

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE
FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média
Produkce

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Analýza návštěvnosti českých filmů v letech
2010-2015**

Monika Králová

Vedoucí práce: prof. Mgr. Aleš Danielis

Oponent práce:

Datum obhajoby: 8. 6. 2016

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Datum odevzdání: 12. 5. 2016

Praha, 2016

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE
FILM AND TELEVISION FACULTY

Film, Television and Photographic Arts and New Media
Production

BACHELOR THESIS

Analysis of Czech films attendance in 2010-2015

Monika Kralova

Head of Thesis: prof. Mgr. Aleš Danielis

Opponent of Thesis:

Date of Exam: 8. 6. 2015

Academic degree: BcA.

Date of submission: 12. 5. 2016

Praha, 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

Analýza návštěvnosti českých filmů v letech 2010-2015

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

Praha, dne

.....
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.

ABSTRAKT

Kino patří stále k hlavním místům šíření audiovizuálního obsahu i navzdory jiným, rozvíjejícím se možnostem. Jeho návštěvnost měla v minulosti různé tendence a za poslední rok dokonce vzrostla. Jednou věcí je ale návštěvnost celková, kdežto další stránkou věci je návštěvnost tuzemské tvorby, přičemž právě tato problematika je tématem mé práce.

První část práce se zaměřuje především na výsledky a statistiky týkající se návštěvnosti českých filmů. Konkrétně jde o výsledky návštěvnosti, tržeb a rozdíly mezi klasickými kiny a multiplexy. Jedna kapitola také reflektuje žánry v českém filmu. Následující část je věnována faktorům, které mohou návštěvnost kin ovlivňovat a jejich posouzení s výsledky, uvedené v první části práce. Závěrečná část předkládá shrnutí této analýzy.

KLÍČOVÁ SLOVA

Analýza

Návštěvnost

Kino

Distribuce

České filmy

Český divák

Divácký vkus

ABSTRACT

The cinema still belongs to the main place for distribution of the audiovisual content, despite other growing possibilities. The cinema attendance had various tendencies in the past and it even increased last year. However, one thing is the general attendance and the other one is only the attendance of the inland production - and exactly this issue is the topic of this thesis.

The first part of this thesis is primarily focused on the results and the statistics regarding the attendance of the Czech films. Specifically, it is about the results of the attendance and the revenues, differences between classic cinemas and multiplexes. One chapter is also concerned with the genres of Czech films. The following part describes particular factors which can influence the cinema attendance and these factors are considering the results in the first part. The final part presents the summary of this analysis.

KEY WORDS

Analysis

Attendance

Cinema

Distribution

Czech films

Czech audience

Taste of Audience

Poděkování

Děkuji Aleši Danielisovi za pomoc, cenné rady a připomínky při tvorbě bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD.....	9
1. STATISTIKY A FAKTA	
1.1 Česká tvorba v kinodistribuci.....	10
1.2 Návštěvnost českých filmů a tržby.....	11
1.3 Rozdíly v návštěvnosti mezi mutiplexy a jednosálovými kiny.....	14
1.4 Vliv žánru na návštěvnost.....	16
2. FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁVŠTĚVNOST	
2.1 Úvod ke kapitole.....	18
2.2 Divák, jeho preference a vztah k českému filmu.....	19
2.3 Filmová nabídka.....	28
2.4 Formy šíření ADV obsahu a druhy kin.....	33
2.5 Roční doba.....	35
3. SHRNUÍ ANALÝZY NÁVŠTĚVNOSTI ČESKÝCH FILMŮ	
3.1 Shrnutí analýzy.....	37
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	38
SEZNAM TABULEK	39
SEZNAM GRAFŮ.....	40
SEZNAM PŘÍLOH	40

ÚVOD

Cílem této práce je zmapovat a zanalyzovat návštěvnost českých filmů v kinové distribuci za posledních šest let (období 2010-2015). Na základě vyčleněného a uvedeného počtu let můžeme tvrdit, že ačkoli je rozmezí tohoto období aktuální, je také dostatečně dlouhé především k vytvoření ucelenějšího obrazu o návštěvnosti českých filmů a to prostřednictvím nashromážděných dat a údajů získaných k zanalyzování této problematiky.

V této práci se chci zaměřit především na problematiku návštěvnosti českých filmů z důvodu preference orientace na analýzu současné české tvorby se zaměřením na fakt, jaký má česká tvorba podíl na návštěvnost ve srovnání s ostatními zahraničními produkcemi. Dále mě bude v rámci práce také zajímat pohled českých diváků na tuzemskou tvorbu, jaké je jejich povědomí a vnímání této problematiky, včetně možnosti zjištění, jakým filmovým vkusem daný divák oplývá.

V první části práce se budu zabývat výsledky a statistikami, které se týkají návštěvnosti a tržeb, řešit budu taktéž rozdíly návštěvnosti mezi kiny multiplexovými a kiny jednosálovými, přičemž se následně zaměřím také na zastoupení žánrů českých filmů v kinech. Ve druhé kapitole navážu na výsledky uvedené v kapitole první, především ve spojitosti s faktory ovlivňujícími návštěvnost v kinech. Zaměřím se také více na výsledky konkrétních filmů. Hlavní zdroje, ze kterých vycházím, jsou především výsledky Unie filmových distributorů¹ a sociologické výzkumy zaměřené na filmového diváka (bližší informace v kapitole "Seznam použité literatury").

1. Unie filmových distributorů byla založena v r. 1992 jako zájmové sdružení právnických osob a v červnu 1999 se stala zakládajícím členem (www.ufd.cz)

1. STATISTIKY A FAKTA

1.1 Česká tvorba v kinodistribuci

Pokud se chceme zabírat návštěvností českých filmů v kinové distribuci, je potřeba se nejdříve podívat na fakt, jak celkově silná je česká filmová produkce v porovnání s ostatními zahraničními filmy, které jsou na programu kin. Během období 2010- 2015 mělo v kinech premiéru celkem **279 filmů**, přičemž průměrně za rok to činí **46,5 premiérových filmů**. Od roku 2011 se česká produkce, co se premiér v kinech týče, drží nad 40 filmů za rok. Z historického hlediska lze v porovnání s předchozími obdobími pozorovat nárůst českých premiér. Od poloviny devadesátých let až po prvních pár let druhého tisíciletí se počet filmů pohyboval cca v počtu 15-20 premiér ročně, díky čemuž se držel v podílu nad 10 % ze všech premiérových filmů. Nárůst již zmiňovaných premiér od roku 2011 lze ovšem přičítat tzv. *vlně digitalizace*², která ovlivnila tvorbu nejen domácí, ale i zahraniční. Celkový přehled počtu českých a evropských premiér, včetně všech filmů, je znázorněn v tabulce níže uvedené. Jedná se pouze o filmy, které měly v konkrétním roce premiéru.

Tabulka č. 1

Podíl českých filmů v kinech			
ROK	české filmy	evropské	všechny
2010	37	72	223
	16,60%		
2011	47	54	220
	21,40%		
2012	46	89	234
	19,70%		
2013	47	106	287
	16,40%		
2014	53	91	265
	20,00%		
2015	49	101	262
	18,70%		

Zdroj: Unie filmových distributorů

2. Digitalizace kin znamená nahrazení 35 mm filmových projektorů digitálními technologiemi a zároveň změnu zavedených způsobů distribuce (MKČR, 2009)

1.2 Návštěvnost českých filmů a tržby

Na počátku devadesátých let zaznamenala kina velký propad v podílu návštěvnosti českých filmů. Jednalo se o propad pod 20 % podílu. V následujících letech propad pokračoval až do roku 1999, kdy se v návaznosti na návštěvnost českých filmů podíl vystoupal z 14,3%, z roku 1998, na 25,3%. V prvních pěti letech nového tisíciletí (období 2000-2004) byl průměrný podíl návštěvnosti českých filmů 23,1 %. Celkový pokles návštěvnosti v roce 2004 (9 479 milionu diváků) podíl návštěvnosti českých filmů nesnížil, naopak vzrostl na 25,1% a v roce 2006 dokonce narostl přes hranici 30 %. Nyní se již budeme věnovat blíže stanovenému období 2010-2015.³

Během sledovaného období 2010-2015 přišlo na české filmy do kin celkem **18 334 131 diváků**. Toto číslo zahrnuje nejen návštěvy premiérových filmů, ale i filmů majících premiéru v roce předešlém, či v letech dřívějších. Toto číslo tvoří **25,79 %** z celkové návštěvnosti, což znamená, že každý čtvrtý návštěvník, který se v letech 2010-2015 vydal do kina, si vybral český film. To je ovšem celková sumarizace, níže je uvedena tabulka s konkrétními údaji uvedenými v rámci jednotlivých let.

Tabulka č. 2

POROVNÁNÍ NÁVŠTĚVNOSTI			
ROK	celková návštěvnost	české filmy	český podíl
2010	13 536 869	4 704 239	34,75%
2011	10 789 760	3 077 585	28,52%
2012	11 181 851	2 733 045	24,44%
2013	11 057 559	2 680 697	24,24%
2014	11 558 586	2 754 047	23,82%
2015	12 958 099	2 384 518	18,40%
celkem	71 082 724	18 334 131	25,79%

Zdroj: Unie filmových distributorů

Pokud bychom chtěli hovořit o konkrétním roce, činícím milník v rámci úspěšnosti, jak v pohledu na celkovou návštěvnost, tak i na podíl české tvorby, můžeme říci, že takovým rokem je rok **2010**. Jedná se o celkový vzestup a nejlepší výsledek v celkové návštěvnosti od roku 1993, kdy tehdy kina navštívilo 21 989 200 diváků. Poté následoval v roce 1994 pokles na 12 870 355 diváků.

3. Danielis A., *Česká filmová distribuce po roce 1989*, Iluminace, 2007, č.1, s.53-104

Od této doby se celková návštěvnost pohybovala mezi cca 9 až 12 miliony, ale překročit hranici 13 milionu diváků se podařilo až v roce 2010.

Pokud tedy chceme porovnávat návštěvnost českých a zahraničních filmů, je lepší vycházet z podílu návštěvnosti, než z konkrétního počtu diváků. Celková návštěvnost po rekordu z roku 2010 klesla, poté se však začala znovu pomalu navyšovat a ustaluje se na cca 11 milionech. Minulý rok se podařilo překročit hranici 12 milionů a k překročení 13 milionů zbývalo pouze 41 901 diváků. Obecně tedy můžeme říci, že se celková návštěvnost začíná v posledních 4 letech zvyšovat. Tendence českých podílů na celkové návštěvnosti je ale téměř opačná. Podíl návštěvnosti na českých filmech klesá. Zajímavý je fakt, že seskok po roce 2010 v celkové návštěvnosti neovlivnil natolik český film. Návštěvnost a podíl je nejvyšší v posledních 6 letech.

Zatím zde bylo jednotlivě uvedeno, kolik českých filmů má v kinech v rámci jednotlivých let premiéru a také, jaký je podíl českých filmů na celkové návštěvnosti. Níže je uvedeno porovnání těchto dvou podílů.

Tabulka č. 3

POROVNÁNÍ PREMIÉR A PODÍLU NA NÁVŠTĚVNOSTI		
ROK	podíl na premiérách	podíl na návštěvnosti
2010	16,60%	34,75%
2011	21,40%	28,52%
2012	19,70%	24,44%
2013	16,40%	24,24%
2014	20,00%	23,82%
2015	18,70%	18,40%

Zdroj: Unie filmových distributorů

Na základě výše uvedeného porovnání je zřejmé, že v zásadě žádná výrazná souvislost mezi těmito dvěma údaji není, přičemž nezáleží na počtu filmů, ale na konkrétních titulech. Také je nutné podotknout, že velký nárůst české produkce je zapříčiněn dokumentárními filmy, které byly uvedeny v kinodistribuci, i když se mnohdy jedná o snímky určené spíše pro festivalový trh. Dokumentárním filmům a dalším žánrům je však více věnovaná kapitola 1.5.

Co se týče tržeb českých filmů, tak podíl je v průměru vždy o 2%-5% vyšší, než podíl celkové návštěvnosti.

Tabulka č. 4

POROVNÁNÍ TRŽEB			
ROK	celkové tržby	české filmy	český podíl
2010	1 497 321 770	453 839 475	30,31%
2011	1 209 874 087	301 262 410	24,90%
2012	1 275 596 489	276 556 706	21,68%
2013	1 424 245 647	276 556 706	19,41%
2014	1 462 670 233	319 639 334	21,85%
2015	1 669 176 581	282 787 364	16,94%
celkem	8 538 884 807	1 910 641 995	22,38%

Zdroj: Unie filmových distributorů

V rámci srovnání je žádoucí zjistit, jaký je stav výše uvedených charakteristik u ostatních zahraničních zemí. Podle statistik APA⁴ se ČR umístila v roce 2013 **(24,24 %)** na 6. místě v podílu národních filmů na návštěvnosti. Tomuto žebříčku tradičně dominuje Francie, kde se podíl přibližuje 35 %, dále se na předních příčkách nachází Itálie, Německo a severské země. Podíl národních filmů je tedy v naší zemi v evropském kontextu stále nadprůměrný. Celosvětově se čísla pohybují samozřejmě jinde. Například, dle statistik v roce 2014, je nejúspěšnější evropskou zemí opět Francie, jež dosáhla 44% podílu na návštěvnosti národních filmů, celosvětově však vedou USA a Indie (obě nad 90%), dobře jsou na tom také země Dálného východu - Korea a Japonsko (obě nad 50%) a Turecko s podílem 59%.⁵

4. Asociace producentů v audiovizu (APA) byla založena v roce 1994 a sdružuje producenty a produkční společnosti jak z oblasti českého hraného, dokumentárního a animovaného filmu, tak z oblasti filmového servisu, reklamy a televizní tvorby

5. APA, *Audiovizuální trh v ČR: reprezentativní pohled na současnou populaci*, 2014

1.3 Rozdíly v návštěvnosti mezi multiplexy a jednosálovými kiny

V oblasti porovnání návštěvnosti mezi multiplexovými a jednosálovými kiny hraje důležitou roli faktor programové nabídky jednotlivých kin. V multiplexech se například nehrají starší české filmy a z nabídky českých filmů jsou zde uváděné především ty komerčně orientované. Vycházím pouze z údajů, které mám k dispozici, a to z podrobnějších výsledků za rok 2015, neboť konstruování dat z celkového období 6 let je časově velmi náročné.

V roce 2015 byl podíl českých filmů v návštěvnosti 18,4%, a na tržbách 16,9% (celkově při všech kinematografických představeních). V 202 kinech sledovaných Unii filmových distributorů činí výsledky podílu 17,1% v divácích a 16,4% v tržbách, což znamená, že 1,3% návštěv českých filmů se odehrálo jak mimo klasická kina, tak i mimo multiplexy. V 29 multiplexech je podíl menší než celkový, konkrétně se jedná o 15,3% v divácích a 15,2% v tržbách. Což lze přisuzovat programovému složení filmů v multiplexech a také divácké preferenci návštěvníků multikin, kdy český film, většinou komerčního charakteru, soupeří o pozornost diváka spolu s filmy zahraniční produkce. Naproti tomu v klasických kinech se podíl českých filmů dostal na 25,1% v divácích a na 22,1% na tržbách. Na tento vyšší podíl mají vliv především klasická regionální kina a speciální projekce mimo stálá kina. ⁶

Když se podíváme blíže na výsledky z roku 2015 v jednotlivých pražských kinech, jejichž programové složení filmů je více alternativně orientováno, výsledky podílu jsou ještě nižší, například v řetězci kin propojených s Aerem (konkrétně jde o pražská kina Světozor, Aero, Bio Oko, brněnská Scala a Centrální kino v Hradci Králové) byl podíl českých filmů na návštěvnosti pouze 14,3% a v tržbách 13% . V kinech patřící společnosti Cinemart (Atlas, Evald) dopadla návštěvnost českých filmů o něco lépe, podíl byl 16,6% v divácích a 16,1% v tržbách. Naopak v kině Lucerna byl podíl nadprůměrný, dosáhl 22,8 % v divácích a 18,9% v tržbách. ⁷

6. Statistické údaje UFD

7. Tamtéž

Z výši zmíněných údajů lze konstatovat, že nejlépe se daří takovým českým filmům, jež jsou uváděné v regionálních kinech v ČR a na speciálních projekcích mimo kina klasická (tímto může být například uvedení filmu *Gottland* v roce 2015 na Nákladovém nádraží Žižkov v Praze nebo promítání filmů v tzv. kinokavárnách).

1.4 Vliv žánru na návštěvnost

V následující kapitole se budeme zabývat analýzou žánrové skladby filmové nabídky českých filmů v kinech za období mezi lety 2010-2015, přičemž se na tuto skladbu podíváme v souvislosti s návštěvností. Filmy jsou rozděleny dle žánru na dokumentární, animované, komedie, dramata, thriller/krimi/horror a pohádky. Z celkového počtu 279 filmů, které měly v tomto období premiéru, je nejvíce zastoupen dokumentární žánr a to s podílem 38 % na premiérách. Za ním následují komedie (24,7%) a dramata (23,3%), jejichž podíl je téměř vyrovnán. Mezi méně zastoupené žánry patří animované filmy (5%), krimi/thriller/horror (5%), pohádka (2,5%).⁸

Dominance dokumentu je stabilní, za posledních 6 let vstoupilo do kin celkem 106 dokumentárních filmů, přičemž vzhledem k tomuto údaji můžeme jako rekordní označit rok 2014, kdy bylo v kinech uvedeno celkem 22 dokumentárních filmů. Navzdory silné produkci tohoto žánru je podíl dokumentárních filmů na návštěvnosti nepatrný. Je však nutné zmínit, že většina těchto snímků využívá spíše festivalové a jiné alternativní filmové distribuce. Návštěvnost jednotlivých snímků se pohybuje od stovek diváků přes tisíce, maximálně dosáhne pár desetitisíců. Pouze jedinému dokumentu se podařilo přesáhnout hranice sto tisíc diváků a byl jím snímek Heleny Třeštíkové *Katka* (v roce 2010 ho zhlédlo celkem **125 865 diváků**), což je oproti jiným dokumentům velice nadprůměrné číslo. Pro srovnání, nejúspěšnější dokument roku 2014, *Století Miroslava Zikmunda*, vidělo 36 656 diváků a v roce 2013 byl nejúspěšnější dokument *Šmejdy*, jež vidělo 34 447 diváků, což je téměř čtvrtina oproti snímku Třeštíkové.⁹

Žánrové zastoupení komedií a dramatu je téměř vyrovnané, mnohdy se i samotné filmy pohybují na pomezí těchto dvou žánrů. Lze očekávat, že divácky nejpritažlivější a komerčně nejúspěšnější budou komedie a také výsledky statistik Unie filmových distributorů v tomto směru nepřekvapí. Když se podíváme na výsledky TOP 20 nejnavštěvovanějších filmů v konkrétních letech, objevují se zde především divácky chytlavé komedie se známým hereckým

8. Rozdělení žánrů jsem prováděla sama, především na základě definice uvedené na stránkách ČFTA. U filmů s žánrovým přesahem (například drama/komedie) jsem se přiklonila k jednomu žánru dle vlastního uvážení. Přesné rozdělení konkrétních filmů je uvedeno na konci práce v Příloze č. 1.

9. Statistické údaje UFD

obsazením. Zajímavý je ale fakt, že se vždy umístil mezi třemi divácky nejúspěšnějšími filmy český film. Tento jev trval nepřetržitě od roku 2003, kdy v roce 2002 byl nejnavštěvovanějším českým filmem *Mach, Šebestová a kouzelné sluchátko*, jež byl v celkovém pořadí osmý. Až v minulém roce, 2015, se žádný český snímek nedostal ani do TOP 10. Diváky nejnavštěvovanějším českým filmem byla komedie *Život je život* Milana Cieslara se 258 274 diváky. Do TOP 20 se ještě z českých filmů dostal *Fotograf*, s výsledkem 201 053 diváků obsadil celkově 12. místo.¹⁰

Níže je uveden stručný přehled, kolik českých filmů se v posledních letech dostalo do TOP 20 a o které konkrétní snímky přesně šlo.

Tabulka č. 5

Umístění českých filmů v TOP 10		
ROK	počet titulů	tituly a jejich celkové umístění
2010	5	Ženy v pokušení (1)
		Kájínek (3)
		Román pro muže (6)
		Doktor od Jezera hrochů (8)
		Kuky se vrací (9)
2011	3	Muži v naději (1)
		Lidice (4)
		Perfect Days (10)
2012	3	Líbáš jako dábel (2)
		Okresní přebor- Poslední zápas Pepiho Hnátka (7)
		Láska je láska (8)
2013	5	Babovřesky (1)
		Příběh kmotra (4)
		Čtyřlístek ve službách krále (5)
		Revival (8)
		Křídla vánoce (9)
2014	3	Tři bratři (1)
		Babovřesky 2 (6)
		Něžné vlny (7)
2015	0	

Zdroj: Unie filmových distributorů, Přehledy a statistiky: TOP 50 roční výsledky

10. Statistické údaje UFD

2. FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁVŠTĚVNOST

2.1. Úvod ke kapitole

Faktorů, které mohou ovlivnit návštěvnost kin, je celá řada, vzájemně se sebou souvisí a doplňují se. Nelze tvrdit, že ačkoli zde platí určité předpoklady a tendence ovlivňující návštěvnost, tak se jedná o stanovené dogma. Nachází se zde faktory sociodemografického charakteru, kam spadá například samotný divák (například věk, pohlaví, sociální status, bydliště). Dalším významným faktorem je programová nabídka kin, která úzce souvisí s divákem a jeho preferencemi. Pokud tedy tvoří program v kinech v konkrétním roce divácky silné tituly, divák na tento fakt poměrně rychle zareaguje. I když zde fungují i například okolnosti ekonomického charakteru a vliv ročního období, ne vždy se musí výrazně projevit v návštěvnosti jednotlivých snímků.

Další věcí je, že i z výčtu faktorů ovlivňující návštěvnost v kinech, nelze všechny posuzovat v přímé souvislosti s návštěvností českých filmů. Jedním z těchto faktorů je například výše vstupného, jež se v posledních 6 letech sice měnila, ale opravdu minimálně a to v řádu jednotek. Pro zajímavost lze v souvislosti s českými filmy uvést informaci, že průměrná cena vstupného na český film vychází o 10 Kč méně než na film zahraniční.¹¹ Důvodem tohoto zapříčinění je vyšší návštěvnost českých filmů v menších jednosálových kinech, kde jsou ceny vstupného nižší než v multiplexech.

Tabulka č. 6

Vývoj ceny vstupného	
2010	121,65 Kč
2011	128,83 Kč
2012	131,05 Kč
2013	128,80 Kč
2014	126,80 Kč
2015	128,81 Kč

Zdroj: Unie filmových distributorů

V této kapitole se zaměřím pouze na vybrané faktory, jež lze lépe analyzovat ve spojitosti s filmy českými. Z uvedených faktorů se budu zabývat filmovým divákem a programovou nabídkou kin, pozornost zaměřím také na druhy kin a vliv ročního období.

11. Statistické údaje UFD

2.2 Divák

Filmový divák představuje jeden z hlavních sociologických faktorů návštěvnosti kin. V českém prostředí patří téma sociologie filmu a filmového diváctví k minoritním objektům zájmu, přesto lze najít několik studií, které se zabývají sociodemografickým složením návštěvníků kin i jejich postojem k české filmové tvorbě. První reprezentativní výzkum byl proveden v roce 1960 Karlem Moravou, organizátorem Ústřední půjčovny filmů, druhý proběhl na sklonku 60. let, Ivem Pondělníčkem a opět Karlem Moravou. Na tomto druhém výzkumu je zajímavé, že se zabýval srovnáním dvou skupin diváků- běžní diváci a diváci filmových klubů, přičemž je však nutné zmínit, že tento průzkum nebyl uskutečněn jako reprezentativní, což znamená, že nezohledňoval celou tehdejší československou populaci, neboť z tohoto průzkumu byli vyřazeni ti, kteří kino nenavštěvovali vůbec. Další výzkumy byly provedeny v roce 1978 a v roce 1991, kde se zkoumala také třídní a sociální struktura. V tomto období lze zaznamenat trvalý pokles v pravidelnosti návštěvy kina, což je pravděpodobně zapříčiněno rozšířením VHS a domácích přehrávačů do českých domácností. Také lze v těchto průzkumech spatřovat i určitý vliv vzdělání na návštěvnost kina. Nyní se blíže podíváme na novodobější průzkumy v této oblasti. V roce 2007 byl proveden výzkum ISSP (International Social Survey Programme)¹². Poměr návštěvníků kin, kteří nenavštěvují kino vůbec (41%) a kteří ho navštěvují několikrát ročně (46%), je téměř vyrovnaný. Nejmenší podíl tvoří nadšenci, kteří do kina zamíří několikrát měsíčně (12%). Z toho lze usoudit, že kino navštěvuje více jak polovina české populace.¹³

Podobný výzkum MML-TGI¹⁴, uskutečněný společností Median v roce 2010, předkládá obdobné výsledky- 42% procent Čechů navštívilo kino alespoň jednou za posledních dvanáct měsíců, přičemž za pravidelné návštěvníky kin se označilo 11,8 % z nich.¹⁵

12. Mezinárodní program sociálního výzkumu, v současné době nejrozsáhlejší kontinuální výzkumný program, který je zaměřen na zkoumání postojů a hodnot

13. Vávra, M., Čížek, T., Špaček, O., *Český filmový divák. Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*, Iluminace, 2010, č. 4, s. 111-112

14. Market & Media & Lifestyle – TGI (Target Group Index), výzkum spotřebního a mediálního chování a životního stylu populace

15. Stříteský, V., Hanzlík, J., Karlíček, M., *Čeští návštěvníci kin z pohledu filmového marketingu*, Iluminace, 2013 č.2, s. 38

Nyní se podíváme na věkové složení a vzdělání filmových návštěvníků na základě údajů zjištěných v rámci výzkumu z roku 2007. Co se týče porovnání věkového zastoupení, zde se nám objevuje nejvýrazněji skupina **18-29 let** a vliv rostoucího věku na klesající návštěvnost v kinech. U vazby návštěvy kina na vzdělání se opakuje tvrzení z předešlých výzkumů- vyšší vzdělání má souvislost s vyšší frekvencí návštěvy kina.¹⁶

Tabulka č. 7

Návštěva kina podle věku respondenta			
Věk	Několikrát měsíčně	Několikrát ročně	Nikdy
18-29 let	32,60%	55,00%	12,40%
30-39 let	9,20%	64,60%	26,20%
40-49 let	5,80%	55,60%	38,70%
50-59 let	5,40%	43,60%	51,00%
60-69 let	1,20%	25,10%	73,70%
70-79 let	1,90%	10,50%	87,60%

Zdroj: ISSP, 2007 in Vávra, Čížek, Špaček, *Český filmový divák: Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*

Tabulka č. 8

Návštěva kina podle vzdělání respondenta			
	Několikrát měsíčně	Několikrát ročně	Nikdy
ZŠ	10,90%	28,40%	60,70%
SŠ bez maturity	8,10%	44,40%	47,40%
SŠ s maturitou	17,90%	56,60%	25,50%
VŠ	13,80%	62,10%	24,10%

Zdroj: ISSP, 2007 in Vávra, Čížek, Špaček, *Český filmový divák: Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*

Ve výzkumu z roku 2010 uvedlo z 42 % dotazovaných, že alespoň jednou v roce navštívilo kino, ovšem opakovanou návštěvnost v kinech uvedlo pouze 11,8% respondentů. Nyní si blíže popíšeme strukturu této skupiny - pravidelných návštěvníků kin. Nejvíce dominantní je kategorie mladistvých 16-24 let (18,7%), druhou nejvýše zastoupenou věkovou skupinou byla mladší kategorie 12-15 let (17,4%) a pak až teprve střední věková kategorie 25-34 let (13,9%). Problém této metody tkví však v tom, že ve výsledku není zohledněno celkové zastoupení konkrétních věkových skupin v celkové české populaci. Když se vezme tato skutečnost v úvahu, tak se výsledky poněkud liší a na prvním místě je, co se týče

16. Vávra, M., Čížek, T., Špaček, O., *Český filmový divák. Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*, Iluminace, 2010, č. 4, s. 113-115

pravidelných návštěvníků kin, střední věková kategorie 25-34 let (22,8 %), za ní následuje věková kategorie 16-24 let (21,6%), u vyšších věkových kategorií je podíl nižší, nejmenší je u nejvyšší věkové kategorie 65-79 let. Z obou způsobů zpracování dat se jeví jako důležitá věková skupina mladistvých 16-24 let, ve které jsou ale dle studií i určité výkyvy - například mezi 18-19 rokem, kdy většina studentů ukončí studium na střední škole, následně pokračuje ve studiu na vysoké škole, či nastupuje do zaměstnání. V souvislosti s těmito změnami již nemá tato věková skupina tolik času k volnočasovým aktivitám, jakými je již zmiňovaná návštěva kina. Co se týče pohlaví, tak kino navštěvují o něco více muži než ženy, ale tento rozdíl vycházející na 1% je v rámci pravidelných návštěvníků kin téměř zanedbatelný.¹⁷

Srovnání výše příjmů a návštěvy kina může být zavádějící, protože určitý podíl pravidelných návštěvníků kin tvoří mladiství, jejichž samotné příjmy nejsou žádné nebo velmi nízké. V těchto případech hrají roli spíše celkové finanční příjmy celé domácnosti. Mezi více frekventované návštěvníky kin patří hlavně příslušníci vyšších společenských tříd.

Určitý vliv má na návštěvnost kin také místo bydliště, jelikož velký podíl častější návštěvnosti tvoří lidé žijící ve velkých městech. Nižší podíl se projevuje u lidí žijících v malých obcích, přičemž nadprůměrný podíl je zaznamenán v menších městech. Výsledky nejsou překvapující - u velkých měst zde rozhoduje především vysoká dostupnost kin, avšak je zde daleko vyšší konkurence co se týče různých druhů kulturních akcí a volnočasových aktivit. U menších měst je ve prospěch kina výhodou nízká konkurence jiného kulturního využití.

Tabulka č. 9

Velikost bydliště	Návštěva kina				
	Nadšenci	Pravidelní	Občasní	Příležitostní	Laxní
Méně než 1000 obyvatel	12,5	11,9	13,4	16,1	16,3
1 000-4 999 obyvatel	19,8	18,2	18,4	18	17,6
5 000-19 999 obyvatel	19,2	16,9	17,7	16,1	21,4
20 000- 99 999 obyvatel	20,9	23,3	22	22	25,5
Více jak 100000 obyvatel	27,5	29,7	28,5	27,8	19,1

Zdroj: Data MML- TGI ČR 2010, Median, 2011 in Stříteský, Hanzlík, Karlíček, *Čeští návštěvníci kin z pohledu filmové marketingu*

17. Stříteský, V., Hanzlík, J., Karlíček, M., *Čeští návštěvníci kin z pohledu filmového marketingu*, Iluminace, 2013, č. 2, s. 38-39

Poznámka: Rozdělení diváků dle četnosti v návštěvách kina: Nadšenci - minimálně 2x měsíčně, Pravidelní - alespoň 1x měsíčně, Občasní - 1x za 2-3 měsíce, Příležitostní - 1x za 4-6 měsíců, Laxní - méně než 1x za půl roku

Na začátku této kapitoly bylo uvedeno několik faktů charakterizujících diváka víceméně spíše z pohledu demografického. Zatím nebyly zmíněny mnohé informace týkající se postojů a hodnot diváka. Bohužel neexistuje mnoho studií, které by této problematice věnovaly větší pozornost. Vycházím tedy z údajů studie "*Distinkce a hodnoty*"¹⁸ realizované v roce 2008 sociologem Jiřím Šafrem. Ve studii byl částečně zkoumán vliv na kulturní povědomí a orientaci v této oblasti ve spojitosti s rodinným zázemím. Součástí výzkumu byl i test z kulturního přehledu. Bylo prokazatelně zjištěno, že aktivity v dětství a demokratická výchova mají vliv na správnost odpovědí v kulturním přehledu, zatímco lhostejná výchova spíše správnost odpovědí snižovala. Zajímavý je poznatek, že autoritářská výchova úspěšnost v odpovědích nikterak neovlivňuje.¹⁹

Souvislost s častějším chozením do kina lze spojit i s větší inklinací k aktivitám mimo domov, jakými je například návštěva kavárenských zařízení nebo jiných kulturních akcí. Tento fakt nám může lépe objasnit zjištění, že dle věku jsou nejčastějšími návštěvníky kin zástupci mladší věkové kategorie (dle obou studií z roku 2007 a 2010 činí věkové rozpětí 16-29 let), kteří mají všeobecně více prostoru a času k provozování těchto aktivit. Na druhé straně, u mnohých z nich vazba k častým aktivitám přetrvává až do dospělosti, přičemž tento postoj, související se způsobem trávení volného času, může mít mnohdy větší význam, než sociodemografická klasifikace návštěvníků kin.

Níže jsou uvedeny výsledky průzkumů týkajících se postojů k volnočasovým aktivitám a k zájmovým oblastem ve spojení s návštěvou kina. Z těchto statistik je patrné, že větší vazba ke kulturním aktivitám má velký vliv na četnost návštěvy kina a že návštěva jiného kulturního zařízení (například divadla), nemusí být nutně považována za přímou konkurenci kinu.

18. Konkrétně Šafr J., „Úvod: "Distinkce & hodnoty 2008" - výzkum sociální reprodukce a diferenciací hodnotových struktur

19. Vávra, M., Čížek, T., Špaček, O., *Český filmový divák. Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*, Iluminace, 2010, č. 4, s. 117-122

Tabulka č. 10: Obvyklost aktivit provozovaných s rodiči v době dospívání

	Velmi často	Často	Občas	Zřídka	Nikdy
Návštěvy zoologických a botanických zahrad	6,6	21,3	41,6	24,7	5,8
Chození do kina	0,8	12,2	44,1	29,1	13,8
Návštěvy kulturních akcí	3,1	13,5	37,6	35	13,4
Návštěvy sportovních akcí	3,1	9,5	23	28,9	35,3
Návštěvy koncertů populární a folkové hudby	0,4	4,3	17,8	32,9	44,6

Zdroj: Šafr, *Distinkce a hodnoty*, 2008 in Vávra, Čížek, Špaček, *Český filmový divák: Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*

Tabulka č. 11: Vztah návštěvnosti kin a vybraných kulturních aktivit

	Nadšenci	Pravidelní	Občasní	Příležitostní	Laxní
Rád/a čtu poezii	18,3	11,7	11,3	12,7	9,9
V televizi si vybírám pořady o umění	15,2	11,4	14,9	14,7	13,1
Vyhledávám filmy českých a zahraničních režisérů	43,3	40,6	36,3	31,6	31,3
Zajímám se o vážnou hudbu	20,4	15	12,9	14,4	12,7
Miluji obrazy	27	20,5	19,3	23,9	19,3
Zajímám se o architekturu	17,9	20,2	16,5	13,9	12,3
Návštěva divadla mi vždy udělá radost	45,2	43,2	43	38,5	39,1
Ve volném čase navštěvuji kulturní akce	40,3	31,5	23,9	20,3	16,4

Zdroj: Data MML- TGI ČR 2010, Median, 2011 in Stříteský, Hanzlík, Karlíček, *Čeští návštěvníci kin z pohledu filmového marketingu*

Výše bylo nastíněno několik základních rysů, jakými lze charakterizovat návštěvníky kin. Jelikož se tato práce zabývá primárně návštěvností filmů českých, budeme se i nadále v této kapitole věnovat vztahu českého diváka k českému filmu. Neexistuje mnoho studií a průzkumů, které by se přímo věnovaly postojům diváků k české filmové tvorbě. V roce 2013 byl proveden pro potřeby APA průzkum agenturou Millward Brown, který alespoň částečně tuto oblast diváckého zájmu zahrnuje. Dle výsledků studie APA je hodnocení českého filmu filmovými diváky nadprůměrné. Je vnímán jako jedinečný (78% dotazovaných), kvalitní (88%), mající dlouhodobou tradici (84%). Pokud se podíváme na filmy, které dotazovými nejvíce utkvěly v paměti, zde se poněkud rozchází přívlastek českého filmu jakožto "kvalitního". Jsou zmiňovány především filmy jako *Babovřesky*, *Kameňák* ("*...nezapomenutelné scény, úžasné hlášky, skvělé herecké obsazení*"²⁰), *Pohádkář* ("*...herecký výkon Evy Herzigové, Ani Geislerové, Jiřího Macháčka... Je to o ženě jako já.*"²¹). Zatímco u zahraničních

20. Výpovědi účastníků průzkumu, APA, *Audiovizuální trh v ČR: reprezentativní pohled na současnou populaci*, 2014

21. Tamtéž

filmů tvoří velkou část atraktivity filmové efekty, kaskadérské kousky a velkolepá výprava, u českého filmu jsou za jeho přednosti brány především divákům známé prostředí, charaktery postav a český specifický smysl pro humor. Diváka u českého filmu nejvíce upoutá herecké obsazení (67%), což nám potvrzují jak výsledky statistik, kde nejvíce navštěvovanými českými filmy jsou ty s velmi známým hereckým obsazením, tak i například výše uvedené filmy. Jako druhý nejvíce zmiňovaný faktor, který u diváka rozhoduje při volbě filmu, je filmový žánr (54%). Ze žánru jsou nejvíce jmenované komedie a romantické filmy, což opět potvrzují výsledky návštěvnosti českých filmů. Pozitivní je ale motiv podpory českého filmu (26%), naopak ne už tolik pozitivní je tvrzení, že jako přímý motiv k návštěvě českého filmu v kinech je záruka kvality (12%), což mírně odporuje úvodnímu vyjádření o českém filmu všeobecně, jakožto o filmu, který je kvalitní.²²

Proto je zajímavé, že hlavním motivem k návštěvě českého filmu není primárně očekávání záruky kvality. Vysvětlením může být však fakt, že většina diváků navštěvující kina, především komerčnější tituly, velkou kvalitu neočekává a ani nehledá. Dominuje zde spíše potřeba zábavy, odpočinku, odreagování - více než potřeba kulturního vyžití a obohacení.

Tendence filmového vkusu lze částečně vysvětlit tzv. "*teorií kulturního všežroutství*". Touto teorií, spadající do oblasti sociologie umění, se poprvé začali zabývat na počátku 90. let sociologové Richard Peterson a Roger Kern²³. Tito lidé poprvé definovali určitou transformaci společnosti, kdy už neplatí, že lidé s vyšším společenským postavením, vyšší vzdělaností, či vyšším kulturním povědomím například poslouchají pouze vážnou hudbu. Naopak tito lidé preferují určité žánry a styly od umělecky hodnotných, přes populární, až po styly nižší hodnoty. Spektrum jejich výběru je tedy poměrně široké. Tímto tématem se v české sociologii zabýval Jiří Šafr ve své práci "*Životní styl a sociální třídy: vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu a spotřeby*"²⁴. Nefunguje zde tudíž už model: mezi "*nekulturní masou a kulturní elitou*", nýbrž vkus lidí s vyšším postavením se stává všestrannějším a rozmanitějším. Jako jednu příčinu

22. APA, *Audiovizuální trh v ČR: reprezentativní pohled na současnou populaci*, 2014

23. Konkrétně Peterson R., Kern R. *Changing highbrow Taste: From snob to Omnivore*, American Sociological Review, 1996

24. Konkrétně Šafr J., *Životní styl a sociální třídy: vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu a spotřeby*, Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2008

tohoto jevu uvádí Peterson například globalizaci a světovou mobilitu.²⁵

*"Kulturní všežrouti jsou tedy ideálními pracovníky ve vedoucích a manažerských funkcích, přičemž ovšem není podstatné, jaké žánry sami skutečně preferují, ale jaké znají a jsou o nich schopni hovořit."*²⁶

Jak již bylo uvedeno výše, vyšší úroveň filmu neznamena vyšší diváckou pozornost. Divácký vkus je různorodý, vyšší vzdělání a postavení nemusí nutně odpovídat vytríbenějšímu vkusu. Oblast českého vkusu zde byla analyzována zatím pouze z všeobecné perspektivy. Další možnou perspektivou (můžeme ji i nazývat "pod-oblastí" českého vkusu) je vkus diváka, který projevuje větší zájem o filmovou tvorbu, například z historického hlediska. Podobnému jevu se věnoval už zmíněný výzkum z konce 60. let, kdy se porovnávali tzv. "běžní diváci" a diváci filmových klubů. Průzkumů definujících český vkus vzniklo pomálu a těch, které by se věnovaly filmovým "nadšencům", je ještě méně. Z aktuálnějších zdrojů mi proto přijdou zajímavé výsledky hodnocení filmů na Česko-slovenské filmové databázi²⁷. Nejdříve je nutné zdůraznit, že níže uvedené informace nejde generalizovat a týkají se opravdu pouze určité skupiny lidí, kteří se sdružují na filmovém portálu ČSFD.cz. Dalším problémem, který se podle mého názoru vyskytuje při výsledků hodnocení jednotlivých filmů, je i ovlivnění uživatele při hodnocení snímku již stávajícím výsledným hodnocením od ostatních uživatelů.

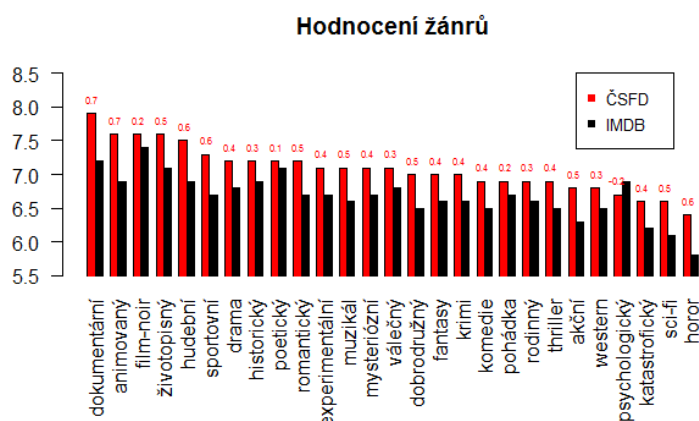
Dle žánrů je nejvýše hodnocen uživateli ČSFD dokumentární film. Ve srovnání se světovou datábazí se v tomto směru rozcházejí. Dokumentární film je v českém kontextu nejvíce produkováným žánrem v distribuci a i dle "zasvěcenějších" filmových diváků velmi kvalitní. Ve výsledcích průzkumu APA, v oblasti oblíbenosti žánrů, dokumentární film nebyl vůbec zahrnutý. Nelze tudíž toto hodnocení porovnat s výsledky ČSFD a lze jen spekulovat nad tím, zda se žánr dokumentárního filmu objevil v dotazovaných žánrech.

25. Tuháčková E., *Ekonomické aspekty popkultury*, Praha: FPH VŠE v Praze, Bakalářská práce, 2011

26. Paulíček, M., *Nikdo se neodvází říci, že je to nudné. Sociologie vysokého a nízkého umění*, Praha: SLON, 2012 in Arts Lexikon

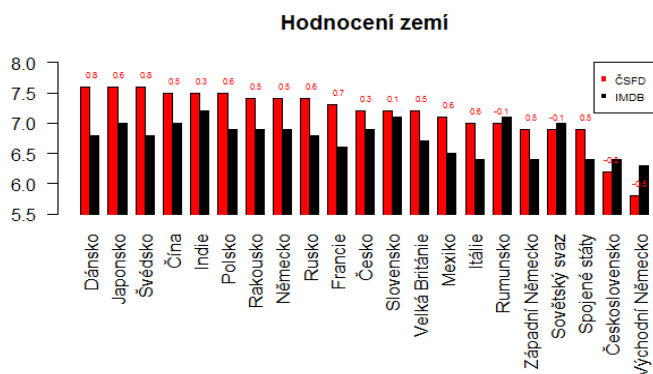
27. Česko-Slovenská filmová databáze (zkracována na ČSFD.cz) je internetový portál pro filmové fanoušky, jejichž příspěvky – především hodnocení a recenze filmů – jsou veřejné a z obsáhlé databáze filmů tvoří mapu jejich kvality napříč žánry a historickými etapami.

Graf č. 1 (Zdroj: Boček, J., *Český filmový vkus: milujeme dokumenty a Skandinávii, nebaví nás psychologie a východní blok*, www.data.blog.ihned.cz, 16. 8. 2013)



Hodnocení českých filmů se v rámci ČSFD přímo neshoduje s výsledky studie APA. Jako nejlepší filmy jsou vyhodnoceny filmy skandinávské a také snímky z jihovýchodní Asie (Japonsko, Čína, Indie). Nejhůře jsou na tom snímky bývalého východního bloku (Československo, Východní Německo a Sovětský svaz), což lze také přisuzovat politické historii naší země, neboť na zahraničním portálu IMDB dopadly tyto země mnohem lépe. Špatného hodnocení dosahuje také americká produkce. Pozice českého filmu se umístila podprůměrně, v souvislosti s faktem, že se jedná o domácí produkci.

Graf č. 2 (Zdroj: Boček, J., *Český filmový vkus: milujeme dokumenty a Skandinávii, nebaví nás psychologie a východní blok*, www.data.blog.ihned.cz, 16. 8. 2013)



V kontextu hodnocení filmů na internetových databázích je ale potřeba poznamenat, že „*čeští diváci jsou konfrontováni prakticky s veškerou domácí tvorbou bez ohledu na její kvalitu, na druhé straně jsou konfrontováni jen s velmi úzkým výběrem zahraniční tvorby.*“²⁸ Lze tedy předpokládat, že pokud by uživatelé ČSFD hodnotili širší spektrum filmů, například asijské tvorby, jejich průměrné hodnocení by kleslo.²⁹

28. Danielis A., osobní rozhovor, 2016

29. Tamtéž

2.3 Filmová nabídka v kinech

V této kapitole se budeme věnovat již výše zmíněným filmovým žánrům, ale taktéž se podíváme na typy filmů dle rozdělení, zda jde o snímek spíše komerčního charakteru nebo se jedná o alternativní film. Pro zdůvodnění, proč je logické porovnávat z pohledu programové nabídky filmy nejen podle žánru, ale také z hlediska typu filmu, se hodí citace Ivana Hronce, zakladatele distribuční společnosti Film Europe, z rozhovoru o festivalu Be2Can: *"Srovnávat artový film s komerčním je jako porovnávat billboard s obrazem."*³⁰

Nejdříve je potřeba si definovat celkové charakteristiky snímků, které můžeme považovat za komerční a které za artové. Pojem artový film se poprvé objevuje ve 20. letech a postupně vzniklé definice se sice mírně liší, ale v zásadě jsou všechny založené na vymezení se proti mainstreamu.³¹

Kniha "Cinema as Art" cituje: *„Obecně lze říci, artový film – jakkoliv spadá pod kategorii experimentální, avantgardní či umělecký film - je film, který se odlišuje od komerce, mainstreamu prostřednictvím estetická, ideologických a politických prostředků."*³² Dále zde funguje také úhel pohledu z hlediska vzniku samotného díla: *"Artový film je termín, který obvykle používáme pro filmy, kde režisér disponuje vysokým stupněm kontroly a dohledu nad procesem natáčení filmu a tak může být na filmy pohlíženo jako na osobní expresi"*.³³ Aleš Danielis artové filmy definuje jako *„alternativní a zajímavá díla, často jdoucí mimo hlavní proud"*.³⁴

Komerční neboli mainstreamové snímky (doslova snímky hlavního proudu) jsou snímky odpovídající vkusu většiny, což se může odrážet například v tématu filmu, žánru i hereckém obsazením, což nám potvrzují i výsledky konkrétních filmů.

30. Král, L., *Ivan Hronec: „ Srovnávat artový film s komerčním je jako porovnávat billboard s obrazem."*, kinobox.cz, 7. 10. 2014

31. Hayward, Susan, *Cinema Studies: the key concept*, 2001 in Kafuňková Martina, *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*, 2011

32. Young, Paul, Duncan, Paul, *Art Cinema*, 2009, *What is Art Cinema?* in Kafuňková Martina, *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*, 2011

33. Nelmes, Jill, *An introduction to film studies*, 2003 in Kafuňková Martina, *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*, 2011

34. Hanzlík, Jan, *Projekce artových filmů v multikinech: Poznámky k programům kin Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl*, 2009 in Kafuňková Martina, *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*, 2011

Níže jsou uvedeny tři české nejnavštěvovanější filmy každého roku a počet diváků, kteří filmy daný rok zhlédli. Dva nejnavštěvovanější filmy celého analyzovaného období byly uvedeny ve stejném roce: 2010, největším diváckým hitem se stala komedie Jiřího Vejdělka "Ženy v pokušení", jenž jako jediný snímek překročil milionovou hranici v návštěvnosti. Slabým rokem v návštěvnosti byl naopak rok 2015, kdy se ani jeden český film nedostal přes hranici 300 000 diváků. Většina těchto komerčně úspěšných filmů obsahuje několik společných prvků. Žánrově jde především o komedie (*Ženy v pokušení, Román pro muže, Muži v naději, Líbáš jako ďábel, Něžné vlny, Život je život, Vybíjená*), obsazené známými tvářemi, charaktery postav pocházejí především alespoň ze střední třídy, přičemž primárním tématem jsou především partnerské vztahy. Komerčně úspěšná dramata naopak disponují populárním a známým tématem, které je mezi většinou lidí rozšířené: zde se jedná o snímky *Kajínek, Lidice, Příběh kmotra, Fotograf*. Objevuje se zde jediný animovaný film, *Čtyřlístek ve službách krále*, ovšem v diváckém úspěchu může hrát opět roli známá předloha. Úspěch *Tří bratrů* je celkem očekávaný, Jan Svěrák patří k našim nejznámějším českým režisérům a je mezi diváky osvědčeným tvůrcem. Mezi kritiky a filmovými recenzenty vzbudil velikou pozornost film *Babovřesky*.

Tabulka č. 12 (Zdroj: Unie filmových distributorů, Přehledy a statistiky, TOP 50 roční výsledky)

2010	Ženy v pokušení (1)	1 232 299
	Kajínek (2)	790 792
	Román pro muže (6)	484 625
2011	Muži v naději (2)	852 199
	Lidice (4)	511 064
	Perfect Days (10)	199 860
2012	Líbáš jako ďábel (2)	501 235
	Okresní přebor (7)	399 630
	Láska je láska (8)	255 629
2013	Babovřesky (1)	652 458
	Příběh kmotra (4)	295 683
	Čtyřlístek ve službách krále (5)	269 546
2014	Tři bratři (1)	661 378
	Babovřesky 2 (6)	245 494
	Něžné vlny (7)	244 725
2015	Život je život (12)	258 274
	Fotograf (14)	201 600
	Vybíjená (16)	198 513

Poznámka: jedná se o výsledky návštěvnosti v roce premiéry.

Babovřesky byly v roce 2013 nejen nejnavštěvovanějším českým filmem, ale i nejvíce navštěvovaným filmem celkově. V kinech ho zhlédlo dohromady **652 458** diváků. Filmy režiséra Zdeňka Trošky již bývají tradičně terčem většiny české filmové kritiky a určitý podíl na tomto mediálním zájmu tvoří i vysoká návštěvnost jeho snímků v kinech. Pro připomenutí jeho předchozí tvorby: každý z dílů z řady *Kameňák* se dostal do celkové TOP 10 nejnavštěvovanějších filmů a *Doktor od Jezera hrochů* nebyl, jakožto osmý nejnavštěvovanější film roku 2010, celkově výjimkou. Příklad *Babovřesky* s návštěvností více jak půl milion diváků je i v porovnání s jeho dalšími snímky naprůměrným výsledkem. Samozřejmě nelze předpokládat, že úroveň vysoké umělecké filmové kvality bude vždy v přímé souvislosti s diváckým úspěchem v kinech, na druhé straně když se podíváme na ostatní mainstreamové snímky pohybujících se na předních místech v návštěvnosti, tak i zde spatřujeme rozdíl ve filmové řemeslnosti v porovnání s *Babovřesky* (například ve stavbě děje, dialogů a charakterů postav).

Filmových recenzí a kritik bylo na adresu *Babovřesků* napsáno nespočetně. Zajímavý pohled na problematiku úspěchu *Babovřesků* přináší Kamil Fila v článku "*Babovřesky* naplňují obraz české společenské krize". Divácký úspěch zde vysvětluje hned několika důvody, v nichž několikrát cituje právě samotného autora Zdeňka Trošku. Za prvé se přiklání k Troškově prohlášení, že televizní program se skládá povětšinou ze seriálů s kriminální tematikou a nadále ze soup-
operas a ti, kteří většinu svého času sledují právě televizní program a zároveň nevyhledávají audiovizuální obsah jinde, na internetu nebo v kinech, jsou cílovou skupinou *Babovřesků*. Dalším uvedeným důvodem je současná politická a společenská situace, či spíše můžeme říci, že ji takto většina lidí pociťuje, přičemž tento typ komedie, jakými jsou *Babovřesky*, je pro lidi, kteří nedokáží vyhledávat jinou formu kvalitnější zábavy, jistým způsobem ventilace a únikem z reality.³⁵

*"Tento film neškodí v tom smyslu, že by kazil vkus novým davům, ale je jednoznačně výrazem zdejší negativity a zoufalý pokusem o únik z ní. Jeho humor stojí na vymezení se venkova proti městu, všeho českého (byť špatného) proti čemukoli americkému, minulosti proti současnosti."*³⁶

35. Fila, K., *Babovřesky* naplňují obraz české společenské krize, www.respekt.cz, 22. 3. 2013

36. Fila, K., *Babovřesky* naplňují obraz české společenské krize, www.respekt.cz, 22. 3. 2013

Pro představu filmové nabídky, kterou v období uvedení filmu *Babovřesky* kina nabízela, si připomeňme konkrétní filmy. Premiéra *Babovřesků* proběhla v únoru, konkrétně 14. 2. 2013. Programovou nabídku již tvořily ze zahraničních snímků zahraniční hity jako *Nespoutaný Django*, *Hobit*, *Bídníci*, *Pí a jeho život*, *Argo*, *Lincoln* a *Anna Karenina*. Z českých filmů měl kromě *Babovřesků* premiéru na konci února pouze jeden film a to animovaný snímek *Čtyřlístek ve službách krále*. V této době byly ještě na programu z dřívější odpremiérování filmů *Ve stínu*, *Carmen* (hudební film s Lucií Bílou), *Kozí příběh*. Určitá alternativa k filmu *Babovřesky* nebyla vůbec na programu a po *Babovřescích* přišla do kin až v podobě romantického snímku *Martin a Venuše* 7. 3. 2013. Po svém prvním týdnu od premiéry se zařadila na třetí místo hned za *Čtyřlístek* a *Babovřesky*. Další českou komedií, kterou lze považovat i za divácky úspěšnou, byl *Revival*, jehož premiéra proběhla až v červenci. Z těchto výše uvedených faktů můžeme tedy vidět i souvislost úspěchu *Babovřesků* s nabídkou programu.³⁷

Návštěvnost snímků, které můžeme považovat za protipól v mainstreamu, se pohybuje na daleko nižší škále, kterou lze v průměru definovat od stovek diváků až po pár desítek tisíc, které ovšem málokdy překročí hranici 50 000. Například film *Čtyři slunce* autorského režiséra Bohdana Slámy zhlédlo v roce 2012 58 680 diváků a film *Pouta* Radima Špačka v roce 2010 téměř ještě o polovinu méně (27 049 diváků).³⁸

Většina snímků osobitějších autorů nedosáhne v návštěvnosti hranici 10 000. Pro představu zde následně uvádím vybrané filmy alternativnějšího charakteru z každého roku a jejich diváckou návštěvnost - v roce 2015: *Schmitke* (6 938), *Amerika* (2 168), *David* (1 469), *Cesta do Říma* (981), v roce 2014: *Gottland* (3 037), *Cesta ven* (4 083), v roce 2013: *Můj pes Killer* (5 770), *Rozkoš* (4 617), v roce 2012: *Tambylles* (229), *Posel* (3 969), *Až do města Aš* (2 036), *Odpad, město, smrt* (2 876), v roce 2011: *80 dopisů* (1 888), *Nic proti ničemu* (1 690), *Poupata*, *Dům* (16 946), v roce 2010: *Přežít svůj život* (8 822). Velikou výjimkou se stal film z roku 2011 *Alois Nebel* s návštěvností 123 500 (jedná se o návštěvnost v roce premiéry), který překonal hranici 100 000, což je oproti jiným filmům značný rozdíl. Výsledek návštěvnosti ovšem souvisí i s nadprůměrnou

37. Data z www.csfd.cz/kino/premiery

38. Statistiky UFD

mediální pozorností, která jeho uvedení předcházela a návštěvnosti tak výrazně pomohla.³⁹

Oceněné snímky dvěma hlavními českými filmovými cenami – Českým lvem a Cenou české filmové kritiky se pohybují v průměru trochu výše. Z oceněných snímků navštívilo nejvíce diváků film *Ve stínu*. Opět se zde nabízí již výše zmíněná otázka diváckého vkusu, na druhé straně nelze brát výsledky hodnocení jako dogma. Spíše působí smutným dojmem skutečnost, že zajímavým snímkům se nedostává větší pozornosti z oblasti médií.

Tabulka č. 13

Umístění českých filmů oceněných filmovou kritikou				
ROK	ČESKÝ LEV	návštěvnost	CČFK	návštěvnost
2010	Pouta	/	Pouta	20,467
2011	Poupata	20,531	Rodina je základ státu	27,279
2012	Ve stínu	/	Ve stínu	14. místo (217,402)
2013	Hořící keř	/	Hořící keř	33,734
2014	Cesta ven	/	Cesta ven	4,083
2015	Kobry a užovky	40.místo (94,015)	Ztraceni v Mnichově	30,017

Zdroj: ČFTA, Ceny české filmové kritiky

39. Statistiky UFD

2.4 Formy šíření ADV obsahu a druhy kin

V této kapitole budeme věnovat pozornost samotnému prostředí kina a také srovnání forem šíření ADV obsahu mimo kino. V dnešní době již nemůžeme jednoznačně tvrdit, že konkurentem kina je televize nebo internet. Naopak je lepší si spíše položit otázku "Kdy se divák rozhodne pro konzumaci audiovizuálního obsahu?" a následně poté hned "V jaké formě tento obsah divák zhlédne a proč?". První otázkou jsme se do jisté míry zabývali v kapitole 2.2 "Divák", přičemž následující otázce se budeme věnovat v této kapitole.

V roce 2014 zaplatilo za jakoukoliv z forem audiovizuálního obsahu 87% z populace nad 15 let. Podíl platících tvořilo konkrétně z 26% stažení nebo přehrání ADV obsahu na internetu, z 40 % zakoupení datového nosiče s ADV záznamem (DVD, Blu-Ray) a ze **72%** koupě lístku do kina. Z konzumace ADV obsahu v prostředí domova vedle sledování televize v posledních letech výrazně stoupá konzumace ADV obsahu šířeného přes internet, uvádí to takto celkem 54% z dotazovaných ve studii APA. I přesto ale představuje konzumace audiovizuálního obsahu legálně šířeného po internetu spíše minoritu, většina lidí za filmy na internetu téměř neplatí.⁴⁰

Návštěva kina patří tedy stále k nejčastějším způsobům konzumace ADV obsahu. Motivace diváka ke zhlédnutí ADV obsahu v kině se odlišuje od konzumace obsahu doma v potřebě intenzivnějšího prožitku při sledování filmu, přičemž kino také představuje jednu z forem socializace. Mezi výhody kina patří především technické zázemí, přínos silnějšího dojmu ze zhlédnutí filmu a představuje také všeobecně prostor a místo se socializačním faktorem.

Nyní již zanecháme posuzování sledování filmů v prostředí domova a podíváme se na další oblast konzumace ADV obsahu a to mimo klasické prostory kina, neboť "*vznikají další a další projekty, které se soustředí na vybudování alternativní sítě kin (Dělám kino, KineDok)*"⁴¹. Velikým problémem umělecky zajímavých a ambiciozních snímků nižšího rozpočtu představuje samotná cesta do kina přes distributora. Mnohdy tedy pak snímky nevyužívají distributora k

40. APA, *Audiovizuální trh v ČR: reprezentativní pohled na současnou populaci*, 2014

41. Martínek, P., *Distribuce 2014: Konec starých časů*, Cinepur, 2015, č. 98, s. 10-12

šíření tvorby, ale snímek distribuují přímo sami. Příkladem toho jsou debutové filmy mladých tvůrců *Cesta do Říma*, *Gottland* nebo *David*. Film *Gottland* (Nutprodukce) byl několikrát promítán na Nákladovém nádraží Žižkov a dokument *"Lovu zdar! sice vstoupil do kin, ale hraje se i v místech, které bychom mohli spíše označit za kinokavárnu (Podkino)"*⁴².

Nyní se již budeme zabývat pouze kinodistribucí (jednosálová kina a multiplexy.) První multiplex byl v České republice otevřen v roce 1999 a v současné době jich existuje celkem 29. Jak už bylo výše zmíněno v kapitole 1.4, je podíl návštěvnosti v multiplexech menší než celkový průměrný podíl ve všech kinech. Na druhé straně to neznamena, že návštěvnost českých filmů v klasických kinech musí být automaticky vyšší. Výsledky konkrétních kin se ale poměrně lišily, pro připomenutí: podíl českých filmů na návštěvnosti byl síti kin patřící Aeru 14,3 % a podíl v pražské Lucerně 22,8 %. Znamená to tedy, že roli zde nemusí hrát pouze lokalita.⁴³

Počet multiplexů a letních kin, která jsou v posledních třech letech na vzestupu, bylo v roce 2015 evidováno celkem 150, ve sledovaném období se jejich počet zvýšil, zatímco počet klasických kin se naopak o velké množství snížil, což je výsledek částečného přechodu na digitální distribuci a nedostatečných finančních prostředků jednotlivých kin na digitalizaci kinosálů.

Tabulka č. 14

Vývoj počtu kin v ČR			
	klasická kina	multiplexy	letní kina
2010	435	26	100
2011	430	26	100
2012	364	27	99
2013	290	28	121
2014	260	29	129
2015	265	29	150

Zdroj: Unie filmových distributorů

42. Martínek, P., *Distribuce 2014: Konec starých časů*, Cinepur, 2015, č. 98, s. 10-12

43. Statistiky UFD

2.5 Roční doba

Dalším faktorem v návštěvnosti kin představuje roční doba. V posledních letech platí tendence snižování celkové návštěvnosti v měsících března a dubna, přičemž vyšší návštěvnost je zaznamenána v době školních prázdnin, v září pak následuje propad a ke konci roku, v období od listopadu až do prosince, probíhá opět nárůst.⁴⁴

Uvedení premiér českých filmů v kinech je průměrně rozdělené v průběhu roku, nejvíce však bývá nasazeno českých filmů na konci roku, od října do prosince, což je období s obecně vyšší návštěvností. Když se ale podíváme na premiéry těch nejnavštěvovanějších filmů v konkrétních letech, tak zde nelze s určitostí tvrdit, že i v období s všeobecně nižší návštěvností nedokáže film přitáhnout diváky do kina. Potvrzují to filmy Jana Svěráka (*Kuky se vrací*- premiéra v květnu, *Tři bratři*- premiéra v srpnu), *Román pro muže* (premiéra v září), *Lidice* (premiéra v červnu), *Život je život* (premiéra v květnu) nebo *Vybíjená* (premiéra v březnu). Jedná se samozřejmě o komerční snímky a lze říci, že potenciálně divácky úspěšný komerční film si najde své publikum i v období s prokazatelně nižší návštěvností. Další výhodou se může jevit i možnost menší konkurence, jelikož více filmů je do kin nasazováno v období s obecně vyšší návštěvností.

Jak je patrné z tabulky níže uvedené a zaznamenávající nejnavštěvovanější filmy daného roku a jejich datum premiéry, není zde prokazatelná přímá spojitost s celkovou návštěvností během roku a s návštěvou filmu konkrétního.

44. Danielis A., osobní rozhovor, 2016

Tabulka č. 15, Zdroj: Unie filmových distributorů

Premiéry nejnavštěvovanějších filmů		
2010	Ženy v pokušení	18.3.2010
	Kájínek	5.8.2010
	Román pro muže	23.9.2010
	Doktor od Jezera hrochů	25.2.2010
	Kuky se vrací	20.5.2010
2011	Muži v naději	25.8.2011
	Lidice	2.6.2011
	Perfect Days	3.11.2011
	Saxána a lexikon kouzel	15.9.2011
	Nevinnost	20.1.2011
2012	Líbáš jako ďáběl	17.5.2012
	Okresní přebor	29.3.2012
	Láska je láska	19.1.2012
	Probudím se včera	15.3.2012
	Ve stínu	13.9.2012
2013	Babovřesky	14.2.2013
	Příběh kmotra	24.10.2013
	Čtyřlístek ve službách krále	28.2.2013
	Revival	11.7.2013
	Křídla Vánoc	14.11.2013
2014	Tři bratři	14.8.2014
	Babovřesky 2	20.2.2014
	Něžné vlny	9.1.2014
	Pohádkář	6.11.2014
	Vejška	23.1.2014
2015	Život je život	21.5.2015
	Fotograf	8.1.2015
	Vybíjená	12.3.2015
	Hodinový manžel	25.12.2015
	Babovřesky 3	21.1.2015

3. SHRUTÍ ANALÝZY

3.1. Shrnutí analýzy návštěvnosti českých filmů

Nyní bych se ráda pokusila o shrnutí všech zmíněných poznatků, včetně zaměření se na dodání hlavních bodů informací v ucelenější podobě. Celková návštěvnost kin mírně roste a drží se za celé sledované období nad hranicí 10 milionů diváků. Zatímco českých filmů vstupuje do kin více, jejich návštěvnost naopak klesá. V minulém roce 2015 byl podíl českých filmů na návštěvnosti nejslabší za 6 let, ale i přesto představují výsledky návštěvnosti českých filmů nadprůměr ve srovnání s jinými evropskými zeměmi. Diváci mají stále k českým filmům pozitivní vztah a vyhledávají je. V návštěvnosti se nejvíce daří tuzemské tvorbě v jednosálových kinech, především v menších městech, přičemž mezi nejnavštěvovanější žánry patří komedie a dramata s tématem známým širší veřejnosti. Osobně vnímám jako největší faktor ovlivňující návštěvnost filmovou nabídku a až poté divácký vkus. Určitou roli ve výsledku návštěvnosti hraje i dobře odvedený marketing a reklama.

Dále se také domnívám, že ačkoliv se zvyšují možnosti a způsoby šíření audiovizuálního obsahu, stále zde bude fungovat klasické kino jako jeden z hlavních prostředků, kde divák film, ať už českého původu či zahraničního, zhlédne. Technické zázemí, kterým kino disponuje, mnohonásobně zvyšuje intenzitu filmového zážitku, stejně tak jako možnost sdílení tohoto zážitku s ostatními diváky.

Seznam tištěné literatury:

Danielis, A., *Česká filmová distribuce po roce 1989*, Iluminace, 2007, č. 1, s.53-104. ISSN 0862-397X

Kafuňková M., *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*, Praha: FPH VŠE v Praze, Bakalářská práce, 2011

Martínek, P., *Distribuce 2014: Konec starých časů*, Cinepur, 2015, č. 98, s. 10-12, ISSN 1213-516X

Stříteský, V., Hanzlík, J., Karlíček, M., *Čeští návštěvníci kin z pohledu filmového marketingu*, Iluminace, 2013, č.2, s. 33-51, ISSN 0862-397X

Tuháčková E., *Ekonomické aspekty popkultury*, Praha: FPH VŠE v Praze, Bakalářská práce, 2011

Vávra, M., Čížek, T., Špaček, O., *Český filmový divák. Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření*, Iluminace, 2010, č. 4, s. 106-125, ISSN 0862-397X

Seznam elektronických zdrojů:

APA, *Audiovizuální trh v ČR: reprezentativní pohled na současnou populaci* [online], www.apa.cz, 2015, dostupné z: http://www.asociaceproducentu.cz/img/prispevky/VYZKUM_AUDIOVIZUALNIHO_TRHU_PREZ.pdf

Boček, J., *Český filmový vkus: milujeme dokumenty a Skandinávii, nebaví nás psychologie a východní blok* [online], www.data.blog.ihned.cz, 16. 8. 2013, dostupné z: <http://data.blog.ihned.cz/c1-60435830-cesky-filmovy-vkus-milujeme-dokumenty-a-skandinavii-nebavi-nas-psychologie-a-vychodni-blok>

Fila, K., *Babovřesky naplňují obraz české společenské krize* [online], www.respekt.cz, 22. 3. 2013, dostupné z: <http://www.respekt.cz/delnici-kultury/babovresky-naplnuji-obraz-ceske-spolecenske-krize>

Heřmanová, E., Tuháčková E., *Všežrouství kulturní* [online], www.artslexikon.cz, 7. 4. 2013, dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/V%C5%A1e%C5%BEroutstv%C3%AD_kulturn%C3%AD

Král, L., *Ivan Hronec: „ Srovnávat artový film s komerčním je jako porovnávat billboard s obrazem.“* [online], www.kinobox.cz, 7. 10. 2014, dostupné z: <http://www.kinobox.cz/clanek/9556-ivan-hronec-srovnavat-artovy-film-s-komercnim-je-jako-porovnavat-billboard-s-obrazem>

Rozhovory:

Danielis A., programový ředitel společnosti Cinemart, únor-květen 2016

Odkazy:

www.apa.cz

www.artslexikon.cz

www.csfd.cz

www.mediaguru.cz

www.mkcr.cz

www.ufd.cz

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1: Podíl českých filmů v kinech

Tabulka č. 2: Porovnání návštěvnosti

Tabulka č. 3: Porovnání premiér a podílů na návštěvnosti

Tabulka č. 4: Porovnání tržeb

Tabulka č. 5: Umístění českých filmů v TOP 10

Tabulka č. 6: Vývoj vstupného

Tabulka č. 7: Návštěva kina podle věku respondenta

Tabulka č. 8: Návštěva kina podle vzdělání respondenta

Tabulka č. 9: Návštěva kina podle velikosti bydliště

Tabulka č. 10: Obvyklost aktivit provozovaných s rodiči v době dospívání

Tabulka č. 11: Návštěva kina podle volnočasových aktivit a zájmů II.

Tabulka č. 12: První tři české nejnavštěvovanější filmy

Tabulka č. 13: Umístění českých filmů oceněných filmovou kritikou

Tabulka č. 14: Vývoj počtu kin v ČR

Tabulka č. 15: Premiéry nejnavštěvovanějších filmů

Seznam grafů:

Graf č. 1: Srovnání hodnocení žánrů uživateli databází csfd.cz a imdb.com

Graf č. 2: Srovnání hodnocení zemí uživateli databází csfd.cz a imdb.com

Seznam příloh

Příloha č. 1: Seznam filmů a jejich rozdělení dle žánrů (příloha je uvedena na konce této práce)

Příloha č.1

Příloha č. 1: Seznam filmů a jejich rozdělení dle žánrů		
TITUL	PREMIÉRA	ŽÁNŘ
2010		
Pouta	4.2.10	DRAMA
Dešťová víla	11.2.10	POHÁDKA
Doktor od Jezera hrochů	25.2.10	KOMEDIE
Katka	25.2.10	DOKUMENT
Jarmareční bouda	4.3.10	DRAMA
Ženy v pokušení	18.3.10	KOMEDIE
Cinematapie	8.4.10	DOKUMENT
Mamas & Papas	15.4.10	DRAMA
Oko nad Prahou	15.4.10	DOKUMENT
Český mír	6.5.10	DOKUMENT
Zítří se bude...	13.5.10	HUDEBNÍ
25 ze šedesátých aneb Československá nová vlna 1. díl	13.5.10	DOKUMENT
25 ze šedesátých aneb Československá nová vlna 2. díl	13.5.10	DOKUMENT
Kuky se vrací	20.5.10	KOMEDIE
Hurvínek na scéně	3.6.10	ANIMOVANÝ
Kajínek	5.8.10	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Nebe Peklo	12.8.10	DOKUMENT
Největší z Čechů	26.8.10	KOMEDIE
Drnovické catenaccio	2.9.10	DOKUMENT
Generace 60	16.9.10	DOKUMENT
Román pro muže	23.9.10	KOMEDIE
Ležáky 42	27.9.10	DOKUMENT
Habermannův mlýn	7.10.10	DRAMA
Občanský průkaz	21.10.10	DRAMA
Argippo Znovuzrozený	21.10.10	DOKUMENT
Bastardi	28.10.10	DRAMA
Přežít svůj život	4.11.10	ANIMOVANÝ
For Semafor	4.11.10	DOKUMENT
Piko	11.11.10	DRAMA
Zachraňte Edwardse	15.11.10	DOKUMENT
Babička aneb jak to bylo doopravdy	17.11.10	KOMEDIE
HLAVA-RUCE-SRDCE	18.11.10	DRAMA
Tacho	2.12.10	DRAMA
Rodinka	9.12.10	KOMEDIE
Nesvatbov	9.12.10	DOKUMENT
Medvědí ostrovy	16.12.10	DOKUMENT
Heart Beat 3D	16.12.10	DRAMA
2011		
Erotikon	13.1.11	DRAMA
Doba měděná	13.1.11	DOKUMENT
Nevinnost	20.1.11	DRAMA
Nickyho rodina	3.2.11	DOKUMENT
Fimfárum - Do třetice všeho dobrého	10.2.11	ANIMOVANÝ
Vše pro dobro světa a Nošovic	17.2.11	DOKUMENT
Ostrov svaté Heleny	24.2.11	DOKUMENT
Od višni do višni/Všechno je sračka	3.3.11	DOKUMENT
Tantra	10.3.11	DOKUMENT
Když kámen promluví	10.3.11	DOKUMENT
Autopohádky	17.3.11	ANIMOVANÝ
Odcházení	24.3.11	DRAMA

Příloha č.1

Divadlo Svoboda	7.4.11	DOKUMENT
Everest	7.4.11	DOKUMENT
Osmdesát dopisů	21.4.11	DRAMA
Čertova nevěsta	28.4.11	POHÁDKA
CZECH-MADE-MAN	28.4.11	DRAMA
WesternStory	19.5.11	KOMEDIE
Rekvalifikace	26.5.11	KOMEDIE
Lidice	2.6.11	DRAMA
Po dlouhé noci den	9.6.11	DOKUMENT
V peřině	16.6.11	KOMEDIE
Generace Singles	14.7.11	DOKUMENT
Muži v naději	25.8.11	DRAMA
Saxána a Lexikon kouzel	15.9.11	POHÁDKA
Zneužívaný	26.9.11	DOKUMENT
Alois Nebel	29.9.11	ANIMOVANÝ
Marketa Lazarová	12.10.11	DRAMA
Rodina je základ státu	13.10.11	DRAMA
Můj otec George Voskovec	13.10.11	DOKUMENT
Nic proti ničemu	13.10.11	KOMEDIE
Dům	20.10.11	DRAMA
Bastardi 2	27.10.11	DRAMA
Perfect Days - I ženy mají své dny	3.11.11	KOMEDIE
Pod sluncem tma	3.11.11	DOKUMENT
Závod ke dnu	3.11.11	DOKUMENT
Em a on	3.11.11	DOKUMENT
Rock života	3.11.11	DOKUMENT
Venku	3.11.11	DOKUMENT
Nadohled	10.11.11	DOKUMENT
Trafačka - Chrám svobody	11.11.11	DOKUMENT
Micimutr	17.11.11	POHÁDKA
Vendeta	24.11.11	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Trojmezí	29.11.11	DOKUMENT
Hranaři	1.12.11	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Gorila	2.12.11	KOMEDIE
Poupata	15.12.11	DRAMA
2012		
Labyrint	12.1.12	
Láska je láska	19.1.12	KOMEDIE
Soukromý vesmír	26.1.12	DOKUMENT
Signál	16.2.12	KOMEDIE
Modrý tygr	23.2.12	KOMEDIE
Školní výlet	23.2.12	KOMEDIE
Čtyři slunce	8.3.12	DRAMA
Probudím se včera	15.3.12	KOMEDIE
Okresní přebor - Poslední zápas Pepika Hnátky	29.3.12	KOMEDIE
Příliš mladá noc	29.3.12	KOMEDIE
Vrásky z lásky	12.4.12	KOMEDIE
Rok konopí	19.4.12	DOKUMENT
Tajemství podzemní továrny v Chebu	22.4.12	DOKUMENT
Můj vyslečenej deník	26.4.12	KOMEDIE
Věra 68	3.5.12	DOKUMENT
Tmář a jeho rod aneb Slzavé údolí pyramid	3.5.12	DOKUMENT
Tomorrow Will Be Better	10.5.12	DOKUMENT

Příloha č.1

Líbáš jako ďábel	17.5.12	KOMEDIE
Tady hlídám já	31.5.12	KOMEDIE
Příběh z periferie	7.6.12	HUDEBNÍ
DONT STOP	14.6.12	DRAMA
Polski film	12.7.12	KOMEDIE
Sedmikrásky	21.7.12	DRAMA
Poslední výkřik	2.8.12	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Svatá čtveřice	23.8.12	KOMEDIE
Váňa	6.9.12	DOKUMENT
Ve stínu	13.9.12	DRAMA
Bastardi 3	20.9.12	DRAMA
Největší přání	20.9.12	DOKUMENT
Hoří, má panenko	27.9.12	KOMEDIE
Cesta do lesa	4.10.12	KOMEDIE
České nebe	4.10.12	KOMEDIE
Karel Reisz, Ten filmový život	4.10.12	DOKUMENT
Tambylles	4.10.12	DRAMA
Posel	18.10.12	DRAMA
Kozí příběh se sýrem	25.10.12	ANIMOVANÝ
Dva nula	25.10.12	DOKUMENT
Země česká, domov Tvůj!	25.10.12	DOKUMENT
7 dní hříchů	1.11.12	DRAMA
Záblesky chladné neděle	8.11.12	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Občan K.	8.11.12	DOKUMENT
Až do města Aš	15.11.12	DRAMA
Odpad město smrt	22.11.12	DRAMA
Praho, má láska	22.11.12	DRAMA
Láska v hrobě	29.11.12	DOKUMENT
Pevnost	1.12.12	DOKUMENT
Hra o kámen	12.12.12	DOKUMENT
2013		
Carmen	10.1.13	
Vrahem z povolání - Utrpení soudce Karla Vaše	11.2.13	DOKUMENT
Babovřesky	14.2.13	KOMEDIE
Čtyřlístek ve službách krále	28.2.13	ANIMOVANÝ
Martin a Venuše	7.3.13	KOMEDIE
Otázky pana Lásky	14.3.13	DOKUMENT
Hledá se prezident	21.3.13	DOKUMENT
Bez doteku	28.3.13	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
5 pravidel	28.3.13	DOKUMENT
Život s Kašparem	4.4.13	DOKUMENT
Vojta Lavička: Nahoru a dolů	4.4.13	DOKUMENT
Můj pes Killer	11.4.13	DRAMA
Šmejdi	18.4.13	DOKUMENT
Rok bez Magora	25.4.13	DOKUMENT
Jedlíci aneb sto kilo lásky	2.5.13	KOMEDIE
Isabel	9.5.13	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Kovář z Podlesí	16.5.13	POHÁDKA
Nazareth- Nekonečný rockový mejdan	16.5.13	DOKUMENT
Fulmaya, děvčátko s tenkýma nohama	23.5.13	DOKUMENT
Vězení umění	30.5.13	DOKUMENT
Revival	11.7.13	KOMEDIE
Jára Cimrman: Proso	13.7.13	KOMEDIE

Příloha č.1

Všichni dobří rodáci	1.8.13	DRAMA
Líbánky	22.8.13	DRAMA
Zuzana Michnová - Jsem slavná, tak akorát	29.8.13	DOKUMENT
Obchodníci	5.9.13	KOMEDIE
Colette	12.9.13	DRAMA
Hořící keř	12.9.13	DRAMA
Jako nikdy	19.9.13	DRAMA
Donšajni	26.9.13	KOMEDIE
Skoro úplně vymyšlený film	2.10.13	DRAMA
Kameňák 4	10.10.13	KOMEDIE
Příběh Kmotra	24.10.13	DRAMA
Hoteliér	31.10.13	DOKUMENT
Husiti	7.11.13	ANIMOVANÝ
Nepravděpodobná romance	7.11.13	DRAMA
DK	7.11.13	DOKUMENT
Křídla Vánoc	14.11.13	KOMEDIE
Bella Mia	21.11.13	DRAMA
Maturita	21.11.13	KOMEDIE
Klauni	28.11.13	KOMEDIE
Show!	28.11.13	DOKUMENT
Přijde letos Ježíšek?	5.12.13	KOMEDIE
Rozkoš	5.12.13	DRAMA
Dobry řidič Smetana	12.12.13	DOKUMENT
Děti flamenka	17.12.13	DOKUMENT
Cyril a Metoděj - Apoštolové Slovanů	26.12.13	DRAMA
Čtyři dohody	26.12.13	KOMEDIE
2014		
Něžné vlny	9.1.14	KOMEDIE
Návrat Agnieszky H.	16.1.14	DOKUMENT
Liga Nepotřebných	16.1.14	DOKUMENT
Vejška	23.1.14	KOMEDIE
Krásno	30.1.14	KOMEDIE
Dědictví aneb Kurva se neříká	6.2.14	KOMEDIE
Dál nic	17.2.14	DOKUMENT
Babovřesky 2	20.2.14	KOMEDIE
Fair Play	6.3.14	DRAMA
Trabantem až na konec světa	13.3.14	DOKUMENT
10 pravidel jak sbalit holku	20.3.14	KOMEDIE
Laura a její tygři - Big Bang!	27.3.14	DOKUMENT
Eugéniové	3.4.14	DOKUMENT
Pojedeme k moři	10.4.14	KOMEDIE
Bohumil Hrabal "Takže se stalo, že..."	10.4.14	DOKUMENT
Husí kůže - Zimomriavky	1.5.14	DOKUMENT
Hany	8.5.14	DRAMA
Olga	15.5.14	DOKUMENT
Bony a klid 2	22.5.14	KOMEDIE
Cesta ven	29.5.14	DRAMA
Zakázané uvolnění	5.6.14	KOMEDIE
Všiváci	19.6.14	DRAMA
Zejtra napořád	17.7.14	KOMEDIE
Magický hlas rebelky	17.7.14	DOKUMENT
Díra u Hanušovic	24.7.14	DRAMA
Ostře sledované vlaky	31.7.14	DRAMA

Příloha č.1

Parádně pokecal	31.7.14	KOMEDIE
Tři bratři	14.8.14	POHÁDKA
Gottland	19.8.14	DRAMA
Století Miroslava Zikmunda	4.9.14	DOKUMENT
Ztracen 45	11.9.14	DOKUMENT
Místa	18.9.14	DRAMA
Andělé všedního dne	23.9.14	DRAMA
Plán	25.9.14	DOKUMENT
Odborný dohled nad východem Slunce	27.9.14	DRAMA
Intimity	2.10.14	KOMEDIE
Česká pivní válka	30.10.14	DOKUMENT
Pohádkář	6.11.14	DRAMA
Adopce: Konkurz na rodiče	6.11.14	DOKUMENT
Jáma	6.11.14	DOKUMENT
Lovu zdar!	6.11.14	DOKUMENT
K oblakům vzhlížíme	6.11.14	DOKUMENT
Pirátské síť	6.11.14	DOKUMENT
Pavel Wonka se zavazuje	13.11.14	DOKUMENT
Život podle Václava Havla	20.11.14	DOKUMENT
MY 2	20.11.14	DRAMA
Je nám spolu dobře	27.11.14	DOKUMENT
Jak jsme hráli čáru	4.12.14	KOMEDIE
Modelky s.r.o.	4.12.14	KOMEDIE
Animáčky 2014	4.12.14	ANIMOVANÝ
Raluca	11.12.14	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Šťastná	18.12.14	KOMEDIE
Hodinový manžel	25.12.14	KOMEDIE
2015		
Život je život	21.5.15	KOMEDIE
Fotograf	8.1.15	DRAMA
Vybíjená	12.3.15	KOMEDIE
Babovřesky 3	22.1.15	KOMEDIE
Gangster Ka	10.9.15	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Padesátka	24.12.15	KOMEDIE
Ghoul	26.2.15	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Gangster Ka: Afričan	26.11.15	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Kobry a užovky	19.2.15	DRAMA
Aldabra: Byl jednou jeden ostrov	19.11.15	DOKUMENT
Domácí péče	16.7.15	DRAMA
Vánoční Kameňák	3.12.15	KOMEDIE
Sedmero krkavců	4.6.15	POHÁDKA
Wilsonov	1.10.15	KOMEDIE
Ztraceni v Mnichově	22.10.15	KOMEDIE
Celebrity s.r.o.	29.10.15	KOMEDIE
Andílek na nervy	18.6.15	KOMEDIE
Cesta vzhůru	27.8.15	DOKUMENT
Burácení	1.1.15	DRAMA
Malý Pán	14.5.15	ANIMOVANÝ
Mallory	23.7.15	DOKUMENT
Stále spolu	21.5.15	DOKUMENT
Schmitke	13.8.15	DRAMA
Takovej barevnej vocas letící komety	24.9.15	DOKUMENT
Nenasytá Tiffany	30.7.15	KOMEDIE

Příloha č.1

Lovci a oběti	26.3.15	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Rosa & Dara a jejich dobrodružství	15.10.15	ANIMOVANÝ
Opři žebřík o nebe	22.1.15	DOKUMENT
Laputa	8.10.15	DRAMA
Vynález zkázy	30.7.15	ANIMOVANÝ
Amerika	22.10.15	DRAMA
Filmový dobrodruh Karel Zeman	30.7.15	DOKUMENT
Očima fotografky	17.9.15	DOKUMENT
Malá z rybárny	28.5.15	ANIMOVANÝ
Danielův svět	19.2.15	DOKUMENT
Cesta do Říma	6.8.15	KOMEDIE
Milenky starého kriminálního	12.2.15	KOMEDIE
Boží mlýny	24.9.15	DOKUMENT
Tři oříšky pro Popelku	17.12.15	POHÁDKA
Evangelium podle Brabence	9.7.15	DOKUMENT
Svatý Mikuláš	5.3.15	AKČNÍ/KRIMI/THRILLER
Adéla ještě nevečeřela	19.11.15	KOMEDIE
David	1.10.15	DRAMA
Zpověď zapomenutého	2.4.15	DOKUMENT
Animáčky 2	3.12.15	ANIMOVANÝ
Češi proti Čechům	3.12.15	DOKUMENT
Opuštěný vesmír	17.12.15	DOKUMENT
Nejpodivuhodnější kina světa - Lucerna		DOKUMENT
Mánes na vodě	2.9.15	DOKUMENT