina. Do kín chodí na také to zážitkové, chodí len na americké veci, alebo na lokálne komédie, ak sú nejakého špeciálneho kalibru. Ale niečo také si myslím, že v posledných rokoch v Česku nevzniká, alebo nevzniklo. Naposledy napríklad Snowboardáči alebo tieto filmy, ešte vlastne v dobe, ktorá nebola až tak digitálna. Vtedy sa ešte zdvihli do kina ale teraz už ani nie. Teraz už ani tie pokusy osloviť ich teenagerským filmom, možno mi to vyvrátite, ale vlastne nefunguje ani takto lokálne. Takže to, že sa trafíte je veľký producentský gambling. Keď sa vám to podarí tak samozrejme je to skupina, ktorá môže byť veľmi zaujímavá, ale tá brána k nej je veľmi úzka. Takže náš film bol napríklad uvádzaný aj na festivaloch, ktoré sú pre dospelých. Napríklad v Kluži, čo je veľký festival v Rumunsku, vyberú 2 filmy z celého sveta, ktoré sú určené pre teenagerov, urobia zvláštnu sekciu a testujú to. Ale to je zas tak, že ja som vždy stretol obrovské publikum, veľkú škálu a bolo vlastne zaujímavé, že aj na tých rôznych festivaloch to tie festivaly prezentovali ako film pre rôzne vekové kategórie. Niekde prišli teenageri, niekde viac deti, aj sami tí „programáči“ to identifikovali nejakým spôsobom, že je to skôr pre mladších. Na Berlinale sme boli v kategórií 14+ a ja som cítil, že sme skôr tých 14, než tých +.

Snažili ste sa kampaň k filmu upraviť tak, aby zasiahla práve teenagerov?

Napriek tomu, že distribútor, Cinemart, skúšal to, že sme normálne fungovali prepojení s youtuberami, promovala to tá, my sme pôvodne mysleli, že zafunguje tá parkurová komunita, ale tí sa od prvého okamihu stále pýtali, kedy to už bude na Youtube. Ich zaujímalo, kedy to bude na YT, mali sme strašne zdieľané tie krátke videá. Oni ani nepredpokladali, že sa na to pôjdu pozerať do kina. Ten záujem to vidieť tam bol ale nebol záujem vidieť to v kine. Napriek tomu, že sme robili aj projekcie s youtuberami, s ich osobnou prítomnosťou a tak ďalej, propagovalo sa to tu v rámci nejakých Majálesov, virálne sme robili, čo sme mohli. Bolo vidieť, že je veľká zdieľanosť tých krátkych videí z filmu ale nikdy sme nedosiahli veľkú zdieľanosť čisto tých parkurových videí. Takže takú tú, ani nie nedôveru, ale toto akoby zaradenie toho filmu sa nepodarilo preskočiť tak, respektíve prelomiť tú bariéru tak, aby to bol taký ten „must to see“ v rámci tej skupiny.

Myslíte, že príčinou toho, že tieto filmy v ČR takmer nevznikajú je práve strach z nezáujmu v kinách alebo sú aj iné dôvody, ako napr. chýbajúce látky?

Jasné, tá skupina sa veľmi premieňa, móda sa veľmi premieňa, s tým aj ich preferencie. Takže trafiť sa do niečoho je strašne ťažké a ste v segmente, ktorý je najviac bombardovaný tou hollywoodskou produkciou, ako Marvelovky, ktoré sú ohromne populárne a oslovujú práve túto skupinu spôsobom, ktorý vy nemáte šancu prebiť. V dnešnej dobe ich neprebijete vizuálne a vlastne ani ničím iným. Jediným čím ich môžete zaujať je nejakou netradičnou lokálnou komédiou, niečím čo je postavené na lokálnom základe a to je žánrovo strašne ťažké. To vlastne nikto už nevie písať kvalitné komédie. A deti tú kvalitu vnímajú. Takže je to ťažké, nikto tu ten žáner nerozvíja. A vo chvíli kedy tam už trochu odbočíte, je tam to riziko, že práve naopak neuspejete, že nikoho neoslovíte.

To si myslím, že napríklad aj film Všetchno bude, síce nie je teenagerský, ale je to presne typ filmu, že to zapadne do kategórie art, je to o deťoch ale tie deti na to nevezmete. Tým pádom je to distribučne čistý arthaus, alebo proste iný film zase. Je to jednoducho hrozne ťažké nájsť túto skupinu. Ja osobne inklinujem k tomu

bezpečiu natočiť film pre menšie deti, pretože tam predsa len reagujete a beriete do úvahy tú aktuálnosť, to že vnímate, že sa snažíte osloviť nie len deti, ale aj ich rodičov. A tí rodičia sa tiež premieňajú v tých generáciach. Takže si uvedomujete, že deti nemám ja, moja generácia, ale že rodičia už sú mladší, narodili sa v inej dobe a majú svoje preferencie cez nejaké iné vizuálne vnemy a tak ďalej. Takže ja osobne neplánujem ani ako producent, ani ako režisér sa vracieť do tohto segmentu filmu pre teenageri.

Nie je medzi tvorcami považovaný žáner teenagerských filmov za podradný žáner?

Asi áno, ale hlavne sa znižuje veková hranica. Dnes sa už 15 ročný pozerajú na filmy pre dospelých, nie je tam bariéra, hranica prístupnosti, tá ponuka je tak široká, že tie deti automaticky skáču do tohto. Takže to teenagerské, v tom našom slova zmysle, to už sú dnes 12-13 ročný, takže už sa to segmentuje na 12-14. Ale myslím si, že tá parcelácia toho trhu v tých žánroch, v tých subžánroch toho detského filmu a filmu pre mládež sa ďaleko viac parceluje. Ja som sa napríklad stretol s tým, že existujú horory pre 13 ročné dievčatá. Až takto. Človek sa pýta, čo to je za žáner, ale existuje. Tak ako sa už teraz predškolské deti rozdeľujú na dve cieľové skupiny. Máme detské publikum 6-8, ďalšia skupina je 8-10, potom 10-12,13 a potom už od tých 15 sa to počíta ako normálne bez cenzúry, otvorene. Keď prídete na Berlinale na nejakú sekciu, tak tie deti sa naozaj dívajú na filmy, ktoré by sme sa im normálne báli pustiť. Pretože sú zvyknuté a sú poučené a už sa na nich nahliada viac-menej ako na dospelých ľudí. Takže sa to posunulo a tým pádom také to klasické teenagerské sa teraz deje približne v tom veku 13 rokov. A tam práve už áno, môžem uspieť s tým, že spravím globálny horor pre 13 ročné dievčatá. Nebudem počítať s tým, že na to diváci pôjdu iba v Čechách ale spravím to tak, aby som oslovil 13 ročné dievčatá na celom svete a potom to dáva nejaký producentský zmysel. Teraz to pravdaže zámerne prevádzam do takéhoto extrému ale je to takto špecifické.

No a žiadny distribútor vám na to nedá poučku a nikto to nie je dopredu schopný odhadnúť. A deje sa aj to, že napríklad na Ani ve snu! sme nezískali world sales, práve preto, že je to coming of age a je to navyše presne tento subžáner, takže oni to dopredu vedia. Oni vám dopredu povedia, že je to skvelý film, budete na týchto festivaloch, bude sa to ľuďom páčiť, ale jednoducho to nepredáme pretože

televízie pre to nemajú vysielacie okná, televízie to nevysielajú, nie sú zamerané na toto publikum. Hľadajú ako ich osloviť ale nedarí sa im to. Máte teda zúžený priestor pre distribúciu. A distribúcia v kine, v inej krajine nefunguje u tých teenage vecí, pretože tie, ktoré fungujú sú väčšinou veľmi lokálne.

Máte skusenosti s festivalmi. Zachytili ste tam nejaké výrazné trendy, kľúče k tomu, ako toto diváctvo osloviť?

Ako vravím, kľúčom je, že sa ten trh a ten žáner ešte parceluje na subžánre, že cieľim skutočne len na tú úzku skupinu. Napríklad sú filmy o koňoch pre dievčatá. Pretože viem, že je to nejaký fenomén, ktorý je celosvetový, že túžba mať koňa a jazdiť na ňom je prítomná vo veľkom percente dievčenskej populácie v nejakom veku.

Keď sa pozriete do katalógov sales agentúr, ktoré predávajú filmy pre deti tak ste z toho schopná definovať zhruba tie subžánry. A samozrejme to funguje ešte trochu inak teritoriálne. Takže ten trend je napríklad horor pre 13 ročné holky, filmy o koňoch pre 10 ročných. Ak zas robím fantasy, počítam s tým, že by už malo byť pre nejaké dospeljšie publikum. Alebo ísť pod arthaus s tým rizikom, že zostanem práve niekde medzi.

Keď ste zistili, že Ani ve snu! nie úplne funguje v kinách, snažili ste sa vymyslieť nejaký iný spôsob distribúcie?

Uvažovali, ale sme v hlavne nad českým teritóriom. Spravili sme nakoniec to, že sme šli do letných kín a okamžite, keď sme vydali prvý Blu ray na uvádzanie mimo klasických kín, tak to bolo okamžite na Youtube a na Uložto. Takže to ukázalo, že tá túžba vidieť to bola veľká akurát tá ochota za to platiť je nulová u tohto publika. Teenageri v tomto veku ešte nemajú peniaze na to aby utrúcali, alebo ich nechcú utrúcať. A nie sme tá Marvelovka, pri ktorej je u nich tá návšteva kina prestížna a spoločenská udalosť, pretože tam idú všetci a ide ich tam za víkend 150 tisíc, pretože sa to medzi nimi rozkríkne, je to to „must to see“. Je to globálny content a oni tým, že sledujú práve tie globálne médiá a sú na sociálnych sieťach, sledujú širšie trendy, takže nie sú takto lokalizovaný a teda je k nim aj ťažšia cesta ako ich osloviť. Takže vo chvíli, kedy by ste ten film chceli dať na platený VOD kanál, čo niekde je, ale aj tak to nerobí čísla, tu v Čechách to nerobí čísla ani pri hranej

tvorbe bohužiaľ. Je to také trochu frustrujúce a hľadáte tú cestu no a veľmi ju nenachádzate. Takže snád' sa vám podaria nejaké predaje, videlo to veľa ľudí na palube lietadiel Emirates napríklad, a tak ďalej.

PRÍLOHA Č. 2

Výskum diváckych preferencií

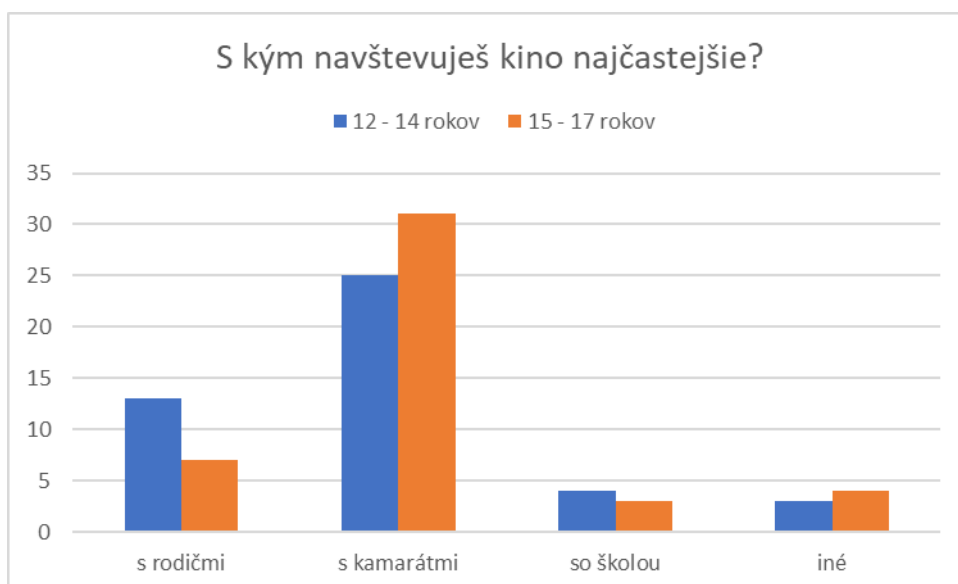
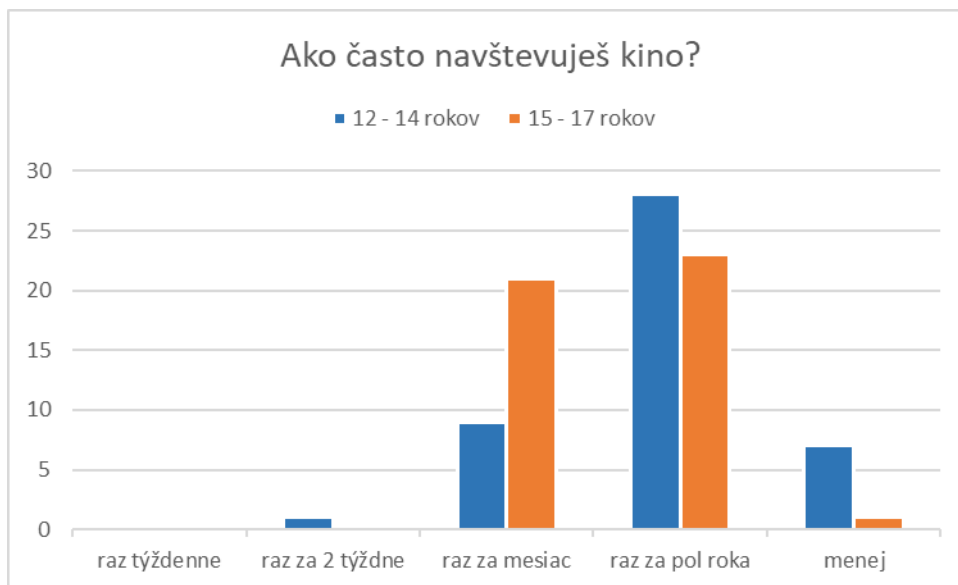
Priložený prieskum bol realizovaný autorkou v marci 2019 dotazníkovou formou na 90 respondentoch vo veku 12-17 rokov. Výskumná vzorka je rozdelená na 45 respondentov vo veku 12-14 rokov a 45 respondentov vo veku 15-17 rokov. Všetci respondenti boli v dobe realizácie študentami 8-ročného gymnázia Omská v Prahe.

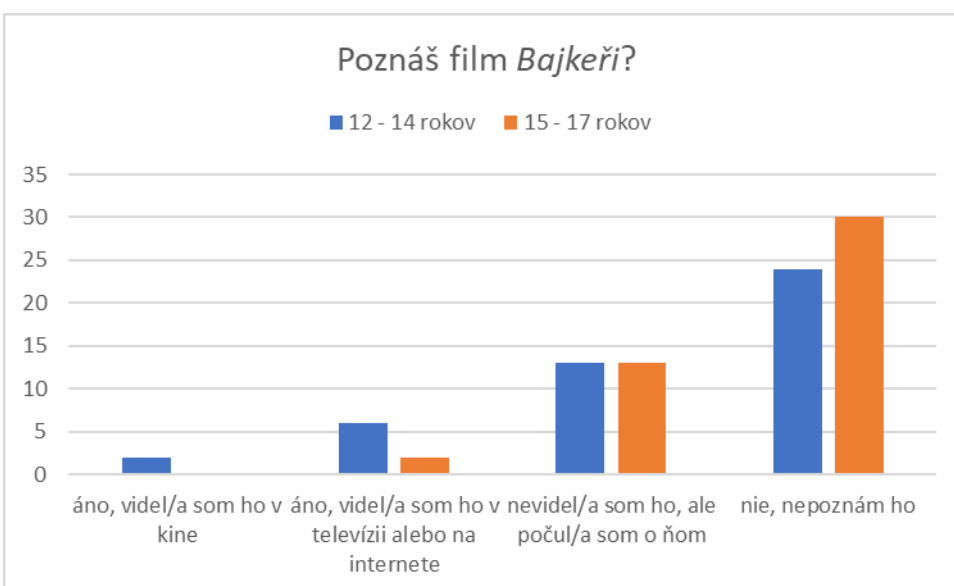
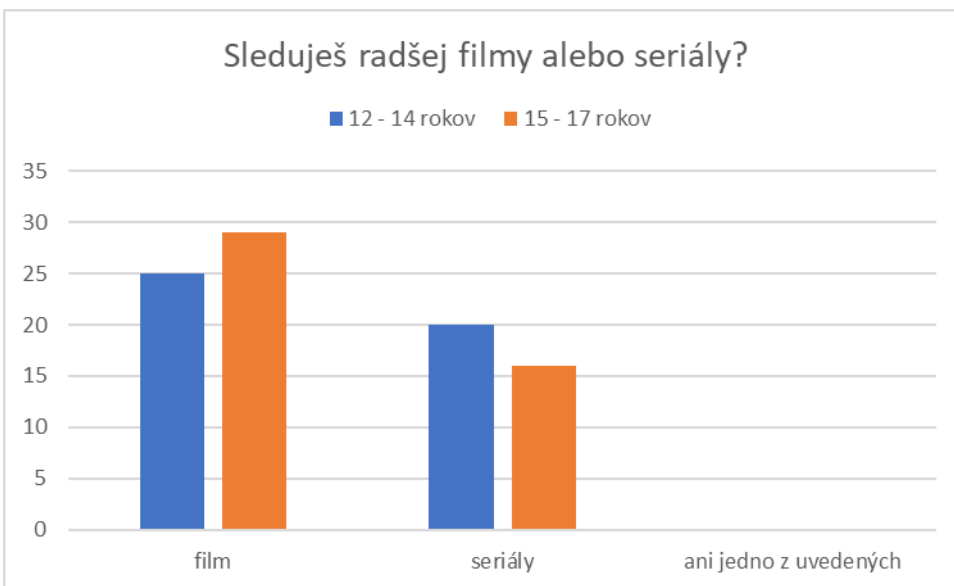
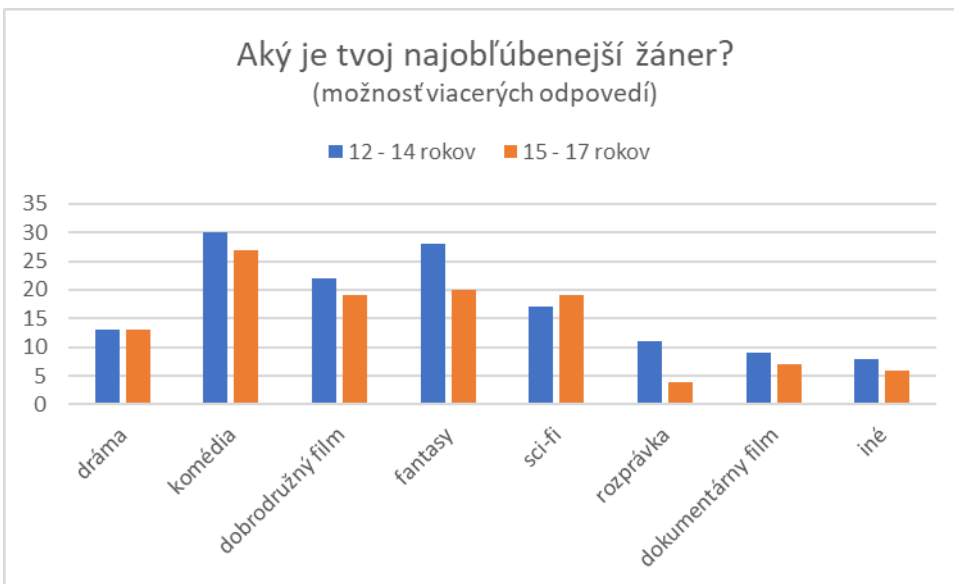
Dotazník bol zložený z dvoch častí. Prvá sa zameriavala na otázky smerujúce k ich diváckym preferenciám. V druhej časti ma zaujímalo, akým spôsobom trávia čas na internete.

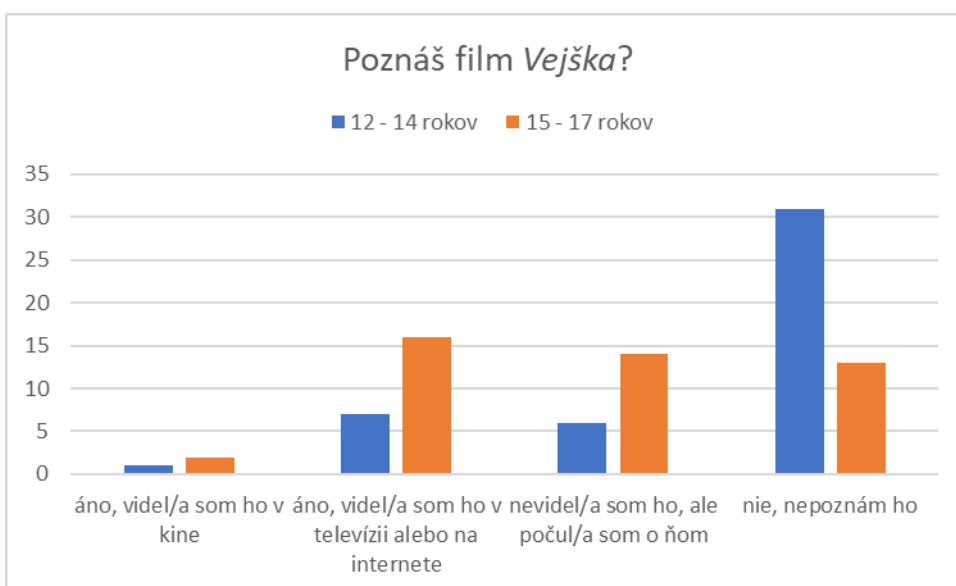
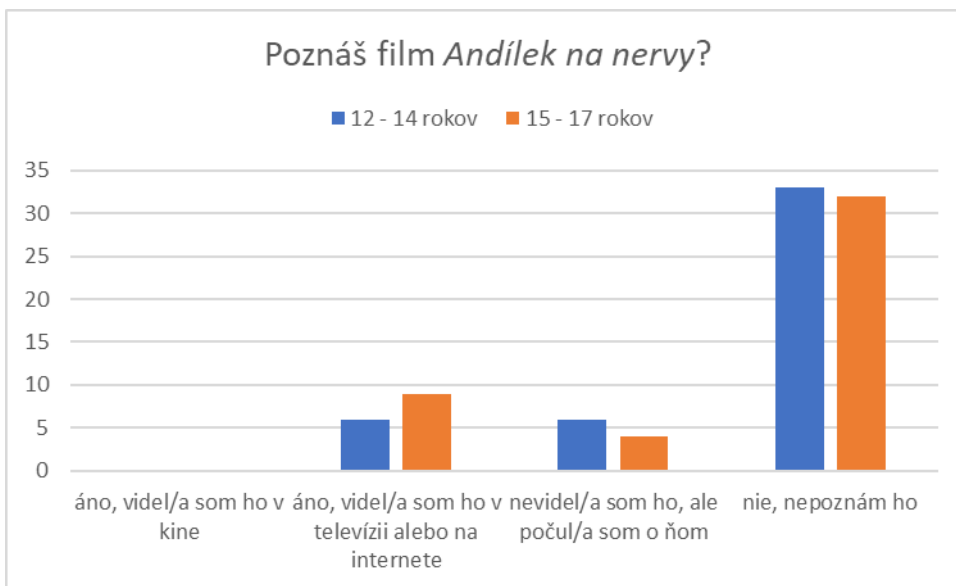
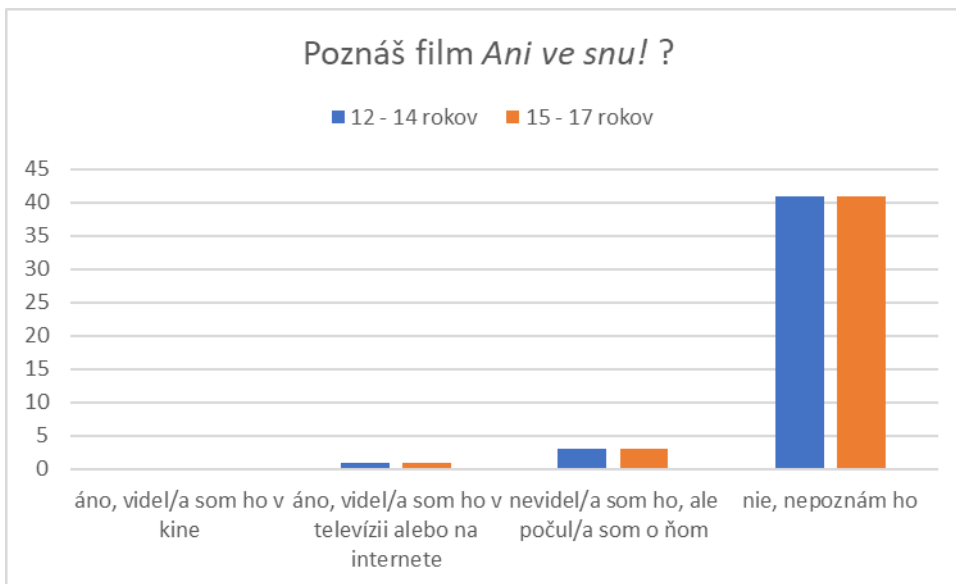
Väčšina otázok dávala možnosť krúžkovať odpovede, v niektorých prípadoch bolo možné označiť viac odpovedí. Dotazník tiež obsahoval dve otvorené otázky, odpovede na ne sú uvedené v závere.

Forma a spôsob zostavenia dotazníka bol konzultovaný s Mgr. Jakubom Šilerom, externým pedagógom Katedry produkce FAMU a Katedry sociologie FF UK, ktorý pracoval 6 rokov v oblasti marketingového výskumu trhu a v súčasnosti je analytikom obsahu internetovej TV Mall.cz.

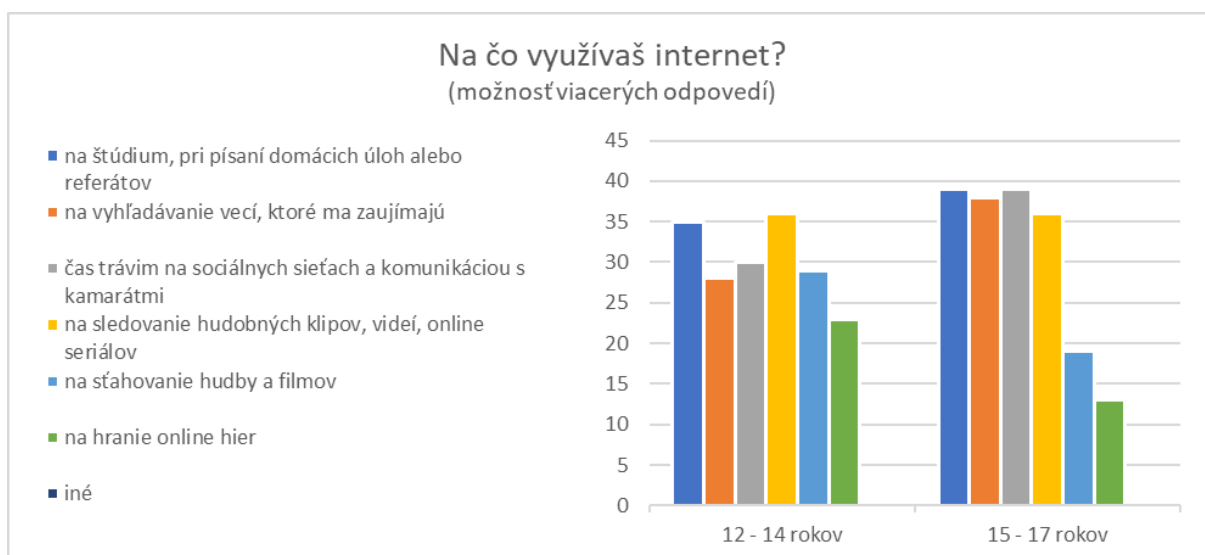
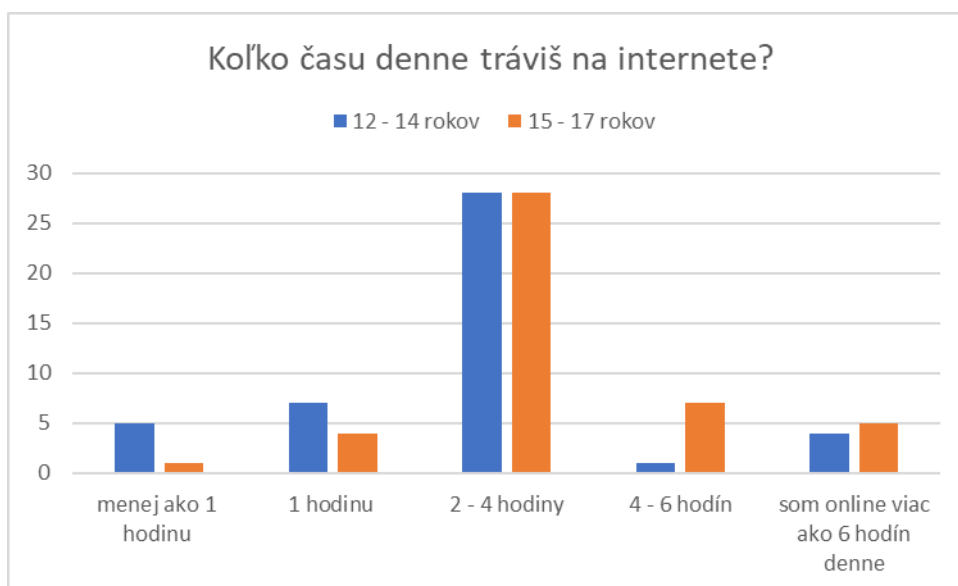
I. ČASŤ – Divácke preferencie

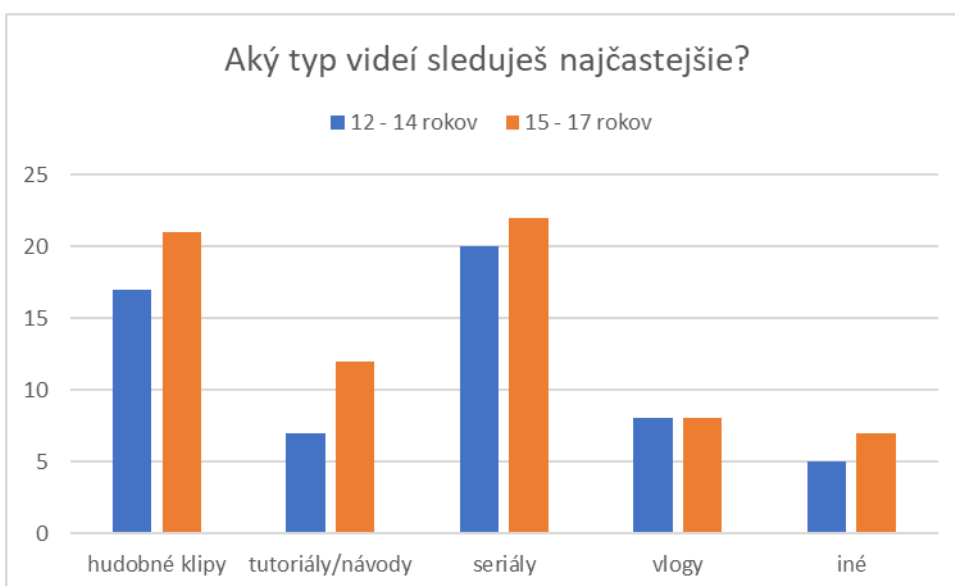
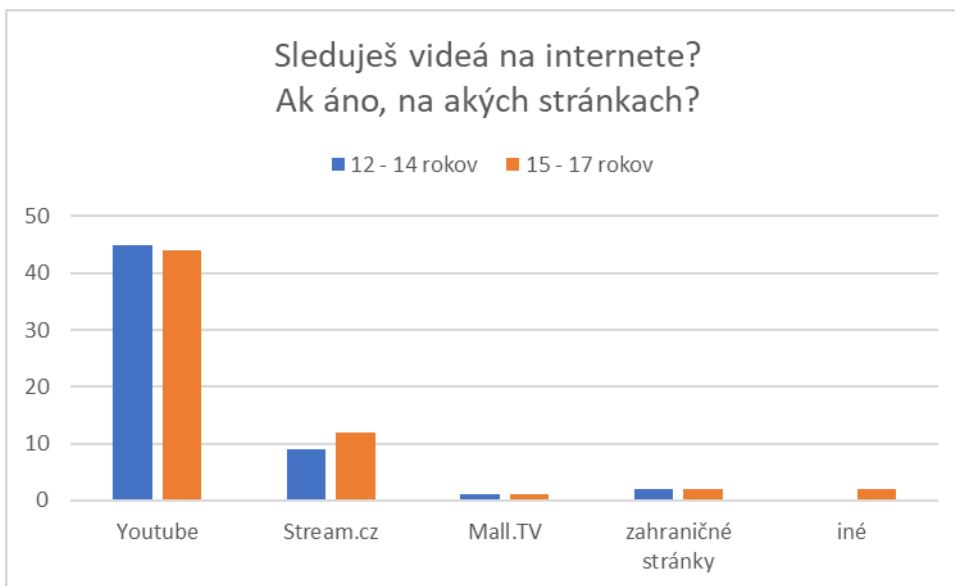
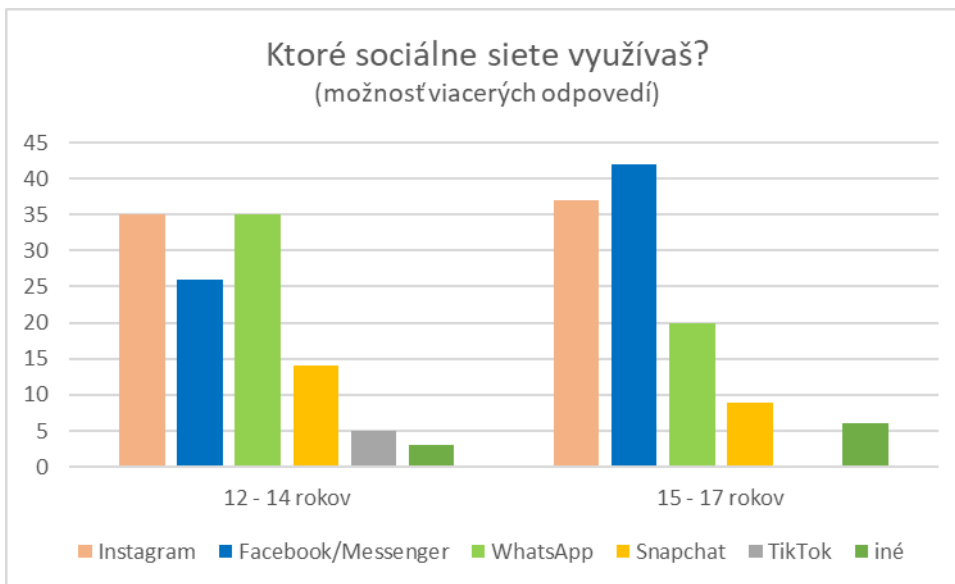






II. ČASŤ – Využitie času strávenom v online prostredí





Otázky s otvorenou odpoveďou :

Aká je Tvoja najoblúbenejšia herečka a aký je Tvoj najoblúbenejší český herec?

Uvedené odpovede boli :

Ondřej Rychlý, Ondřej Vetchý, Jiří Dvořák , Jiří Mádl, David Gránský, Václav Postránecký, Martin Hofman, Ivan Trojan, Viktor Preiss, Miroslav Donutil, Tomáš Měcháček, Patrik Děrgel, Jiří Lábus, Jan Cina, Hynek Čermák, Jiří Langmajer, Zdeněk Godla, Miroslav Donutil, Karel Roden, Martin Hoffman, Pavel Liška, Jiří Krampol, Marián Labuda, Filip František Červenka, Richard Gencer, Jan Vondráček, Vladimír Menšík, Jakub Prachař, Bolek Polívka, Zdenek Svěrák, Ivan Trojan, Jan Komínek, Matej Hádek, Miloš Kopecký, Marek Lambora

Eva Burianová, Jiřina Bohdalová, Pavla Tomicová, Erika Stárková, Eliška Křenková, Tereza Voříšková, Jana Bernášková, Eva Burešová, Jitka Čvančarová, Marta Issová, Klára Melíšková, Iva Pazderková, Tatiana Vilhelmová, Lucie Vondráčková, Hana Vágnerová, Lucie Bílá, Dáda Patrasová, Halina Pavlovská, Jana Štěpánková, Eva Holubová, Jaroslava Obermaierová, Tatiana Vilhelmová, Iva Janžurová, Veronika Kubařová, Aňa Geislerová, Ivana Korolová, Míša Tomešová, Anna Polívková, Zuzana Bydžovská, Simona Stašová, Veronika Arichteva, Simona Babčáková

Pri otázke „**Kde sleduješ videá na internete?**“ bola možnosť uviesť iné. V odpovedi sa niektorí respondenti rozhodli uviesť stránky :

iPrima.cz, iVysílání.cz, najserialy.to, zkouknito.cz, sledujserialy.to, Netflix, Twitch, DVTV.cz, topserialy.to , HBO GO