

Podoba současné kinematografie vzhledem ke změně diváckého vnímání

Věra Mezuláníková

Bakalářská práce
2012

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav animace a audiovize

akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Věra MEZULÁŇKOVÁ
Osobní číslo: K09204
Studijní program: B 8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby
Studijní obor: Produkce

Téma práce: 1. Teoretická část:
Podoba současné kinematografie vzhledem ke
změně diváckého vnímání

2. Praktická část:
Krátkometrážní film, min. 10 minut, produkce

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 20 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

Formální podoba: 1 ks v pevné vazbě s popisem na hřbetu i horní desce spolu s CD-R. Dále 2 ks práce, které mohou být v kroužkové vazbě. Práci je třeba rovněž odeslat do knihovny UTB Zlín v elektronické podobě ve formátu pdf.

Pokyny k vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti.

2. Praktická část:

Předložte 3x soubor v kroužkové vazbě, který bude obsahovat: technický scénář, rozpočet filmu, štábní listinu, natáčecí plán, denní dispozice, smlouvy a další dle dispozic vedoucího práce a dále předejte 3 ks DVD ve formátu PAL.DVD-video a 1 ks MiniDV (nosiče řádně popište). Součástí celé práce budou vyplněné a předané formuláře pro OSA, NFA, Prohlášení autora bakalářské práce a podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně.

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/umělecké dílo**

Seznam odborné literatury:

MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004, 735 s. Albatros Plus. ISBN 80-000-1410-6

SADOUL, Georges. *Dějiny světového filmu od Lumiera až do současné doby*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1963, 616 s.

THOMPSON, Kristin a David BORDWELL. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. 2., opr. vyd. Překlad Helena Bendová. Praha: Akademie múzických umění, 2011, 827 s. ISBN 978-80-7331-207-7 (Váz.)

THOMPSON, Kristin a David BORDWELL. *Umění filmu: úvod do studia formy a stylu*. 1. vyd., Praha: Akademie múzických umění, 2011, 680 s. ISBN 978-80-7331-217-6 (Váz.)

TŘEŠTÍK, Michael. *Umění vnímat umění: guerilla writing about art*. Vyd. 1. Praha: Gasset, 2011, 226 s. Modrý Mauricius. ISBN 978-80-87079-15-7 (BROŽ.)

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Eva Šviráková, Ph.D.

Ústav animace a audiovizí


Datum zadání bakalářské práce:

21. března 2012


Termín odevzdání bakalářské práce:

15. května 2012

Ve Zlíně dne 21. března 2012


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




MgA. Libor Nemeškal
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně
26.3.2012

VERA MEZULÁŇKOVÁ
mezulankova
.....
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

V teoretické části bakalářské práce na téma „Podoba současné kinematografie vzhledem ke změně diváckého vnímání“ se zabývám různými vnějšími vlivy, které formují současného filmového diváka. Poukazuji nejen na problematiku lidského vnímání obecně, jakožto výsledku zrychlené a přehlcené doby, ve které se nyní nacházíme, ale i na pozměněnou možnost a schopnost diváků vnímat filmová díla. Na několika vybraných jevech, které jsou v současné kinematografii patrné, pak demonstruji dopad této změny na konkrétní podobu filmu.

Praktickým výstupem mé bakalářské práce je dotazníkové šetření, kterým se snažím prozkoumat návyky a postoje konkrétních filmových diváků v souvislosti s touto problematikou.

Klíčová slova: současná kinematografie, filmový divák, změna vnímání, film

ABSTRACT

In the theoretical part of the bachelor's thesis called "Form of Contemporary Cinema in Relation to Audience's Change of Perception" I examine various outer influences that form contemporary film audience. I accentuate not only the problems of human perception as a result of today's fast and overloaded time, but also an altered ability of the audience to perceive and interpret the movies. I illustrate the influence of such change on a specific film style with help of a few chosen phenomenons which are very apparent in contemporary cinema.

The practical output of my bachelor's thesis is a survey which tries to explore habits and opinions of specific film audience in connection with above mentioned problems.

Keywords: contemporary cinema, film audience, change of perception, film, movie

Motto:

„Dřív jsem byl potápěčem v oceánu slov. Teď jezdím po hladině na vodním skútru.“

Nicholas Carr, spisovatel

Moje bakalářská práce by zřejmě nespátřila světlo světa v této podobě nebýt několika inspirativních lidí, kteří mi při její tvorbě velmi pomáhali. Na prvním místě je třeba zmínit vedoucí práce, paní Evu Švirákovou, která mě opatrně vedla správnou cestou, dále Martina Jaška, který mi byl nekonečně trpělivým konzultantem, a také Martina Rejsu a Filipa Veselého, jejichž přístup k životu mne poslední dobou účinně uklidňoval. V neposlední řadě jsem vděčná svým rodičům, kteří mi vytvářeli svobodné a benevolentní podmínky nejen ke psaní.

Těmto lidem bych ráda upřímně poděkovala.

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

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| ÚVOD..... | 10 |
| I TEORETICKÁ ČÁST..... | 11 |
| 1 KINEMATOGRAFIE V KONTEXTU TECHNOLOGICKÉHO POKROKU | 12 |
| 1.1 KINEMATOGRAFIE JAKO POJEM | 12 |
| 1.2 VÝZNAMNÉ TECHNOLOGICKÉ PROMĚNY V HISTORII..... | 12 |
| 1.2.1 Televize | 12 |
| 1.2.2 Magnetická média | 13 |
| 1.2.3 Internet | 13 |
| 1.2.4 Vznik multikin | 14 |
| 1.3 SOUČASNÁ KINEMATOGRAFIE | 15 |
| 1.4 VZTAH PRODUKCE A DIVÁKA | 16 |
| 2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ VNÍMÁNÍ AUDIOVIZUÁLNÍHO DÍLA | 18 |
| 2.1 INFORMAČNÍ VĚK A JEHO „VEDLEJŠÍ ÚČINKY“ | 18 |
| 2.2 ZMĚNA VNÍMÁNÍ | 19 |
| 2.3 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ SOUČASNÉ AUDIOVIZUÁLNÍ VNÍMÁNÍ | 20 |
| 2.3.1 Televize | 20 |
| 2.3.2 Video, DVD, jiné přehrávače..... | 21 |
| 2.3.3 Internet | 23 |
| 2.3.4 Multiplexová kultura..... | 26 |
| 3 SOUČASNÁ KINEMATOGRAFIE – AKCELERACE A ZJEDNODUŠOVÁNÍ | 28 |
| 3.1 VÝVOJ RECEPCE SOUČASNÉHO FILMOVÉHO DIVÁKA | 28 |
| 3.2 ZRYCHLUJÍCÍ SE STŘIHOVÁ SKLADBA | 29 |
| 3.3 AMERIKANIZACE FILMOVÉHO PRŮMYSLU | 31 |
| 3.4 OBLIBA FILMOVÝCH SÉRIÍ A „RECYKLACE“ FILMŮ | 32 |
| 4 BUDOUCNOST FILMU | 35 |
| II PRAKTICKÁ ČÁST | 37 |
| 5 VEŘEJNÝ PRŮZKUM | 38 |
| 5.1 CÍL PRŮZKUMU..... | 38 |
| 5.2 STATISTICKÁ CHARAKTERISTIKA | 38 |
| 5.3 ZKOUMANÉ VÝPOVĚDI | 39 |
| ZÁVĚR | 51 |
| SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY..... | 52 |
| SEZNAM OBRÁZKŮ | 56 |
| SEZNAM TABULEK..... | 57 |
| SEZNAM PŘÍLOH..... | 58 |

ÚVOD

Z hlediska svého studia produkce považuji za podstatné zabývat se faktory ovlivňujícími podobu současné kinematografie a jejich širšími souvislostmi. Snažím se proto zkoumat, jaký je současný divák, který svou možností preference určitého filmu může do jisté míry určovat, do výroby jakého filmu bude příště investováno. Divákovo vnímání je vždy zasazeno do kontextu doby, ve které žije. Příjemce jakéhokoli audiovizuálního díla je ovlivňován nejrůznějšími druhy médií, se kterými přichází v průběhu celého svého života do styku. Zkoumám tedy diváka v kontextu dnešní přesycené, technologicky bohaté doby, která jej činí netrpělivým a nejen vůči filmu, ale obecně vůči veškerým podnětům.

V teoretické části bakalářské práce se pokouším upozornit na problematiku výrazných změn patrných v současné kinematografii v závislosti na měnícím se lidském vnímání. Uvědomuji si, jak rozsáhlá a komplexní tato problematika ve své podstatě je, a proto tento jev demonstruji jen na několika vybraných aspektech jako například neustálé zrychlování střihové skladby. V praktické části bakalářské práce se věnuji vlastnímu veřejnému průzkumu, který realitu této problematiky testují.

Při tvorbě této bakalářské práce se opírám o studie a kritiky, které byly na toto téma napsány, o statistické údaje z dostupných zdrojů a v praktické části je mou metodou dotazníkové šetření.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KINEMATOGRAFIE V KONTEXTU TECHNOLOGICKÉHO POKROKU

V souvislosti s velkým rozmachem techniky a technologií čelila vždy kinematografie a její publikum zásadním změnám. Jak uvádí James Monaco, „*Každé umění získává svůj tvar nejenom díky politice, filozofii a ekonomice společnosti, ale také díky své technologii*“¹ Pojmem „svá technologie“ zde Monaco poukazuje zejména na technologie přímo ovlivňující proces filmové výroby, tedy ty, která filmovým tvůrcům dopomáhají k vytvoření technicky i technologicky pokročilejšího audiovizuálního díla. Myslím, že je však potřebné vzít v potaz i ty technologie, které přímo výrobu filmu neovlivňují, ale kinematografie na jejich vznik nějakým způsobem musela reagovat. Kinematografie je totiž vždy vystavena konkurenčnímu tlaku ostatních médií, která ji tím pádem znatelně ovlivňují.

1.1 Kinematografie jako pojem

Kinematografie (slovo pochází z řeckých slov „kinéma“ – pohyb a „grafein“ – psát) souhrnně označuje veškeré činnosti spojené s filmem a s výrobou filmového díla.

1.2 Významné technologické proměny v historii

Médium filmu vždy musí reagovat na dobu, ve které se nachází. Díky novým technologiím se výroba filmu obohacuje o množství nových možností. S technologickým pokrokem je tu však také nutnost reagovat na konkurenci ostatních komerčních médií, které lákají publikum novými způsoby. Tato konkurence nabízí divákům možnost si vybrat, čemu bude věnovat svou pozornost. I díky těmto vztahům mezi novými médii, která postupně vznikala, musel filmový průmysl vyvíjet nové atraktivní postupy.

1.2.1 Televize

Televizní vysílání proměnilo kinematografii podstatným způsobem. V 50. a 60. letech se producenti museli potýkat s prudkým poklesem zisků zapříčiněným právě kvůli tomuto inovativnímu vynálezu. Televize dala lidem možnost audiovizuálního zážitku v pohodlí domova. Filmaři se proto snažili své publikum nalákat zpět do kin změnou fil-

¹ MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. Str. 64

mového designu. Vyvíjely se nové technologie, zachycující na filmovou surovinu poprvé barevný obraz (Technicolor, EastmanColor), zavedla se širokoúhlá plátna (Cinerama, CinemaScope), vznikaly první 3D filmy (Dům voskových figurín²). V USA dokonce experimentovali s novým systémem projekce s vůněmi (Aromo-rama, Smell-O-Vision - ty byly však pro vývoj kinematografie pouze slepou uličkou). Ve Spojených státech také vznikal fenomén „drive-in theatres“ neboli auto-kin, která tvořila ekonomicky úspornou variantu pro jejich provozovatele i návštěvníky.³

1.2.2 Magnetická média

Podobným průlomem byl pro kinematografii vznik videa a videokazet. Z distribučního hlediska se objevila zajímavá novinka, která dělala i ze starších filmů obchodovatelné zboží. Video mělo také vliv na filmový styl a žánry. Ačkoli se zpočátku zdálo, že by rozmach tohoto média mohl zapříčinit snížení návštěvnosti v kinech, bylo tomu právě naopak.⁴ První videorekordér pro domácí použití byl uveden na trh roku 1975. Vyvíjejí se nové modely divácké recepce, ve kterých už není film kolektivním zážitkem, ale je sledován individuálně v různý čas a na různých místech. DVD⁵, které se na trh dostalo poprvé v roce 1996, v podstatě jen vylepšilo technické možnosti, které už nastolilo video.

1.2.3 Internet

Rozšíření média internetu po celém světě kinematografii ovlivnilo zřejmě nejmarkantněji. Internet zajistil nové možnosti odbytiště filmů, nové distribuční cesty i možnosti spolupráce. V souvislosti se snadnou dostupností informací se zvýšilo povědomí publika i celé kinematografické obce o širších filmových souvislostech. Nejpodstatnější ránu však internet zasadil v podobě sdílení autorských děl. Fenomén pirátství, tedy nelegálního nabývání a rozšiřování filmových děl, je dnes jednou z nejdostupnějších variant, jak shlédnout filmové dílo. „Společnost Envisional zaměřující se na monitoring trhu zveřejnila novou studii, ze které vyplývá, že 23,8 % celosvětového provozu na internetu zahrnuje pirát-

² House of Wax (1953), režie: Andre de Toth

³ THOMPSON, Kristin a David BORDWELL. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. Str. 333 – 360.

⁴ Zde čerpám z osobních zápisků přednášky Markéty Dvořáčkové v předmětu Dějiny filmu.

⁵ Zkratka DVD značí v češtině „digitální videodisk“. Zkratka pochází z anglického „Digital Versatile Disc“ nebo „Digital Video Disc“

ství.“⁶ V souvislosti se snadnou dostupností filmů v dnešní době čelí kinematografie opět odlivu diváků z kin. Ředitel portálu Hollywood.com Paul Dergarabedian na úbytek diváků v kinech reaguje slovy: *"Konkurenční prostředí je teď tak intenzivní, že srdce a mysl diváků - a také samozřejmě jejich dolary - bude velmi těžké zachytit."*⁷ Kino přestává pomalu odpovídat hodnotám, které člověk v dnešním světě nastavuje. *„S tím, jak nastupovala nová média, to znamená hlavně televize a dnes internet, se kino dostalo na třetí kolej.“*⁸

Nezávislým filmařům však nové technologie spíše prospívají. Film se k divákovi prostřednictvím internetu dostane snadno z kteréhokoli konce světa, aniž by musel spoléhat na složitou distribuční cestu.

1.2.4 Vznik multikin

První multikino vzniklo v České republice v roce 1996, v době kdy návštěvnost kin byla velmi bídná. Tento systém vícesálových kin přišel do ČR z Ameriky, kde tento model již od 60. let fungoval. *„Nástup multikin znamenal zastavení sestupného trendu návštěvnosti a přinesl doslova generační obměnu.“*⁹ Klasická jednosálová kina musela reagovat na vznik těchto populárních projekčních dómů. Ačkoli jich mnoho kin díky větší konkurenci zaniklo, jiná se vyprofilovala zcela inovativním a dosud neznámým způsobem. *„Mnohá z nich investovala do modernizace, aby mohla divákům nabídnout srovnatelný zážitek. Některá vsadila na vyhraněnou dramaturgii a transformovala se na alternativní kina orientovaná na náročnějšího diváka.“*¹⁰ Multikina nastolila efektivní model provozování kin, který stabilizoval situaci světového i českého kinařství.¹¹

⁶ ČESKÁ PROTIPIRÁTSKÁ UNIE. *Podle nové studie 23,8 % provozu na internetu tvoří nelegální distribuce děl chráněných autorským právem* [online]. 31. leden 2011 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.filmnejsouzadarmo.cz/cs/kauzy/000512_podle-nove-studie-238-procent-provozu-na-internetu-tvori-nelegalni-distribuce-del-chranenych-autorskym-pravem.php>

⁷ ČESKÁ TELEVIZE. *Kina už tolik netáhnou, diváci jsou pohodlní* [online]. 7. 1. 2012. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/158946-kina-uz-tolik-netahnou-divaci-jsou-pohodlni/>>

⁸ HLASY A OHLASY TURNOVSKA. *Touš: Filmy i diváci se mění* [online]. 14.9.2011. 2011 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <<http://www.hlasyaohlasy.cz/tous-filmy-i-divaci-se-meni>>

⁹ PASEKOVÁ, Lucie. *Fenomén multikino* [online]. Brno, 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/179892/ff_m/Multikina_diplomova_prace.pdf> Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita. Str. 22

¹⁰ tamtéž, str. 28

¹¹ tamtéž, str. 74

1.3 Současná kinematografie

Vzhledem k tématu a rozsahu mé práce se soustředím zejména na počátek 21. století. Toto období je mnohem více než předcházející historická období ovlivněno rychlým vzestupem technologií a technik. Tímto vývojem je samozřejmě ovlivněna výroba a distribuce filmu, ale i sám filmový divák, který najednou může film uchopit daleko liberálněji než kdykoli předtím – může film sledovat pomocí zcela nových médií a sám může „konzumaci“ filmu přímo ovlivnit. *„Díky technologiím začaly obsahy k divákům proudit větším počtem kanálů (přes video, DVD a internet) a komerční filmaři najednou čelili novému světu.“*¹² Myslím, že tato změna je pro současnou kinematografii natolik podstatná, že je třeba se na ni a období, ve kterém se děje, soustředit. *„S nástupem digitálních médií se nerozvinuly pouze prostředky pro šíření filmu (a dalších prvků audiovizuální kultury), ale přinejmenším stejně výrazně také podoba recepce, tedy to, jak divák film vnímá, jakým způsobem o něm uvažuje, hodnotí jej a zařazuje do kontextu své kulturní i životní zkušenosti.“*¹³

Pojem „současná kinematografie“ tedy chápu jako souhrn všech změn, které se na poli kinematografie v její historii odehrály, neboť jsou vždy nějakým způsobem zrcadleny v současném stavu. *„Podle některých teoretiků nyní potřebujeme nový termín, který by označoval obecnou produkci audiovizuální komunikace a zábavy. Ať už je tato nepojmenovaná, ale vším prostupující forma natáčena na filmovou surovinu nebo na disk, ať už je distribuována v kinech či přes satelit nebo DVD – základní prožitek diváka zůstává stejný. Takže pokud mluvíme o filmu či kinematografii, obvykle máme na mysli všechny tyto nej-různější mediální formy.“*¹⁴

¹² KADEŘÁBKOVÁ, Jana. *Nová média a příběh v současné kinematografii* [online]. Brno, 2006 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/103899/fss_m/DP_Vse.pdf> Diplomová práce. Masarykova univerzita, FSS. Str. 12

¹³ VACEK, Patrik a Jana KRÁTKÁ. *Psychohygienu filmu: Stručný průvodce učitele a žáka* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://svp.muni.cz/ukazat.php?docId=302>>

¹⁴ KADEŘÁBKOVÁ, Jana. *Nová média a příběh v současné kinematografii* [online]. Brno, 2006 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/103899/fss_m/DP_Vse.pdf> Diplomová práce. Masarykova univerzita, FSS. Str.12

1.4 Vztah produkce a diváka

James Monaco upozorňuje na to, že „*funkce pozorovatele nebo konzumenta je v uměleckém procesu právě tak důležitá jako funkce umělce/producenta.*“¹⁵ Jestliže tuto důležitost vyzdvihuje ve vztahu k umění globálně, pak je toto tvrzení dvojnásobně důležité u filmu. Dále popisuje, že nové technologie posilují rovnost mezi konzumentem a producentem do té míry, že umělci mohou produkovat „polotovary“ neboť jejich konzumenti je mohou „*uspořádat jak se jim zlíbí*“.¹⁶ Upozorňuje tím na vyšší míru liberálního přístupu samotného producenta k jeho dílu. Producent uměleckého díla se dnes spíše přiklání k modelu, kdy dílo vytvoří a nechá jeho konzumenty zpracovat jej po svém.

Filmový průmysl se stal obchodním odvětvím jako každý jiný. Podle obecně platného marketingového vztahu nabídky a poptávky i zde platí, že to, co divák chce, to také dostává. Filmoví producenti se vždy přizpůsobovali svému publiku a dnes tomu není jinak. Filmový divák za sebou však dnes má „výchovu“ mnoha médií, která ovlivňují jeho vnímání podstatným způsobem, o němž budu na následujících stranách hovořit.. Jedná se zejména o „výchovu“ diváka směrem k pasivnímu přijímání díla, kdy očekává, že při nulovém výdeji energie ze své strany dostane ze strany uměleckého díla maximum zážitku. Kinematografie musí této tendenci čelit tím způsobem, že je nucena být stále dravější a atraktivnější. Co však producenti a distributoři vyhodnocují jako atraktivnější? Jelikož je, jako v každém jiném obchodním odvětví, nejpodstatnější ziskovost daného díla, řídí se výrobci úvahou „to na co se nejvíce chodí, to diváci nejvíce chtějí.“ Problém zůstává už jen v tom, že na vrcholu pyramidy zisku bude stát vždy mainstreamová¹⁷ oblíba. A kinematografie se tak dostává do „začarovaného kruhu“ neboli spirocyklického vývoje, kdy distributor dodává to, co je nejvíc chtěno, zároveň tím však „vychovává“ další diváky k přijímání filmového díla obdobným mainstreamovým způsobem. Pokud v tomto vývoji dále vezmeme v potaz to, že moderní divák je společností a ostatními médii vychováván ke zcela odlišnému modelu recepce, než k jakému byl veden dříve, dostáváme se tak na zajímavé a velmi důležité rozcestí v dějinách moderní kinematografie.

¹⁵ MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie.* Str. 32

¹⁶ tamtéž, str. 34

¹⁷ Pojem mainstream určuje „hlavní směr“ nebo také „střední proud“ oblíby.

Susan Sontag, filmová teoretička, která je stavem současné kinematografie znepokojena, srovnává vztah filmového průmyslu a umění v 60. letech se současností: „*Samo- zřejmě i tehdy panoval konflikt mezi filmovým průmyslem a filmovým uměním, mezi filmy vznikajícími v rutíně jako na běžícím pásu a filmy pokoušejícími se experimentovat. Ale tento konflikt nebyl tak hluboký, aby zabránil vzniku skvělých filmů, někdy v rámci mainstreamové produkce, někdy mimo ni. V současné době se rovnováha jednoznačně vychýlila směrem k filmovému průmyslu.*“¹⁸ Jan Touš, dlouholetý vedoucí filmového klubu pak dodává: „*Filmový průmysl je daleko víc komerční a konzumní, než býval třeba ve 40. nebo 50. letech a tak dále. Současná společenská situace vede k tomu, že se objevují určité typy filmů a na druhé straně určité typy diváků. A film je dnes spíš pro mladé než pro moji generaci*¹⁹ *a výrobci s tím počítají.*“²⁰

¹⁸ SONTAG, Susan. Úpadek filmu. *Cinepur*. 2011, č. 73

¹⁹ Jan Touš je narozen v roce 1936

²⁰ HLASY A OHLASY TURNOVSKA. *Touš: Filmy i diváci se mění* [online]. 14.9.2011. 2011 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <<http://www.hlasyaohlasy.cz/tous-filmy-i-divaci-se-meni>>

2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ VNÍMÁNÍ AUDIOVIZUÁLNÍHO DÍLA

2.1 Informační věk a jeho „vedlejší účinky“

Nacházíme se v takzvaném „informačním věku“.²¹ Informační věk je slovy Thomase Hyllanda Eriksena, norského sociálního antropologa, „*společnost, kde jsou nejdůležitějším produktem informace, nikoli průmyslové výrobky*“.²² Tento věk je kladen do opozice k industriálnímu věku. Informační věk je pojem těžko definovatelný a jednoznačně neurčitelný. Je však jisté, že souvisí s rychlým nárůstem technologických inovací, který probíhá zhruba v druhé polovině 20. století a v 90. letech se jedním z jeho hlavních hnacích motorů stal internet a jeho nekonečné možnosti využití. „*V poslední třetině 20. století technologická revoluce soustředěná okolo informací změnila způsob, jakým myslíme, žijeme, umíráme, vedeme válku i milujeme.*“²³ Informace se v tomto „věku“ stala základním stavebním kamenem jakéhokoli odvětví, klíčovou a nezaměnitelnou jednotkou. „*V informační společnosti platí, že informační technologie hrají klíčovou úlohu ve všech typech výroby. ... Je všeobecně známo, že zpracováváním informací se zabývá čím dál více lidí.*“²⁴ Dle Eriksena je jedním z hlavních problémů dnešní doby přesytenost člověka informacemi. Technologické možnosti zapříčinily vysoký nárůst produkce všeho ve všech možných sférách. Erikssen se nebojí vyslovit jednoznačná tvrzení: „*Informací není málo, ale příliš mnoho.*“²⁵ nebo „*Zdá se, že dnes postrádáme hlavně nedostatek informací.*“²⁶ Člověk je denně nucen prostřednictvím filtrování vybírat jen ty nejnnutnější informace, které ke svému životu potřebuje a zbytku těch nepotřebných musí neustále čelit. „*V dnešní době jsou tedy nejrůznější filtry, navigační programy a organizující principy nesmírně důležité.*“²⁷ A jaké jsou průvodní projevy tohoto informačního věku? Ocitáme se ve světě, jemuž dominují pojmy jako je rychlost, akcelerace, kvantita, nutnost zjednodušení. A uprostřed toho se nachází člověk s přirozeným sklonem se adaptovat.

²¹ ERIKSEN, Thomas Hylland. *Tyranie okamžiku*. Str. 16

²² tamtéž, str. 16

²³ CASTELLS, Manuel. *The Information Age : economy, society, culture*.

²⁴ ERIKSEN, Thomas Hylland. *Tyranie okamžiku*. Str. 22

²⁵ tamtéž, str. 26

²⁶ tamtéž, str. 27

²⁷ tamtéž, str. 27

2.2 Změna vnímání

Psychologie definuje vnímání jako mentální proces, který neustále probíhá v lidském mozku. V pojetí obecné psychologie je vnímání popsáno takto: určitý podnět zapůsobí na naše analyzátoři a tím vznikne počitek. Počitek je dále ovlivňován našimi zkušenostmi, pamětí, myšlením, dalšími individuálními psychickými vlastnosti jako například temperamentem nebo intelektem, či psychickými procesy mezi které patří pozornost, stupeň aktivity a jiné. Tento vjem, který vzniká, dále ovlivňují jednotlivé vlastnosti vnímání – výběrovost, zaměřenost a celostnost. Proces vnímání je složitou syntézou všech výše zmíněných faktorů. Díky dalšímu procesu odehrávajícím se v lidském mozku, pozornosti, vybíráme selektivně určité informace (zatímco jiné informace zcela ignorujeme), které dále analyzujeme.²⁸

Na tomto místě je znovu třeba zmínit přebytek informací. Člověk již není schopen obsáhnou kompletně vědění byt' jen úzce vytyčeného prostoru. Informace na něj každodenně útočí v obrovské kvalitě a rychlosti a stávají se mu protivníkem, vůči kterému se musí vymezovat. Marshall McLuhan²⁹ uvádí, že žijeme v takzvané mediální „globální vesnici“³⁰, což nám umožňuje získávat dříve neuvěřitelné množství informací. Dále uvádí, že jsme doslova zahlceni tokem informací. Se zvyšováním informací a podnětů, které jsme nuceni zpracovat, se snižuje schopnost zabývat se jednotlivou informací hloubkově a krátí se i čas, který jsme ochotni jednotlivé informaci věnovat. Objevuje se nutnost svou pozornost zjednodušovat. Lidská mysl je nucena přizpůsobovat se tempu světa, ve kterém se člověk nachází. Model, dle kterého se naučí efektivně fungovat, pak úspěšně fixuje a člověk se pak stává otrokem systémů, které si jeho mysl osvojila a přijala.

²⁸ NAKONEČNÝ, Milan. *Úvod do psychologie*.

²⁹ Marsall McLuhan (1911 - 1980) byl kanadský filozof, spisovatel, literární kritik a mediální teoretik.

³⁰ CALDA, Miloš. *Globální vesnice nebo globální město? Třicet pět let od vydání McLuhanova díla Jak rozumět médiím* [online]. 8/1999. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://tucnak.fsv.cuni.cz/~calda/McLuhan.html>>

2.3 Faktory ovlivňující současné audiovizuální vnímání

„Poslední dvě desetiletí dvacátého a přelom jednadvacátého století přinesly technologické změny, které ovlivnily jak vznik a vzhled filmů, tak jejich distribuci a konzumaci.“³¹ Divák se stal téměř úplně nezávislým na zprostředkovateli filmu. Vývoj publika směřuje poměrně jasně – v budoucnu se budeme setkávat se stále rozmanitějším a flexibilnějším publikem.

Jaké faktory tuto změnu zapříčinily a jak diváka ovlivnily? V následujících kapitolách se budu věnovat médiím, která ovlivnila lidské vnímání tím, podle mého názoru, nejpodstatnějším způsobem.

2.3.1 Televize

*Sledování televize je pro většinu lidí po celém světě nejoblíbenější činností, nebo spíše nečinností ve volném čase. Každý průměrný Američan tráví za svůj šedesátiletý život patnáct let před televizní obrazovkou.*³² Průměrný Čech je na tom poměrně „lépe“ co do počtu hodin strávených u televize. Dle společnosti ATO/Mediaresearch³³ stráví u televizní obrazovky více než osminu dne, tedy téměř tři a čtvrt hodiny denně. „K obrazovkám denně usedne 76 procent lidí starších 15 let“³⁴, píše Český Rozhlas Digital podle údajů publikovaných společností ATO. Škodlivost televize jakožto média samotného i obsahu televizního vysílání je nekonečně diskutováno. Aric Sigman³⁵ zkoumal 35 studií z různých respektovaných vědeckých i lékařských zdrojů a odhalil 15 biologických a kognitivních důsledků, které jsou důsledkem sledování televize. *Počet sledovaných hodin a věku, kdy se dítě začíná dívat na televizi, má ústřední vliv na záporné důsledky později v životě.*³⁶ Dále uvádí, že „*Neurovědci charakterizují sledování televize jako "neintelektuálně stimulační činnost" z hlediska mozkových funkcí.*“³⁷ Znamená to, že u sledování televizního pořadu od-

³¹ KADERÁBKOVÁ, Jana. *Nová média a příběh v současné kinematografii* [online]. Brno, 2006 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/103899/fss_m/DP_Vse.pdf> Diplomová práce. Masarykova univerzita, FSS. Str. 12

³² TOLLE, Eckhart. *Nová země: objevte smysl svého života*. Str. 168

³³ Asociace televizních organizací <<http://www.ato.cz/>>

³⁴ PÁTKOVÁ, Petra. *Nejvíce peněz plyne do televizní reklamy* [online]. 2007 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://m.rozhlas.cz/digital/media/_zprava/nejvic-penez-plyne-do-televizni-reklamy--400526>

³⁵ Aric Sigman je přední britský psycholog zabývající se patologickými jevy v moderní společnosti.

³⁶ SIGMAN, Aric. BRITSKÉ LISTY. *Sledování televize vede k tělesné i duševní degeneraci* [online]. 2007 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://blisty.cz/art/32967.html>>

³⁷ tamtéž

počíváme tak, že nevytváříme sami vlastní myšlenky, ale přejímáme myšlenkovou aktivitu televizní show. Stáváme se pasivními v procesu přijímání, dostáváme se do sledovacího transu, který je však sám o sobě oproštěný od naší vlastní mozkové činnosti.³⁸ A to je důvod, proč se stáváme závislými na této „aktivitě“. *„V tom je televize podobná alkoholu a některým dalším drogám. Zbavuje sice částečně břímě myšlení, ale bere si za to vysokou daň: ztrátu vědomí.“*³⁹ Marshall McLuhan řadí televizi mezi, tzv. horká média, to znamená mezi média, která nevyžadují žádnou myšlenkovou aktivitu příjemce.⁴⁰ Sledování televize nás v průběhu času tedy naučila vypínat mysl, při sledování programu. Je to totiž odpočinkové a příjemné.

Televize nás také dala svobodu volby, přinesla divákům demokracii. Dala nám právo projevit svůj divácký názor tak, že se na předkládaný program nebudeme dále dívat. Vždy existuje více programů, které je možno sledovat. Je tedy třeba posoudit a vyhodnotit, jestli je program, který právě sledujeme, hodný naší pozornosti. Současně na diváka působí tlak, který říká, že je třeba rozhodnout se rychle, neboť jiný simultánní program, který by mohl být lepší, mu, zatímco se rozhoduje, utíká. Pomocí televize se jako diváci učíme efektivně a v co nejkratším čase se rozhodnout, čemu stojí za to věnovat pozornost. To by mohlo na první pohled zdát jako jednoznačné pozitivum, neboť jde přece o krok od pasivity směrem k větší aktivitě, nese to s sebou ale bohužel i další úskalí. S neustálým vědomím, že na jiném programu může právě běžet něco zajímavějšího, zábavnějšího, je v divákovi, i když jen latentně, neustále přítomná myšlenka přepnutí na jiný kanál. Nikdy tak není soustředěn plně na jeden program, ale stále, byť jen podvědomě, zvažuje přepnutí.

Jak už jsem upozornila výše, mysl je zvyklá automatizovat si obvyklé procesy, které se v ní odehrávají. Když se potom tedy divák, jenž je již několik let „trénován“ televizí, rozhodne vychutnat si nerušeně film, ani si nemusí uvědomit, že jej podvědomě vždy bude ovlivňovat tento naučený způsob přijímání audiovizuálních děl.

2.3.2 Video, DVD, jiné přehrávače

Vznik videa výrazně ovlivnil kinematografii. Spolu s ovladačem dal divákům do rukou moc dělat si s filmem cokoli. Video nás naučilo film zastavovat a přetáčet když je

³⁸ TOLLE, Eckhart. *Nová země: objevte smysl svého života*. Str. 168

³⁹ tamtéž, str. 168

⁴⁰ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*.

nudný, vracet se k oblíbeným pasážím a kriticky hodnotit, jestli stojí za to si film na kazetě ponechat, nebo bude lepší přehrát ho filmem jiným. Divák se stal daleko nezávislejším z hlediska času. Nemusel se najednou přizpůsobovat vysílacímu času v kině nebo v televizi. Vznik videa také významně přispěl ke kulturnímu vzdělání každého z nás, neboť filmy se prostřednictvím videopůjčoven, nebo možnosti nahrávání z televize staly daleko dostupnějšími. Spolu s těmito výhodami však do naší mysli zasel semena první netrpělivosti.

Video bylo v roce 1996 nahrazeno technologií DVD. Vznik DVD vyvolal kulturní revoluci. „Z kulturního hlediska to znamená, že film nyní získává místo vedle literatury, hudby a výtvarných děl jako umění, které lze vlastnit a v němž lze lehce hledat. Zatímco kdysi jste museli jít do kina, anebo převíjet půl kilometru videokazety, než jste pracně našli scénu, kterou jste hledali, nyní založíte DVD a rychle si najdete v úvodním menu příslušnou kapitolu.“⁴¹ Toto médium oceňuje i režisér Peter Greenaway pro jeho jednoduchou interaktivitu. Projekce v kině považuje za přežitek a vychvaluje možnosti, které DVD umožňuje. „Jako médium mi mnohem víc vyhovuje DVD, na kterém můžete film při přehrávání zastavit a znovu spustit, přetočit sekvence, které vám připadají nudné, vrátit se k oblíbené scéně a pouštět ji znovu a znovu.“⁴² Dostupnost filmů je ještě silnější, neboť DVD se stala silnou obchodovatelnou jednotkou. Barbara Klingerová pak dodává, že DVD výrazně posílilo prodej „... a ze sběratelství učinilo běžnější typ zábavy ...“⁴³ „DVD v rukou veřejnosti budou mít obrovský dopad, který se ani nedá předem změřit. První utrpí tou ranou televize. Proč projíždět 139 primitivními televizními okruhy, když jste si právě v supermarketu koupili Někdo to rád horké a můžete si to pustit bez přerušování reklamami, upoutávkami a dalšími rušivými vlivy. Namísto frenetických televizních režisérů, kteří mění úhel kamery dvacetkrát za minutu budou pro nás dlouhé, uvolněné záběry Billyho Wildera, Felliniho a Johna Forda daleko příjemnějším koncem pracovního dne. Televize se bude muset změnit.“⁴⁴ Další obrovskou novinkou se stal bonusový materiál, který je k filmům na DVD většinou přiložen. Přispívá k rozvoji filmové vzdělanosti a zasazuje film do kontextu

⁴¹ BRITSKÉ LISTY. *Vznik DVD vyvolal kulturní revoluci* [online]. 2005. vyd. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://blisty.cz/art/25764.html>>

⁴² KOLÁŘ, Jan. *Nejradši ze všeho mám porušování pravidel: Rozhovor s Peterem Greenawayem*. Cinepur. 2011, č. 73, 63 - 67 s.

⁴³ SKOPAL, Pavel. *Globální Hollywood a domácí kino: Metologické výzvy a recepčních studií: Rozhovor s Barbarou Klingerovou*. Iluminace. 2005, roč. 17, č. 3 (59). Dostupné z: <http://www.iluminace.cz/Joomla/images/stories/obsahy/rozh_klinger_3_05.pdf>

⁴⁴ BRITSKÉ LISTY. *Vznik DVD vyvolal kulturní revoluci* [online]. 2005. vyd. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://blisty.cz/art/25764.html>>

reálné tvorby. Dovoluje divákovi nahlédnout do procesu složité výroby filmového díla. „*Soubor interviewů, nepoužitých scén a různých zajímavostí vytvářejí na DVD vlastně kritický aparát. DVD je vlastně nový žánr.*“⁴⁵ Barbara Klingerová však upozorňuje na to, že tyto podmínky byly nastaveny už v minulosti a DVD je pouze posílilo. „*Domnívám se, že DVD jednoduše posílilo jisté aspekty domácího sledování filmů, které existovaly již dosti dlouho před jeho uvedením na americký trh v roce 1997. Takže považuji za problematické uvažovat o DVD jako skutečném zlomu ve vztahu k tomu, co předcházelo, a vztáhnout jeho vliv k nějaké kulturní proměně. Místo toho upřednostňuji uvažovat o DVD v kontextu předchozího technologického vývoje v oblasti domácí filmové zábavy – touto historií je nutné se podrobně zabývat před tím, než bude možné plně zhodnotit specifický vliv DVD.*“⁴⁶ Jestliže nás však video naučilo, že nudný film je možný přetáčením přeskočit nebo zastavit, DVD tyto možnosti ještě posílilo. Jeho technický komfort a uživatelská příjemnost diváky ještě víc rozhýčkala. Vezmeme-li v potaz ještě fakt, že málokterý divák má doma obrazovku s vysokým rozlišením a kvalitní ozvučení, učí nás video, DVD a ostatní přehrávače zvykat si na sníženou technickou kvalitu filmů.

Dalším fenoménem se staly mobilní telefony, mp3 a mp4 přehrávače, iPody a jiné přenositelné přehrávače, v nichž je možné sledovat nejrůznější formáty videí. Tyto přehrávače zbavily film ukotveného místa a přenesly jej do prostorů každodenního života. Lidé, vlastníci tyto nejrůznější přehrávací zařízení, si zvykají sledovat film v trolejbusu, při čekání v bance, na autobusové zastávce, prostě kdekoli vznikne nutnost pár minut čekat. Zde je kvalita obrazu a zvuku opravdu směšná. Paradox této doby je, že technologický pokrok dovoluje film natáčet v dokonalé kvalitě, my jej však sledujeme na čím dál menších obrazovkách. Film, sledovaný tímto způsobem, se také stává časovou výplní, které věnuje divák pozornost po určitý čas, než vznikne možnost aktivně se zapojit do jiné činnosti.

2.3.3 Internet

Rozšíření internetu do českých domácností od jeho vzniku rapidně vzrostlo. Dle zprávy z listopadu roku 2011 je průměrně 62 % domácností v České republice připojeno k

⁴⁵ BRITSKÉ LISTY. *Vznik DVD vyvolal kulturní revoluci* [online]. 2005. vyd. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://blisty.cz/art/25764.html>>

⁴⁶ SKOPAL, Pavel. *Globální Hollywood a domácí kino: Metodické výzvy a recepčních studií: Rozhovor s Barbarou Klingerovou*. Iluminace. 2005, roč. 17, č. 3 (59). Dostupné z: <http://www.iluminace.cz/Joomla/images/stories/obsahy/rozh_klinger_3_05.pdf>

internetu. „Za pět let počet domácností s osobním počítačem vzrostl o 1,2 milionu (o 77 %) a internetem dokonce o 1,4 milionu (o 125 %).“⁴⁷ Internet se stal zásadním a gigantickým médiem dnešní doby. Nicholas Carr uvádí, že internet se stal dominantním médiem naší doby, před který není úniku.⁴⁸ V případě televizního vysílání využívá člověk volby mezi několika desítkami programů, v případě internetu se dostáváme k nepředstavitelné a nevyčíslitelné cifře možností.

V souvislosti s internetem se také nabízí zcela nová schopnost operačních systémů – multitasking. Toto slovo označuje schopnost operačního systému provádět zároveň několik úloh současně. Dnes zvládá multitasking každý počítač a mnoho typů mobilních telefonů. Máme tedy možnost rozpracovat najednou několik činností a tím pádem si zvykáme neustále odbíhat z jedné úlohy na druhou. Jestli to zvyšuje efektivitu práce či ne, je předmětem diskuze mnoha ekonomů. Člověk se přeskokováním z jedné úlohy na druhou vždy vytrhne z koncentrace, kterou pak musí znovu získávat. To ho stojí nezanedbatelné množství energie i času. „Někteří ekonomové ztráty způsobené multitaskingem a přetlakem informací vyčíslují na miliardy. Podle jednoho z výzkumů se zaměstnanec v kanceláři podívá, zda mu nepřišla nějaká nová zpráva, až čtyřicetkrát za hodinu.“⁴⁹

Lidský mozek se vyznačuje schopností neuroplasticity, tedy schopností vytvářet si nová propojení podle toho, jak je využíván. Pokud denně používáme počítač, náš mozek dostává signál, že je třeba, aby se této pravidelné činnosti přizpůsobil. „Experimenty ukazují, že lidem surfujícím po webu se už po několika málo dnech daleko více aktivují oblasti zaměřené na řešení problémů a přijímání rozhodnutí. Rozvíjejí se primitivnější funkce jako koordinace rukou a očí, jednoduché reflexy a zpracování vizuálních podnětů. Naopak se zhoršuje naše imaginace, schopnost soustředit se, promyšlet a vnímat problémy do hloubky, získané informace kriticky hodnotit, porovnávat a propojovat se staršími vědomostmi, a tím je ukládat do spolehlivější dlouhodobé paměti.“⁵⁰ John Carr přiznává, že výrazné změny ve vnímání pociťuje v první řadě u sebe. „Sednu si, abych si přečetl knihu nebo dlouhý

⁴⁷ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Na internet je připojeno 62 českých domácností ze sta* [online]. 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z:

<http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/na_internet_je_pripojeno_62_ceskych_domacnosti_ze_sta20111129>

⁴⁸ Nicholas Carr: *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*

⁴⁹ KOČÍ, Petr. *RESPEKT. Na hladině* [online]. 2010 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://freelance.peoplecomm.cz/?p=109>>

⁵⁰ tamtéž

článek. Ale po několika stránkách chce můj mozek provádět to, co dělá on-line: zkontrolovat e-maily, klikat na odkazy, něco si vygooglovat, skákat ze stránky na stránku.⁵¹ Stojíme na prahu přerodu změny schopností lidského mozku. Existují i odpůrci Carrových hypotéz, kteří změnu přijímají a zdůrazňují spíše to, co nového s ní člověk získá, než to, co by měl ztratit. „*Ekonom Tyler Cowen se domnívá, že sice ještě ubude lidí schopných dočíst Tolstého nebo Jirásku, zato ale budeme informace hbitě sbírat z mnoha zdrojů a zpracovávat v krátkých úsecích soustředěné pozornosti. Může to prý být schopnost rovnocenná, nebo dokonce nadřazená dlouhému soustředěnému čtení.*“⁵² Ať už chceme těmto změnám podléhat, nebo ne, je na každém z nás. To, že se však naše mysl v kontaktu s médiem internetu proměňuje, je očividné.

V souvislosti s audiovizuální tvorbou je třeba zmínit komunitní službu YouTube. YouTube je internetový server, který slouží pro sdílení videí. Existuje od roku 2005 a v současnosti na internetu dominuje v oblasti sdílení videí s přibližně padesátiprocentním podílem.⁵³ Tato služba se stala v krátkém časovém období velmi populární. „*Denně jej navštíví přes 30 milionů lidí a návštěvníci shlédnou každý den přes sto milionů videosekvencí.*“⁵⁴ Hraje tedy zásadní roli v šíření audiovizuálních děl. YouTube je svým způsobem televizí pro mladé s tím rozdílem, že zde nabízí miliony možností. Tento kanál je díky své rozmanitosti skvělým prostředkem k vyhledávání nejrůznějších informací. Pokud však člověk nemá jasný cíl, co chce vyhledat, brzy může zjistit, že nepozorně téká mezi nejrůznějšími videi, neboť je tu opět obrovský podvědomý tlak, který ho nutí k přepnutí aktuálního videa. Byť zde programy jako v televizi neběží simultánně, něco jako by člověku neustále říkalo, že není čas marnit svou pozornost na něčem, co není dostatečně fascinující. V oficiální nápovědě služby YouTube provozovatelé přímo nabádají tvůrce audiovizuálních snímků k opatrnosti před divákovou tékavostí. „*Věnujte zvýšenou pozornost prvním 15 sekundám každého videa. Je to okamžik, kdy vaši diváci video nejčastěji zavřou.*“⁵⁵

⁵¹ KOČÍ, Petr. RESPEKT. *Na hladině* [online]. 2010 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://freelance.peoplecomm.cz/?p=109>>

⁵² tamtéž

⁵³ RYLICH, Jan. LUPA.CZ. *YouTube aneb video pro každého* [online]. 2007 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://www.lupa.cz/clanky/youtube-aneb-video-pro-kazdeho/>>

⁵⁴ tamtéž

⁵⁵ GOOGLE. *Nápověda YouTube* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://support.google.com/youtube/bin/static.py?hl=cs&page=guide.cs&guide=1714169&topic=1715158>>

Internet je skvělým pomocníkem, bez kterého si již málokdo dnes dokáže svou každodenní existenci představit. Je však na disciplinovanosti každého uživatele, jestli jej využijí jako nástroj k snadnému získávání informací, nebo jestli z něj udělají prostředek, který bude negativně ovlivňovat schopnost koncentrovanosti a trpělivosti.

2.3.4 Multiplexová kultura

Vzhledem k nabytí divácké svobody a novým projekčním možnostem se provozovatelé kin opravdu musí snažit o své diváky nepřijít. V dnešní době lákají publikum mnoha způsoby. Jedním z nich je existence pohodlných multiplexů, spojující zábavu s „užitečným“. Již u vzniku těchto mnoho sálových projekčních domů stála jasná strategie spojení kinematografie s obchodním řetězcem. *„Poselství těchto nových kin, které se odráželo v jejich moderním designu a způsobu umístění, se změnilo. Kina už svým návštěvníkům nesdělovala, že je „čas snít“, ale že je „čas nakupovat“.*⁵⁶ Film se tak pro návštěvníka multikina stává pouhým produktem, který si mimo jiné v řetězci nákupů také pořídí. Strategie multiplexových řetězců připomínají filmový supermarket. Divák si má rychle vybrat z nabídky vychvalovaných výrobků dle názvu a traileru, jenž má za úkol přesně vystihnout všechna lákadla, která film může nabídnout.

Podstatným rysem multikin je také upřednostňování vybraných druhů filmů, byť by se na první pohled mělo zdát, že multikino by mělo nabízet bohatší škálu filmů než jednosálová kina. *„... multikina totiž často upřednostňují některé tituly a jiné zcela opomíjí. Ekonomické zdůvodnění je jasné: stále výrazněji se projevuje tendence, že několik málo nejúspěšnějších filmů vydělá kinům podstatnou část zisku. ... Multikina, která jsou závislá na zisku, protože nedostávají žádné dotace, se prostě jednoznačně musí na tyto komerčně úspěšné snímky soustředit, jinak by nepřežila. Odtud tedy pak plyne kritika multiplexů, které jsou obviňovány, že promítají pouze americké blockbustery⁵⁷ a opomíjí alternativní tvorbu, která masy tolik netáhne. Tato kritika je jistě z části oprávněná, většinu promítaných snímků tvoří americké komerční snímky, vždyť masový divák multikin na ně chodí a je*

⁵⁶ PASEKOVÁ, Lucie. *Fenomén multikino* [online]. Brno, 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/179892/ff_m/Multikina_diplomova_prace.pdf> Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita.

⁵⁷ Blockbuster – populární film, který je již od počátku plánování projektu zamýšlen jako „kasovní trháč“.

*to přesně to, co od multikina očekává. Bez uvádění těchto filmů by multiplexy neměly takovou pozici na trhu.*⁵⁸

Toto upřednostňování očekávaných kasovních trháků je často do očí bijící již při vstupu do multiplexu, či nákupního centra ve kterém se nachází. Některé filmy často vyplňují veškeré naše zorné pole, zatímco o jiných se dozvíme jen z programového letáku. Tato „komerční výběrka“ se samozřejmě uplatňuje i při sestavování programu daného kina na příští týden, kdy se hraje prostě to, co mělo dosud úspěch.

A oblíbenost multikin každým rokem stoupá. Důkazem toho může být fakt, že jejich počet se neustále zvětšuje a v současné době je jich v České republice 26. Častým fenoménem se pro Čechy stává trávit víkendy s rodinou v nákupních centrech. Distribuce musí na toto volnočasové přání reagovat dodávkou spousty rodině přístupných filmů, u kterých se nebude nudit rodič ani dítě. Otázkou zůstává, zda-li se toto široké zacílení (nebo chápání filmu jako obchodovatelného produktu) nemůže negativně odrážet v kvalitě daného snímku.

Multiplexová kina ovládají zhruba tři čtvrtiny české trhu s promítáním filmů v kinech. Vzhledem k tomuto číselnému vyjádření si proto myslím, že je důležité zamyslet se vážně nad tím, jak českého diváka tedy vychovávají.

⁵⁸ PASEKOVÁ, Lucie. *Fenomén multikino* [online]. Brno, 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/179892/ff_m/Multikina_diplomova_prace.pdf> Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita.

3 SOUČASNÁ KINEMATOGRRAFIE – AKCELERACE A ZJEDNODUŠOVÁNÍ

3.1 Vývoj recepce současného filmového diváka

Jak jsem již naznačila v minulých kapitolách, současný filmový divák je vychováván nej-různějšími vlivy, které na něj působí. Globálně řeší tento vývoj publika filmová teoretička Janet Staigerová, která v textu *Mody recepce*⁵⁹ zmiňuje několik pohledů ostatních současných teoretiků - Toma Gunninga, Miriam Hansenové a Timothyho Corrigan.

Gunning rozděluje kinematografii na dvě zásadní tendence. První pojmenovává jako „kinematografii atrakcí“, kterou časově ohraničuje jako období před rokem 1906 a také jako období současné avantgardy. Divák je v tomto období kritickým pozorovatelem, zapojuje se do procesu přijetí filmového díla, podléhá úžasu a konfrontaci. Současnou kinematografii pak Gunning označuje jako „kinematografii narativu“, která se vyznačuje divákem, coby pasivním pozorovatelem, pohrouženým v nepravdivé iluzi.

Miriam Hansenová se názorově v podstatě shoduje s Gunningem, jen časově upravuje tyto období podle svých názorů. Také souhlasí s tím, že v období mezi 30. a 50. lety, které pojmenovává jako „klasickou kinematografii“ byl divák soustředěný až kontemplativní, v kontrastu s raným a dnešním divákem, který film přijímá spíše jako rozptýlení a zábavu.

Třetí zmíněný teoretik Timothy Corrigan rozšiřuje tyto mody recepce o další zajímavé poznatky. Podle něj považoval divák v předklasické kinematografii (1896 – 1917) za důležitější samotnou aktivitu jít na film, než to, co je na plátně. Film sledoval sporadicky a tzv. letným pohledem. V klasické (1917 – dnes) a modernistické kinematografii (1950 – dnes) věnoval divák film upřený pohled, film četl a jeho pozornost byla velmi stabilní. Chození do kina bylo chápáno jako společenský rituál. V postmoderní kinematografii (70. léta – dnes) se divák vrací k letnému pohledu, sporadické pozornosti a chození do kina je pouze touhou vyrazit si ven (z anglického pojmu *outing*) za účelem úniku z běžného do-

⁵⁹ SZCZEPANIK, Petr. (ed.) *Nová filmová historie. Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury.*

máciho prostředí. Všichni tři teoretici se shodují v tom, že percepce dnešního diváka se navrácí k rané fázi kinematografie, kdy byl divák nesoustředěný a rozptýlený.

V předchozích kapitolách byla řeč o tom, jak média jako televize a internet už několik desetiletí vychovávají člověka / diváka k určitému způsobu konzumace audiovizuálního díla. Tato výchova vede člověka vlivem médií i dobou, ve které se nachází, k rychlosti a nesoustředěnosti. Divák je čím dál méně trpělivý není ochoten setrvat u jednoho podnětu delší dobu. To vede filmové tvůrce k neustálému ztraktivňování svých děl, aby se nestalo, že by se divák mohl nudit a současný film se tak ubírá cestou akcelerace a zjednodušování.

3.2 Zrychlující se střihová skladba

Velmi zřetelnou tendenci k zrychlování a zjednodušování můžeme pozorovat u rychlosti střihu. Jak uvádí David Bordwell a Kristin Thompsonová v knize Umění filmu: „Nejzřetelnější je skutečnost, že se dnes mainstreamové filmy střihají daleko rychleji než v období mezi lety 1930 – 1960. Tehdy film obvykle obsahoval tři sta až pět set záběrů, ale po roce 1960 se tempo střihu notně zrychlilo. Dnes může mít dvouhodinový film přes dva tisíce záběrů a akční film běžně obsahuje tři tisíce i více záběrů.“⁶⁰ S počtem záběrů se zkracuje i délka záběrů. Tento fenomén si v praxi můžeme ověřit dle mezinárodní databáze Cinematics⁶¹, kde je možno dohledat průměrnou délku záběru.⁶² Pokud vezmeme například filmovou tvorbu amerického režiséra Martina Scorseseho, vidíme jasně zrychlující se tendenci střihové skladby.

Tab. 1 – Průměrná délka záběrů ve vybraných filmech M. Scorseseho

| název filmu (originální název) | rok výroby | průměrná délka záběru |
|--------------------------------|------------|-----------------------|
| Taxikář (Taxi Driver) | 1976 | 7,9 sekund |
| Zuřící býk (Raging Bull) | 1980 | 6,9 sekund |

⁶⁰ BORDWELL, David a Kristin THOMPSONOVÁ. *Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu*. Str. 324

⁶¹ CINEMATRICS. *Cinematics Database* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://www.cinematics.lv/database.php>>

⁶² ASL – Average Shot Length – průměrná délka záběru

| | | |
|---------------------------------------|------|------------|
| Mafiáni (Goodfellas) | 1990 | 6,5 sekund |
| Casino (Casino) | 1995 | 5,1 sekund |
| Gangy v New Yorku (Gangs of New York) | 2002 | 4,3 sekund |
| Skrytá identita (The Departed) | 2006 | 3,2 sekund |
| Prokletý ostrov (Shutter Island) | 2010 | 4,3 sekund |
| Hugo a jeho velký objev (Hugo) | 2011 | 4,1 sekund |

Samotní tvůrci jsou si tohoto trendu vědomi a někteří o něm nepříliš nadšeně hovoří. Například již zmíněný Martin Scorsese v dokumentárním filmu *Cutting Edge*⁶³ hovoří o tom, že s tímto obecným trendem zrychlování filmu není příliš spokojen. Jak vyplývá z uvedené tabulky, je však i on nucen se pod tlakem vnějších okolností přizpůsobovat.

Zvyšování počtu záběrů samozřejmě ovlivňuje i informaci, kterou jednotlivé záběry nesou. „Scény jsou dnes spíše než z celků vystavěny z poměrně detailních záběrů na jednotlivé postavy a bývá tomu částečně právě díky rychlejšímu střihu.“⁶⁴ Čím více je tedy záběr detailnější, tím méně informace může nést. Vítězí tedy kvantita nad kvalitou, neboť detailní a rychlý záběr je divák schopen číst jen povrchním způsobem. Informaci v něm si nemůže hledat, ale je mu přímo předložena v takové podobě, v jaké tvůrce chce, aby ji div⁶⁵ák dostal. Režisér Steven Spielberg o této problematice zrychlování hovoří takto: „Byl bych rád, kdyby režiséři uvěřili, že diváci mohou sestříhat film svými očima, jak tomu bývá u divadelních her, kde si publikum během představení vybírá, na koho se bude dívat. Dnes se provádí spousta střihů a natáčí spousta detailů, za což podle mě může televize.“

Bordwell a Thompsonová potvrzují, že spousta teoretiků a historiků vidí důvod právě ve vlivu televize na diváka. „Soudobé filmy se vysílaly televizními stanicemi v 70. letech a byly k dispozici na videu v 80. a 90. letech. Jakmile se lidé začali dívat na filmy doma na obrazovce, a ne na plátně v kině, filmaři tomu přizpůsobili své postupy.“⁶⁶ Dynamický střih je podle nich obranou, jak učinit film pro diváka atraktivnějším neboť u tele-

⁶³ Cutting Edge: The Magic of Movie Editing (2004)

⁶⁴ BORDWELL, David a Kristin THOMPSONOVÁ. Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu. Str. 324

⁶⁵ tamtéž, str. 278

⁶⁶ tamtéž, str. 324

vizní obrazovky je tvůrce neustále v ohrožení, že bude jeho film přepnut, nebo nahrazen úplně jinou aktivitou. Bordwell a Thompsonová dále naznačují, že na menších televizních obrazovkách je také snazší a zábavnější sledovat detailní rychlé záběry, velké celky působí velmi nezřetelně a divák by se nich snadno mohl ztratit, čímž by film vyhodnotil záporně.

3.3 Amerikanizace filmového průmyslu

V přehledu nejúspěšnějších filmových snímků posledních let, mě takřka šokoval jeden do očí bijící fakt. A to, že většina filmů, které u českého diváka bodují, pochází z dílny Spojených států amerických. Budeme-li vycházet z dostupné statistiky padesáti nejúspěšnějších filmů za rok 2011⁶⁷, zjistíme že 33 filmů je americké provenience, 14 české a pouze 3 jsou filmy z ostatních evropských zemí. Souhrnná statistika od roku 1999 do roku 2011 pak jasně ukazuje na fakt, že mezi padesáti nejúspěšnějšími filmy, které se do kin za daný rok dostanou, je 66 % filmů amerického původu, 24 % tuzemských a pouze 10 % tvoří ostatní evropské a neevropské filmy. „Většina amerických produktů se v současnosti vyvážá právě do Evropy. Americké filmy ovládají zhruba tři čtvrtiny evropského filmového trhu, americké televizní show zabírají 25 až 30 procent vysílacích časů evropských televizních stanic.“⁶⁸

Faktorů, ze kterých tento trend vychází, můžeme odvozovat hned několik. Jako velmi podstatný fakt vidím to, že vedoucí distribuční společností, dodávající filmy na český trh, je Bontonfilm a.s., společnost s bohatou americkou tradicí. „Bontonfilm v kinech exkluzivně zastupuje tradiční hollywoodská studia 20th Century Fox, Paramount, Universal a DreamWorks, dále uvádí filmy produkované menšími studii a nezávislymi producenty. Soustředí se také na spolupráci s českými producenty a uvádění domácí filmové produkce v kinech.“⁶⁹ A český divák pak prostě „bere to, co je k dispozici“. Bontonfilm uvádí do čes-

⁶⁷ Dle statistiky Unie filmových distributorů, dostupné z: <<http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky>>

⁶⁸ EUROPEUM, institut pro evropskou politiku. *Zboží, nebo kulturní hodnota? - Evropské tažení proti amerikanizaci filmové a televizní tvorby* [online]. 2001 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://www.europeum.org/cz/integrace/31-integrace--9/735-zbozi-nebo-kulturni-hodnota-evropske-tazeni-proti-americanizaci-filmove-a-televizni-tvorby>>

⁶⁹ BONTONFILM a.s. Historie společnosti [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://www.bontonfilm.cz/historie-spolecnosti.html>>

kých kin každým rokem průměrně 373 filmů⁷⁰, nutno podotknout že ostatní distribuční společnosti se s počtem uvedených filmů nedostávají nikdy přes 100 kusů.

Dalším podstatným vodítkem k alespoň částečnému rozkódování této tendence může být právě popularita jednoduchosti a srozumitelnosti v současném filmu. Klasická hollywoodská filmová tradice, která má jasný vliv na celou americkou filmovou kulturu, tuto jednoznačnou srozumitelnost do jisté míry silně dodržuje. „*Bordwell velmi důkladně vymezuje základní charakteristiky stylu a narace klasického hollywoodského filmu. Syžet respektuje klasické uspořádání, předpokládající úvodní stav rovnováhy, jeho porušení, boj o obnovu a konečné opětovné dosažení rovnováhy. Charakteristická je přítomnost dvou linií zápletky, z nichž jedna zahrnuje heterosexuální vztah a druhou představuje rovina "práce" - akce, války, jiných osobních vztahů. ... "Hladkost" klasického stylu umožňuje plynulé sledování děje, skrývá časové a prostorové mezery, vylučuje takové prvky, které upozorňují na samotný proces vyprávění (typické je např. striktní vyloučení pohledu postavy do kamery). Škála stylistických prostředků je jasně vymezena.*“⁷¹ Rovněž v tematické rovině se můžeme odvolat na „klasický hollywood“, který nastavil jednoznačné příběhy s dobrými konci často vytvořené pro velmi širokou cílovou skupinu.

„*Evropská kultura se amerikanizuje a ani kvóty na evropská díla tento trend pravděpodobně nezvrátí. Pro evropskou kulturu v globalizujícím se světě to ale není žádná katastrofa. Stejně jako se v programu televize Nova občas najde kvalitní a vydařené dílo a v programovém schématu České televize pořad, při kterém se "veřejnoprávní divák" chytá za hlavu, objevují se i v záplavě amerického zboží snímky, které nejsou jen brak.*“⁷²

3.4 Obliba filmových sérií a „recyklace“ filmů

Filmová série je pojem označující po sobě jdoucí více či méně navazující celovečerní filmy, které jsou spojeny stejnou tematikou a ústředními postavami. Původ praxe vytváření těchto sérií pochází již z éry němého filmu. Tehdy vznikaly grotesky ve volně navazující

⁷⁰ Dle statistiky Unie filmových distributorů, dostupné z: <<http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky>>

⁷¹ SKOPAL, Pavel. *Evropa a Hollywood: Spletitá historie jednoho vztahu*. Cinepur. 2001, 23 - 24. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=20>

⁷² EUROPEUM, institut pro evropskou politiku. *Zboží, nebo kulturní hodnota? - Evropské tažení proti amerikanizaci filmové a televizní tvorby* [online]. 2001 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://www.europeum.org/cz/integrace/31-integrace--9/735-zbozi-nebo-kulturni-hodnota-evropske-tazeni-proti-americanizaci-filmove-a-televizni-tvorby>>

řadě, jejichž pojítkem byl často jen hlavní hrdina. Filmové série vznikají převážně z komerčních důvodů v případě, kdy předchozí snímky byly ziskově úspěšné, nebo když se to již dopředu předpokládá. Tento řetězec filmových děl tedy vzniká postupně podle komerčního úspěchu jednotlivých dílů série. Filmová série je pro producenty velmi dobře využitelná, neboť při dobrém nastavení marketingového plánu a celkového promyšlení projektu, zaručuje poměrně jistou návratnost zisků. Jedním z nejdůležitějších kroků k úspěchu je vytvoření „kultu“, který láká publikum nejen na samotné filmové dílo, ale také na doprovodnou mediální kampaň. Ta zapojuje diváky do kontextu filmových hrdinů nenápadnými marketingovými „pastmi“, na jejichž počátku může být pouhá sympatie k filmu, poté se však divák přes materiální touhy, jak je například sběratelství, čím dál více přibližuje filmovým hrdinům a identifikuje se s nimi. Tato obliba filmových sérií je dnes velmi znatelná. Filmy vznikající v rámci těchto sérií, bývají často za účelem zvýšení pozornosti nazývány jako kultovní už ve fázi uvádění do kin. *„Právě fenomén kultovního filmu je ovšem dnes živnou půdou pro nejrůznější chladnokrevné kalkulace producentů. Lákavá nálepka kultu se dnes běžně používá jako reklamní lákadlo pro rádoby nezávislou mainstreamovou produkci, flirtující s nejrůznějšími subkulturami. A může se dokonce vnutit i do reklamního sloganu nějakého konvenčního dílka, které teprve přichází do kin.“*⁷³

Již dobře známé filmové série často využívá možnosti vytvoření „prequelu“. Prequel je dílo, které předchází k ději již uvedený film a dovysvětluje divákům, co se stalo dříve v minulosti.⁷⁴ Příkladem může být jedna z nejúspěšnějších filmových sérií vůbec – Hvězdné války (Star Wars), jejíž epizody IV., V. a VI. byly natočeny v letech 1977–1983, zatímco první tři epizody byly vytvořeny jako prequely až mezi lety 1999 a 2005. Dějově navazující epizody, které časově lineárně pokračují kupředu, jsou označovány jako „sequely“.

Obliba filmových sérií je v současné kinematografii vysoká. V roce 2011 se dostalo mezi 50 nejúspěšnějších filmů v české distribuci 17 filmů⁷⁵, které jsou součástí určité filmové série. Mezi věčně divácky atraktivní lze zařadit Harry Potter, Pán prstenů, Piráti z Karibiku, Shrek, Twigliht, X-Men, Batman, Spider-Man a mnoho dalších. Popularita těchto v podstatě opakujících se filmů není ničím zarážejícím. Jako jeden z velmi podstat-

⁷³ PROKOPOVÁ, Alena. Alenčin blog. *Kult ve filmu* [online]. 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <<http://alenaprokopova.blogspot.com/2011/12/kult-ve-filmu.html>>

⁷⁵ Dle statistiky Unie filmových distributorů, dostupné z: <<http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky>>

ných faktorů vidím to, že divák dnes potřebuje přesně vědět, na co se bude dívat. A není tím myšlen návštěvník kina, u něž hraje roli nervozita z investovaného vstupného. I běžný divák, sledující film jinde než v kinosálu, dnes touží po jistotě, že čas, který do filmového díla vloží, bude dobře investován. V podstatě není čas experimentovat. Diváci dnes vyhledávají určité typy zábavy a pokud přijdou na chuť určitému filmu, rádi mu budou věnovat čas ještě několikrát v podobných obměnách. Touha po opakování prožitku vede diváka k vyhledávání podobných tematik a tvůrci filmu pak trpí nechutí experimentovat a tedy diváka nezklamat.⁷⁶

Tato „recyklace“ podobných témat vede tvůrce i k vytváření „oživovaných“ filmů, které se odehrávají po několika letech a ukazují publiku, že hlavní hrdinové stále ještě existují a jejich životy jsou pro diváka pořád zajímavé. Jako aktuální příklady můžeme zmínit například *Saxána a Lexikon kouzel*⁷⁷, nebo *Prci, prci, prcičky: Školní sraz*⁷⁸. „*Zatímco základ skvělého filmu dnes, více než kdy jindy, spočívá v jeho jedinečnosti, komerční filmová produkce najela na systém nabubřelých odvozenin, velkovýrobu bezostyšných kombinací a variací notoricky známých postupů, rycklovaných v naději, že budou znovu a znovu úspěšné.*“⁷⁹

Základním rysem současné „intertextové kinematografie“, tedy kinematografie, která čerpá z ostatních současných filmů nebo děl z minulosti, je také „quotespotting“, který hraje podstatnou roli i v případě „recyklovaných“ filmů. Quotespotting označuje „*potěšení ze zahlédnutí konkrétní citace a identifikování jejího vzoru*“ a hraje podstatnou část diváckého zážitku.⁸⁰

⁷⁶ ŠIMÍČEK, Michal. *Finanční, komerční a umělecké aspekty tvorby Jana Svěráka* [online]. Brno, 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z:

<http://is.muni.cz/th/147102/ff_m/Financni_komerzni_a_umelecke_aspekty_tvorby_Jana_Sveraka_diplomova_prace_Michal_Simicek.pdf>. Diplomová magisterská práce. Masarykova univerzita, FF, Ústav hudební vědy.>

⁷⁷ *Saxána a Lexikon kouzel* (2011), režie: Václav Vorlíček

⁷⁸ *American Pie: Reunion* (2012), režie: Jon Hurwitz, Hayden Schlossberg

⁷⁹ SONTAG, Susan. *Úpadek filmu*. Cinepur. 2011, č. 73

⁸⁰ FLÍGL, Jiří. *Speed racer: Malý krok pro tržbu, velký krok pro kinematografii*. Cinepur. 2008, č. 58. Dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1460>>

4 BUDOUCNOST FILMU

Susan Sontag srovnává situaci současné kinematografie se životním cyklem. Podle ní stoletá existence tohoto média dávno překlenula období slávy a nyní se nachází v poslední dekádě nezvratného úbytku sil. Z filmu se podle ní vytratilo to, co dobrý film dělalo vždy dobrým filmem – postupy porušující pravidla a praktiky, díla, vznikající „navzdory systému“. Z diváků se vytratila touha, nořit se do cizích osudů, opouštět vlastní život a žít alespoň na chvíli jiný, iluzorní a filmový. Obrazy jsou dnes promítány v libovolných velikostech na všech možných plochách, ale právě tato jejich všudypřítomnost „*spolehlivě podkopala kvalitativní nároky, které lidé kdysi kladli jak na umělecké, tak na komerční filmy.*“⁸¹. Jako jeden ze zásadních důvodů úpadku filmu vidí Susan Sontag odliv diváků z kin do jiných prostor. „*Filmové obrazy působí zčásti už jen svou fyzickou přítomností; bez „chození do kina“ však tento proces nikdy není úplný. Pokud jste některý z velkých filmů shlédli v televizi, znamená to, že jste ho vlastně neviděli. Nejde jen o velikost obrazu, o nepoměr obrovského plátna v kině a maličké obrazovky doma. Filmy dnes nemají standardizovanou šířku a vaše obrazovka může pokrývat celou stěnu v obývacím pokoji nebo ložnici. Stále se však na ni budete dívat v obývacím pokoji nebo ložnici a domácí prostředí je k nárokům, které film klade na pozornost diváka, krajně neuctivé. Aby vás film mohl unést, musíte být v kině, sedět ve tmě, obklopeni neznámými lidmi.*“⁸² Podle Sontag umřelo v lidech to, co celý proces filmu dělalo jedinečným a magickým prožitkem – láska k filmu. Na konci své eseje uvádí, že „*má-li být film vzkříšen, může k tomu dojít pouze skrze zrození nového druhu lásky k filmu.*“⁸³

Dalším zástupcem názoru, že „film je mrtev“ je režisér Peter Greenaway. Peter Greenaway se k situaci staví jiným způsobem. Oprostil se od klasické podoby filmu a prosazuje nové interaktivní postupy, které budou schopny konkurovat ostatním médiím. Digitalizace a moderní technologie podle něj udělaly z klasického filmu mrtvé médium, které už není třeba dál oživovat. „*Ale co na tom – jestliže je klasické kino pryč, proč recyklovat padesát nebo sedmdesát let staré postupy? Proč tlačit publikum do stejně nepohodlné a pasivní*

⁸¹ SONTAG, Susan. *Úpadek filmu*. Cinepur. 2011, č. 73

⁸² tamtéž

⁸³ tamtéž

pozice, kterou jim diktuje architektura a logika kinosálu?“⁸⁴ Na místo toho, je potřeba zaměřit se na nová východiska, jak říká Greenaway. Smysluplnější než točit celovečerní snímky mu přijde například točit filmy určené pouze na displej mobilních telefonů. „*Je jasné, že svůj slovník a syntax jsem musel přizpůsobit jak rozměrům displeje, tak zcela odlišnému způsobu pozornosti, kterou mu budou diváci věnovat na zastávce tramvaje, během snídani, nebo – co já vím – po dobu, kdy trůní na záchodě.*“⁸⁵

Matěj Mětelec zmiňuje, že hlavní tendence komercializace filmového průmyslu nastala v 60. – 70. letech, kdy byl hollywoodskými producenty vymyšlen blockbuster. „*Cinefilie vymizela proto, že filmy samy přišly o svůj osvobodivý status, o schopnost přinášet radikálně nové podněty, o otevřenost.*“⁸⁶ Nad vším podle něj zavládla jednotná tyranie ze strany producentů. Matěj Mětelec však jako Susan Sontag zastává názor, že aby byl film jako soběstačné a sebevědomé médium znovu zrozen, musí povstat v nové objevné podobě. Pokud se má film nadále vyvíjet, je třeba nelpět na formálních postupech a strukturách a podpořit jeho proměnu.

⁸⁴ KOLÁŘ, Jan. *Nejradši ze všeho mám porušování pravidel: Rozhovor s Peterem Greenawayem*. Cinepur. 2011, č. 73, 63 - 67 s.

⁸⁵ tamtéž

⁸⁶ MĚTELEC, Matěj. *Mimo princip autority: Esej o životě a smrti filmu*. Cinepur. 2011, č. 73.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

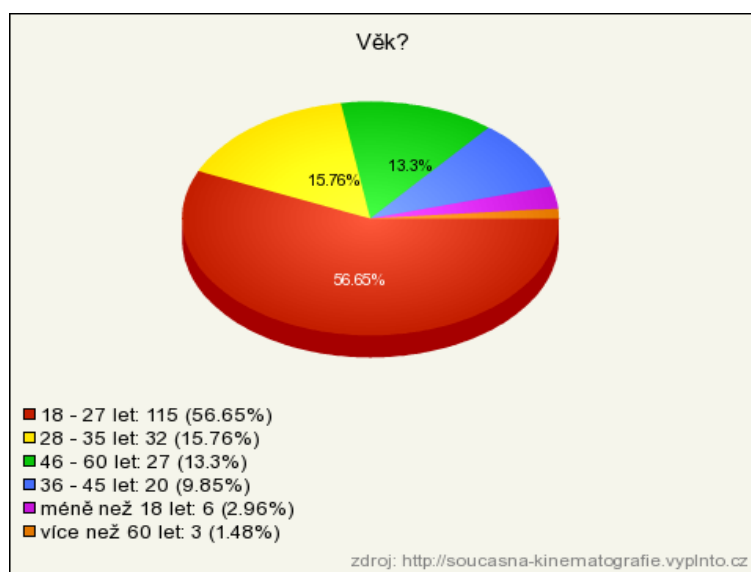
5 VEŘEJNÝ PRŮZKUM

5.1 Cíl průzkumu

Cílem mého průzkumu bylo zjistit, jaké jsou divácké návyky a postoje v současnosti. V průzkumu jsem se zejména soustředila na faktor netrpělivosti a míru ochoty, kterou současný divák do procesu zpracovávání filmového díla přijímá.

5.2 Statistická charakteristika

Veřejný průzkum probíhal formou anonymního dotazníku, který byl dostupný online prostřednictvím dotazníkové služby VypInTo.cz⁸⁷, a který jsem také distribuovala přímo respondentům v tištěné podobě. Dotazníku se zúčastnilo celkem 203 respondentů, z toho 64% žen a 36% mužů. Věkově byla nejpočetněji zastoupena skupina lidí ve věku 18 – 27 let (57% respondentů), další početnou skupinu tvořili lidé ve věku 28 – 35 let (16%) a lidé ve věku 46 – 60 let (13%).



Obr. 1 – Věkové rozložení respondentů

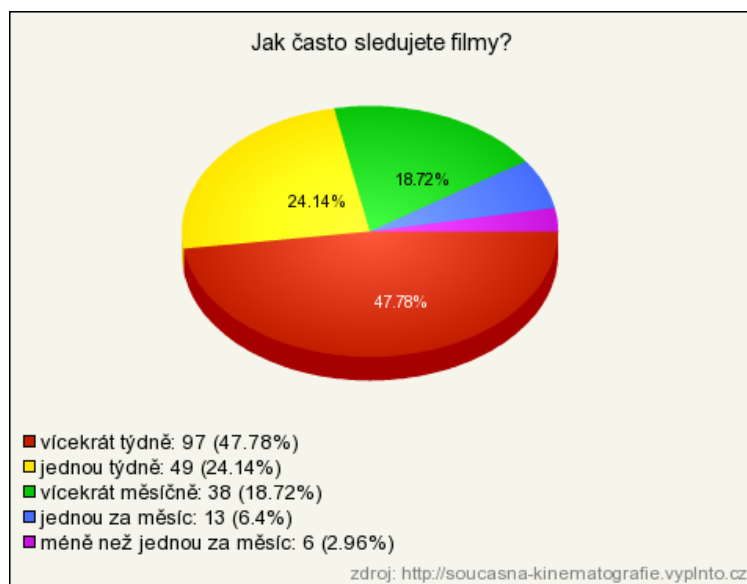
Dotazník měl celkem 29 otázek a každý respondent se jim věnoval průměrně 10,5 minuty. Na základě výsledků dotazníkového šetření, jsem vybrala několik otázek, které poskytují relevantní výpovědi a dají se zohledňovat vzhledem k naznačené problematice.

⁸⁷ <http://soucasna-kinematografie.vyplnto.cz>

Těm se budu v další kapitole podrobněji věnovat. Kompletní podobu dotazníku přikládám v příloze této bakalářské práce.

5.3 Zkoumané výpovědi

Otázka č. 3 – Jak často sledujete filmy?



Obr. 2 – Ot. 3: Jak často sledujete filmy?

Z odpovědí na otázku „Jak často sledujete filmy?“ vyplývá, že film je stále poměrně vyhledávaným zážitkem a lidé jsou zvyklí na filmy se stále dívat. Celkem 48% respondentů se vyjádřilo, že se na filmy dívá častěji než jednou týdně, dalších 24% jednou týdně.

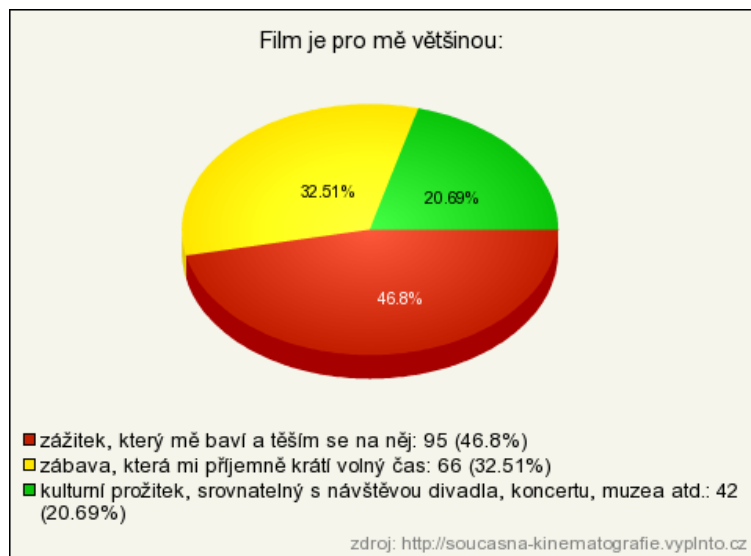
Otázka č. 4 – Film je pro mě většinou ...

U této otázky musel respondent zvolit jednu z nabízených odpovědí, které byly formulovány takto:

- zážitek, který mě baví a těším se na něj
- zábava, která mi příjemně krátí volný čas
- kulturní prožitek, srovnatelný s návštěvou divadla, koncertu, muzea atd.

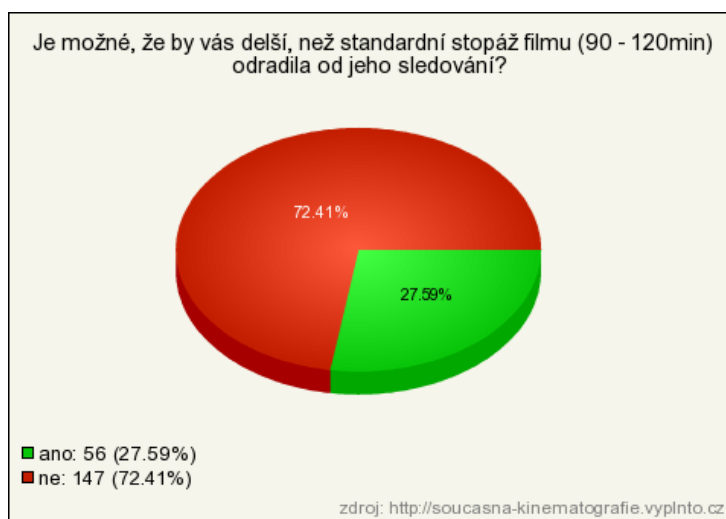
Pro první možnost se rozhodlo 47%, pro druhou 32% a pro třetí 20%. Ačkoli zde nejsou výsledky zcela jednoznačné, dovoluji si usuzovat, že sledování filmu se dnes posouvá více

směrem k „zábavě“ než ke kulturnímu zážitku. Jak uvádí James Monaco „*Umělecké dílo už dnes není svaté.*“⁸⁸, stává se spíše produktem, jednou možností z mnoha a zájem lidí se svým způsobem proměňuje.



Obr. 3 – Ot. 4: Film je pro m většinou:

Otázka č. 9 – Je možné, že by vás delší než standardní stopáž filmu (90 – 120 min) odradila od jeho sledování?



Obr. 4 – Ot. 9: Je možné, že by vás delší než standardní stopáž filmu (90 – 120 min) odradila od jeho sledování?

⁸⁸ MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie.*

Zde se netrpělivost lidí neprojevila zásadní způsobem. Lidé jsou stále zvyklí, že když už se na film dívají, vyhrazují mu čas okolo dvou hodin a tento fakt na ně nepůsobí negativně. Otázkou zůstává, jak by tomu bylo se stopáží delší než 160 – 180 minut.

Otázka č. 11 - Považujete za podstatné vidět film v kině?

U této otázky vybíral respondent mezi odpovědi „ano“ a „ne“. Výsledky této odpovědi mě překvapily, neboť dokazují, že člověk si již dnes neuvědomuje fakt, že film je primárně vyráběn jen pro distribuci v kině. Ostatní média poskytují divákovi jen nadstandard možností. Málokdo zřejmě ještě dnes doceňuje kvantum práce s jakou je dílo vyrobeno tím, že ocení technické kvality filmu v jediné formě, která jim dá vyniknout – v kině. Zde je podle mého názoru znovu vidět posun od „uctívání“ filmu k jeho „konzumování“. Filmové dílo dnes není nic svatého, přistupuje se k němu jako k pouhému produktu, který může být směle „odhozen“, pokud není dostatečně atraktivní. Myslím, že tato tendence se může pojit s kvantitou filmů, které má člověk možnost shlédnout. Jen v roce 2011 se do české distribuce dostalo 1187 filmů, z toho 247 premiérových. Pokud by člověk chtěl shlédnout všechny premiéry, musel by chodit do kina každý jeden a půl den. Tato přesyceňnost filmy, podle mého názoru, velmi přispívá k dehonestaci filmového díla. 66% dotázaných nepovažují za nutné film vidět v kině, 34% to chápe jako nutnost.

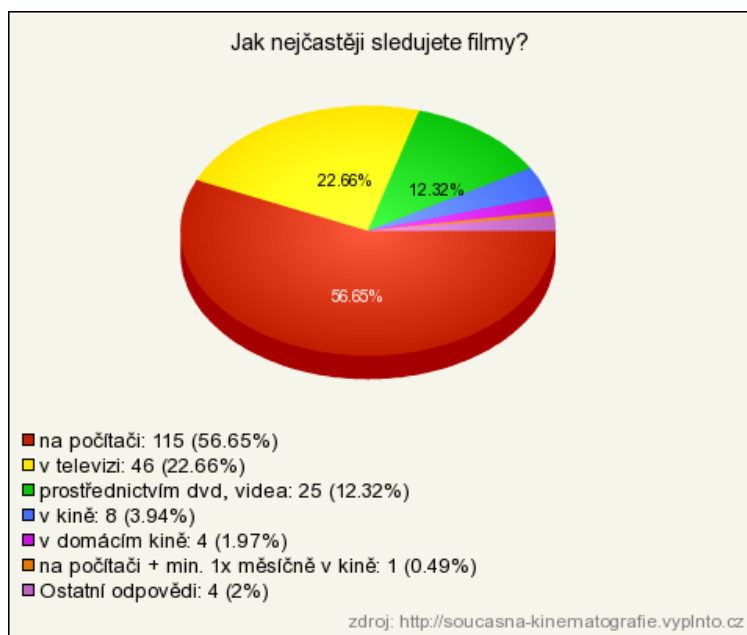


Obr. 5 – Ot. 11: Považujete za podstatné vidět film v kině?

Otázka č. 12 - Jak nejčastěji sledujete filmy?

U této otázky si mohl respondent vybrat z nabízených možností – na počítači, v televizi, prostřednictvím videa / DVD přehrávače, v kině, v domácím kině, nebo napsat

svou vlastní odpověď. 57% respondentů odpovědělo, že většinou sledují film na počítači, dalších 23% v televizi a 12% prostřednictvím videa a DVD přehrávače.



Obr. 6 – Ot. 12: Jak nejčastěji sledujete filmy?

Zde je velmi dobře naznačeno, že divák je ve většině audiovizuálně vychováván sledováním filmů v televizi a na počítači. Malá obrazovka či ořez obrazu v televizi nedává vyniknout většině důležitým detailům, nebo vodítkům v obrazu. Zvuková složka filmu je snad poškozena ještě silněji než obrazová, málokterý divák má doma vybudovaný kvalitní sound system, který poskytuje kompletní zvukový zážitek tak, jak byl zamýšlen týmem zvukařů. Steven Spielberg prohlásil, že 80% zážitku z filmu vytváří právě zvuk.

U televizního sledování si divák také zvyká na pravidelné vytrhávání z děje, které způsobují reklamní vstupy. Při pravidelném sledování televize se pak člověk může naučit očekávat tuto pauzu a to jej může vést ke zvýšené netrpělivosti vůči filmům.

Nabízí se tedy otázka, zda jsme tedy vůbec schopni posoudit film, který jsme viděli mimo kinosál.

Otázka č. 13 – Proč volíte tuto možnost?

Respondent musel vlastními slovy vysvětlit z jakého důvodu volí možnost sledování filmu formou, kterou zvolil v předchozí otázce. Mezi odpověďmi respondentů, kteří do kina příliš nechodí, často zaznívá pohodlí, časové a finanční důvody, dostupnost filmů. Překvapivě často se také objevuje odpověď, že „počítač si lze vzít do postele“. Jedna z dotazovaných odpovídá doslova takto: „Jsem líná chodit do kina, ráda si doma zalezu do

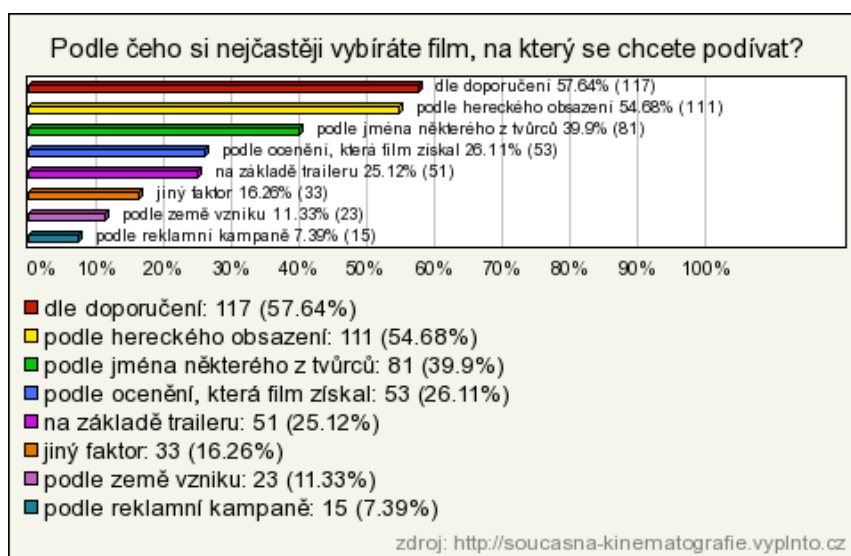
postele s notebookem a s něčím k jídlu a koukám, dokud mě film baví nebo mě neskolí únavou.“ Mnoha respondentům také vadí to, že v kině musí sdílet prostor s ostatními, kteří je při zážitku mohou rušit.

Otázka č. 14 – Kdyby nehrály roli finanční, časové (nebo jiné podmínky) jakou formu sledování filmu byste preferovali a proč?

Na tuto otázku musel dotazovaný odpovědět opět vlastními slovy. Valná většina lidí zde odpovídá, že by chtěli chodit do kina, zejména kvůli hlubšímu zážitku, který projekce v kině nabízí. Důležitost hloubky prožitku si tedy lidé v dnešní době uvědomují. Při otázce proč tedy do kina nechodí se odvolávají pouze na vnější podmínky.

Otázka č. 15 - Podle čeho si nejčastěji vybíráte film, na který se chcete podívat?

U této otázky musel respondent zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí, nejvíce však mohl označit odpovědi 3.

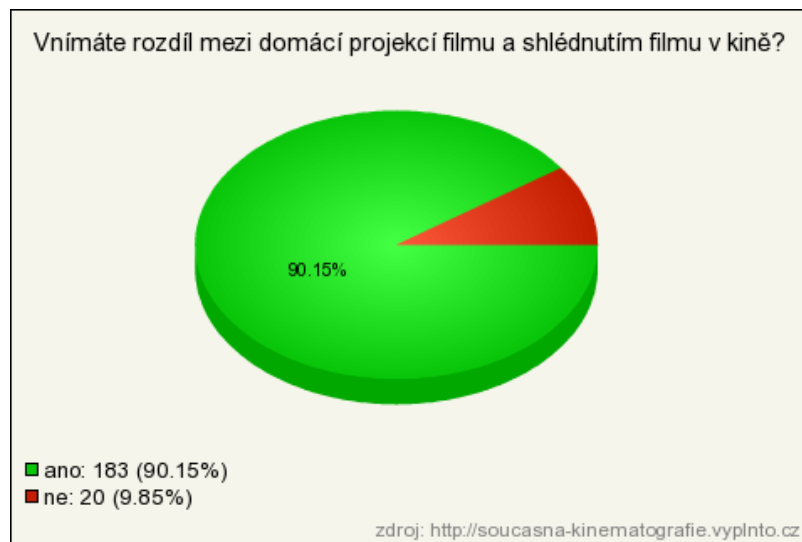


Obr. 7 – Ot. 15: Podle čeho si nejčastěji vybíráte film, na který se chcete podívat?

117 účastníků dotazníku klade největší důraz na osobní doporučení filmu, 111 také označilo jako podstatné herecké obsazení, 81 respondentů pak vybírá film podle jména některého z tvůrců. „Hollywoodský způsob“ chození do kina, tedy ten, kdy divák vybírá spíše podle herců, vítězí nad „evropským“ (divák si vybírá film podle režiséra, či jiného z tvůrců). Tento výsledek opět trochu přispívá k mému tvrzení, že lidé si dnes méně uvědomují zákulisí filmu. Méně se zajímají o to, kdo film udělal, s jakým cílem a jakým způsobem. Film je brán jako produkt, který „se mi buď líbí nebo nelíbí“ a tím je proces rozjí-

mání nad filmem uzavřen. Při kvantitě filmů a běžných povinnostech není čas dlouho zvažovat svůj názor.

Otázka č. 16 - Vnímáte rozdíl mezi domácí projekcí filmu a shlédnutím filmu v kině?



Obr. 8 – Ot. 16: Vnímáte rozdíl mezi domácí projekcí filmu a shlédnutím filmu v kině?

90% respondentů si uvědomuje, že zážitek v kině je jiný, než zážitek při sledování filmu doma. Zarážející zůstává poměrně vysoké procento dotazovaných, kteří žádné rozdíly mezi projekcemi v kině a jinde než v kině, nevidí. Těchto lidí bylo 10%.

Otázka č. 17 – Pokud ano, v čem?

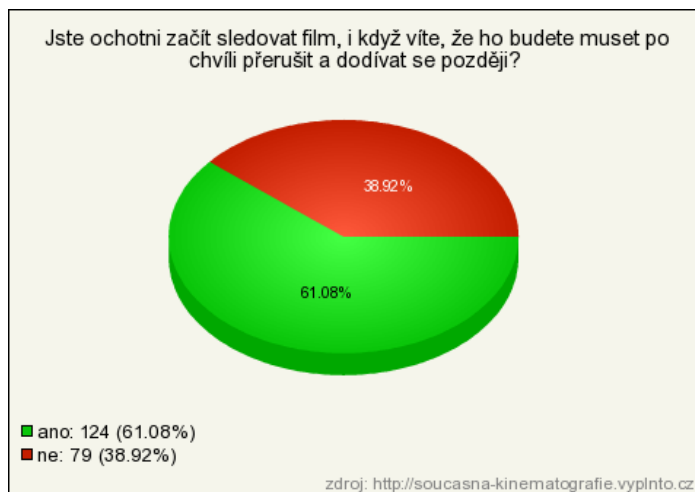
Tato volná otázka s možností odpovědět vlastními slovy dala poměrně jednoznačnou odpověď, že sledování filmu jinde než v kině je primárně spojováno s pohodlím (což je v dnešní době pohodlných multiplexů s luxusními sedačkami zarážející tvrzení), s dostupností filmu, možností pustit si a vypnout film kdykoli, finančním neomezením, soukromím. Kino si pak lidé spojují s kvalitním obrazem a zvukem, nepoměrně hlubším zážitkem a kolektivním prožitkem díla. Jak je však zřetelné z odpovědí na předchozí otázky, lidé dnes volí ve většině právě pohodlí domova. Ačkoli valná většina respondentů vidí podstatu filmu v jeho prožitku, právě toho se ve prospěch „pohodlí“ vědomě zříkají.

Otázka č. 18 – Co Vás většinou motivuje k návštěvě kina?*Obr. 9 – Ot. 18: Co vás většinou motivuje k návštěvě kina?*

56% respondentů motivuje k návštěvě kina obraz, zvuk nebo velikost plátna. Dalších 19% vidí výhodu kina v kolektivním zážitku a 9% dotazovaných chodí do kina jako doprovod jiné osoby.

Otázka 23 - Jste ochotni začít sledovat film, i když víte, že ho budete muset po chvíli přerušit a dodívat se později?

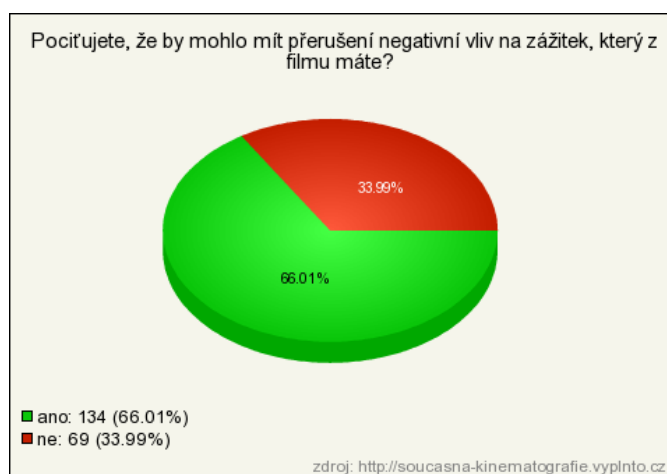
Z výsledků této otázky vyplývá, že 61% diváků, kteří odpovídali na tento dotazník, jsou ochotni pustit si film, i když ví, že jej za chvíli budou muset vypnout a nedodívají se na něj vcelku. Tento divácký návyk je dle mého názoru dán právě výchovou ostatními médii. Lidé si dnes často pouští film pouze jako kulisu k jiné činnosti, film samotný pro ně není nosnou aktivitou. Diváci přestávají rozlišovat mezi pasivním sledováním televize a aktivním sledováním filmového díla. Řady diváků se pak často zmocňuje neklid, zda sledování filmu není plýtváním drahocenného času, protože mají pocit, že tato činnost pasivní a neprospěšná.



Obr. 10 – Ot. 23: Jste ochotni začít sledovat film, i když víte, že ho budete muset po chvíli přerušit a dodívat se později?

Otázka 25 - Pociťujete, že by mohlo mít přerušování negativní vliv na zážitek, který z filmu máte?

Ačkoli většina respondentů negativní vliv pociťuje (66%), poměrně velká část (34% - tedy 69 respondentů) tento vliv vůbec nepřipouští. Přitom je jasné, že dramatický oblouk díla je stavěn jako kontinuální zážitek, který s žádnými pauzami nepočítá. Nikdy nemůžeme tušit, jaký emociální dopad může mít scéna, pokud film přerušíme a zcela vypadneme z koncentrace a naladění. Zážitek bude vždy nepopsatelně menší. Tvůrce filmu vždy počítá s kontinuálním prožitkem diváka a mnohé scény staví svůj efekt na ještě doznívajících emocích z předcházejících scén.



Obr. 11 – Ot. 25: Pociťujete, že by mohlo mít přerušování negativní vliv na zážitek, který z filmu máte?

Otázka 26 - Pokud jste odpověděli kladně, jaký negativní vliv máte na mysli?

Většina dotazovaných, kteří odpověděli, že přerušování má jednoznačně negativní vliv, si uvědomuje křehkost dramatického prožitku filmového díla. Většina z nich uvedla, že po „přestávce“ je těžké vrátit se znovu do děje a pocitů, které v nich film vybudoval. Jeden dotazovaný uvádí, že „... je obtížné se nechat zpátky vtáhnout, zvláště pokud film přeruším něčím banálním, jako je návštěva WC.“. Jiná respondentka však píše, že když film přerušuje, bere ho pak jako seriál.

Otázka 24 - Přerušujete obvykle sledování filmu?

Nyní se ještě vrátím k otázce 24, kterou záměrně zařazuji až teď. V ní měl člověk odpovědět na otázku, zda obvykle sledování přerušuje. Na výběr měl ze tří možností:

- Ano, ale jen v nejnútnejších situacích, snažím se sledovat film vcelku
- Ne, nikdy, předem si všechno připravím tak, abych film přerušit nemusel
- Ano, nezáleží na tom, jestli film uvidím vcelku nebo po částech

K první variantě se přiklonilo 69%, ke druhé 19% a třetí variantu zvolilo 12% dotazovaných. Z těchto výsledků můžeme vyvozovat, že přerušování filmu je poměrně rozšířeným diváckým návykem, ačkoli si diváci uvědomují, jaké negativní vlivy tato uměle vyvolaná pauza vyvolává.



Obr. 12 – Ot. 24: Přerušujete obvykle sledování filmu?

Otázka 29 - Pokud byste měl/a jakýkoli poznatek, nebo názor ke stavu současné kinematografie, prosím, neváhejte se vyjádřit.

Na závěr dotazníku jsem umístila nepovinnou otázku, ve které se ptám na názor jednotlivců ke stavu současné kinematografie. Otázku jsem do dotazníku zařadila ze zvědavosti, neboť mě názor ostatních velmi zajímal. Samotnou otázku nehodlám nijak vyhodnocovat, protože se jedná o subjektivní dojmy, nicméně sem závěrem pro zajímavost uvádím pár pohledů, které mi přišly inspirativní a ucelené.

- „Poslední dobou se točí filmy podle každé druhé knihy, radši bych byl za nové původní náměty.“
- „Bohužel, tak jako i v jiných oblastech, převládá stále větší ekonomický vliv na rentabilitu filmového díla a masovou konzumnost filmového díla. Je to výrobek na jedno použití... Je to odraz současné konzumní společnosti? Je to devalvace hodnot?“
- „Co je a není kvalitní se vytrídí jen časem, ale popravdě zdá se mi že těch skvělých filmů v kinech ubývá, možná je to jen neschopností distributorů anebo mou zmlsaností, to nevím.“
- „Filmy se již méně dělají pro lidi a pro umění. Hlavním záměrem jsou většinou čistě zisky.“
- „Hodně lidí tvrdí, že dneska to jde s filmem z kopce a že to bývalo lepší. Nemám to rád, myslím si, že je to důchodcovské zehrání na lepší časy - nedá se tvrdit jednoznačně, že dneska to stojí za suchý sopel, protože i v dnešní době vzniká množství kvalitních snímků, akorát se o nich nedozvídáme prostřednictvím trailerů na YouTube s mnohamilionovým shlédnutím. Kvalita se vždy neslučuje s širokou popularitou - to je starý fakt a každý to přece ví - blockbustery mají za cíl zasáhnout co nejširší masu a proto není třeba diskutovat nad tím, jak je příběh a vůbec celá forma filmu konvenčně pojímána. Slova "kdysi byly filmy kvalitnější" je prachsprostá póza rádoby cinefilů a filmových znalců, kteří mají potřebu se vyčlenit.

I v minulých časech vznikalo spoustu blbostí, o kterých se dnes už nedovíme, protože čas prověří opravdovou hodnotu filmu - a tak to bude i se současnou kinematografií za dvě dekády.“

- „Nemám vůbec pocit, že by současný stav kinematografie jako takové byl ve špatném stavu. Je to o tom, co je vidět. Ve Varech vidím každý rok toliko zajímavých a nových filmů, ať už analyzují současné mezivztahy, svět, nebo jsou to jen krátké výtvarné hříčky. Záleží, z kterého konce světa film pochází. ... Byla bych moc ráda, kdyby se toho daleko více dostalo do českých kin, možná by to změnilo obecné povědomí, že "s filmem už to není, co bývalo". Co se týče českého filmu, nahlížím na něj tak, že současná česká tvorba se právě hledá. Nejvíce držím palce českému dokumentu, protože jako jediný má co říct publiku v zahraničí a my přece musíme chtít, aby byl náš film schopný být vyvezen za hranice. Dokument je u nás přísný, surový, společensko-kritický, ale zároveň umí být i vtipný. Zabývá se současností, ale ohlíží se i do historie. Naše hraná tvorba prozatím v zahraničí takto nefunguje, bojíme se zabrousit do jiných žánrů než do komedie a tragikomedie a i když tomu tak je, postrádá to napětí, věrohodnost, prosakují „čecháčkovská“ témata. ... Tvůrci u nás jsou, je jich tu dost a talentovaných s moderními nápady. Jenom jim zatím nebyl dán dostatečný prostor pro seberealizaci.“
- „Na jednu stranu mám radost z nového směru, kam se film odebírá. Mnozí filmaři využívají filmové prostředky nově, svěže a pomáhají tak propracovávat filmový jazyk a ukazují nové možnosti co všechno se dá vyjádřit a přenést na diváka. Každým novým filmem, který se natočí (pokud nejde o slepou a bezduchou recyklaci už vynalezených a ověřených řemeslných postupů), se arzenál filmových nástrojů a možností rozšiřuje. Zároveň ale nejde opominout obecnou tendenci filmu zhušťovat informace (množství dějových linií, komplikovanost syžetu, rozsáhlost fabule - horizontální linie - kvantita informací a podnětů) a tím pádem přehlížet prožitkovou, vertikální linii. Schopnost „ponořit se“, naladit se na hlubší vnímání není možná, když filmař záběr odstříhne po pár vteřinách a hned vám nabídne další, a další a další, rychle, rychle. Je to v souladu s celkovým zvykem konzumace vizuální kultury. TV, youtube... Takové sledování filmu pak připomíná jednodenní skupinový poznávací zájezd do velkoměsta. „Nestihneme na žád-

ném místo pobýt déle jak 5 minut, ale zato toho stihneme vidět tolik! Chápeš? Za jediný den jsme viděli Eiffelovku, Vítězný oblouk, Montmarter jsme dali, pak jsme byli ve Versailles, všecko!“ Když se pak takového člověka zeptáte, jak to na kterém místě vonělo nebo jak vypadla dlažba, bude úplně v“

- „Obecně mi přijde, že se čím dál více dělají filmy pro "rychlo spotřebitele" (Rychle pobavit, a hlavně ať se moc nepřemýšlí).“
- „Vždycky je to odraz společnosti, ve které žijeme. Většina lidí je ve stresu, jsou roztěkaní, řeší blbosti, nemají čas nad ničím přemýšlet a většina filmů je tomu ekvivalentní. Menšina ale existuje vždy a vždy to bude vyvažovat. Tak to bylo, je a bude. Nedá se podle mě říct, jestli to spěje nahoru nebo dolů, prostě to plyne dál.“

ZÁVĚR

Je patrné, že současná kinematografie, jakožto odraz dnešní čím dál přehlcenější a roztěkanější doby, těmto vlivům sama podléhá. To se na konkrétních filmech projevuje například jako zrychlující a nutně i zjednodušující tendence.

Jednotlivé filmy jsou (pod tlakem „amerikanizace“) stále více podobny jeden druhému ve snaze přiblížit se „ideálnímu“ univerzálnímu modelu. Na diváka jsou kladeny čím dál tím menší nároky.

Film se tak dnes zcela prokazatelně nachází na významném, zásadním rozcestí. Otázkou je, jakým směrem se jeho následný vývoj bude ubírat.

Pokud by vývoj filmu pokračoval podobným směrem, kterým se ubírá dnes, mohli bychom očekávat neustálé snižování nároků kladených na diváka a následnou absolutní primitivizaci filmu. Existují názory teoretiků, které mluví o smrti klasického filmu tak, jak ho známe, a volají po nutnosti zrodu úplně nové formy filmu, která bude lépe uzpůsobená současnému člověku a společnosti. Druzí tento trend zrychlování a zjednodušování filmových děl přijímají jako nevyhnutelný a přirozený vývoj.

Jak se situace vyvine může ukázat pouze čas. My, diváci, zatím můžeme přispět v procesu proměny tak, že se budeme pokoušet přistupovat k filmovým dílům podle svého nejlepšího svědomí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie a studie

- BORDWELL, David a Kristin THOMPSONOVÁ. *Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu*. 1. vydání. Akademie múzických umění, 2011. ISBN 978-80-7331-217-6.
- CARR, Nicholas. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York, London: W.W. Norton Company, 2010. ISBN 978-0393072228.
- CASTELLS, Manuel. *The Information Age : economy, society, culture*. Vol. 1. The Rise of the Network Society. 2. vyd. Oxford: Blackwell Publishers, 2000. 594 s. ISBN 978-0-631-22140-1.
- ERIKSEN, Thomas Hylland. *Tyranie okamžiku*. 2.vyd. Brno: DOPLNĚK, 2005, 168 s. Společensko-ekologická edice. ISBN 978-80-7239-238-4.
- MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha: Mladá fronta, 2011, 399 s. ISBN 978-80-204-2409-9.
- MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004, 735 s. Albatros Plus. ISBN 80-000-1410-6.
- NAKONEČNÝ, Milan. *Úvod do psychologie*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003, 507 s. Společensko-ekologická edice. ISBN 80-200-0993-0.
- SZCZEPANIK, Petr. (ed.) *Nová filmová historie. Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Praha : Herrmann a synové, 2004. 528 s.
- THOMPSON, Kristin a David BORDWELL. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. 2., opr. vyd. Překlad Helena Bendová. Praha: Akademie múzických umění, 2011, 827 s. Albatros Plus. ISBN 978-80-7331-207-7.
- TOLLE, Eckhart. *Nová země: objevte smysl svého života*. 220 s. Praha: Pragma, 2006. ISBN 80-7349-005-6.

Webové stránky

- BONTONFILM a.s. *Historie společnosti* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.bontonfilm.cz/historie-spolecnosti.html>

- BRITSKÉ LISTY. *Vznik DVD vyvolal kulturní revoluci* [online]. 2005. vyd. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://blisty.cz/art/25764.html>
- CINEMATRICS. *Cinematics Database* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.cinematics.lv/database.php>
- CALDA, Miloš. *Globální vesnice nebo globální město? Třicet pět let od vydání McLuhanova díla Jak rozumět médiím* [online]. 8/1999. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://tucnak.fsv.cuni.cz/~calda/McLuhan.html>
- CINEMATRICS. *Cinematics Database* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.cinematics.lv/database.php>
- ČESKÁ PROTIPIRÁTSKÁ UNIE. *Podle nové studie 23,8 % provozu na internetu tvoří nelegální distribuce děl chráněných autorským právem* [online]. 31. leden 2011 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: http://www.filmnejsouzadarmo.cz/cs/kauzy/000512_podle-nove-studie-238-procent-provozu-na-internetu-tvori-nelegalni-distribuce-del-chranenych-autorskym-pravem.php
- ČESKÁ TELEVIZE. *Kina už tolik netáhnou, diváci jsou pohodlní* [online]. 7. 1. 2012. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/158946-kina-uz-tolik-netahnou-divaci-jsou-pohodlni/>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Na internet je připojeno 62 českých domácností ze sta* [online]. 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/na_internet_je_pripojeno_62_ceskych_domacnosti_ze_sta20111129
- EUROPEUM, institut pro evropskou politiku. *Zboží, nebo kulturní hodnota? - Evropské tažení proti amerikanizaci filmové a televizní tvorby* [online]. 2001 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.europeum.org/cz/integrace/31-integrace--9/735-zbozi-nebo-kulturni-hodnota-evropske-tazeni-proti-amerikanizaci-filmove-a-televizni-tvorby>
- FLÍGL, Jiří. *Speed racer: Malý krok pro tržbu, velký krok pro kinematografii*. Cinepur. 2008, č. 58. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=1460>
- GOOGLE. *Nápověda YouTube* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://support.google.com/youtube/bin/static.py?hl=cs&page=guide.cs&guide=1714169&topic=1715158>

- HLASY A OHLASY TURNOVSKA. *Touš: Filmy i diváci se mění* [online]. 14.9.2011. 2011 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.hlasyaohlasy.cz/tous-filmy-i-divaci-se-meni>
- KOČÍ, Petr. RESPEKT. *Na hladině* [online]. 2010 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://freelance.peoplecomm.cz/?p=109>
- PÁTKOVÁ, Petra. *Nejvíc peněz plyne do televizní reklamy* [online]. 2007 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://m.rozhlas.cz/digital/media/_zprava/nejvic-penez-plyne-do-televizni-reklamy--400526
- PROKOPOVÁ, Alena. Alenčin blog. *Kult ve filmu* [online]. 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://alenaprokopova.blogspot.com/2011/12/kult-ve-filmu.html>
- RYLICH, Jan. LUPA.CZ. *YouTube aneb video pro každého* [online]. 2007 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/youtube-aneb-video-pro-kazdeho/>
- SIGMAN, Aric. BRITSKÉ LISTY. *Sledování televize vede k tělesné i duševní degeneraci* [online]. 2007 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://blisty.cz/art/32967.html>
- SKOPAL, Pavel. *Evropa a Hollywood: Spletitá historie jednoho vztahu*. Cinepur. 2001, 23 - 24. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=20>
- SKOPAL, Pavel. *Globální Hollywood a domácí kino: Metologické výzvy a recepčních studií: Rozhovor s Barbarou Klingerovou*. Iluminace. 2005, roč. 17, č. 3 (59). Dostupné z: http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/obsahy/rozh_klinger_3_05.pdf
- VACEK, Patrik a Jana KRÁTKÁ. *Psychohygiena filmu: stručný průvodce učitele a žáka* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://svp.muni.cz/ukazat.php?docId=302>

Diplomové práce

- KADERÁBKOVÁ, Jana. *Nová média a příběh v současné kinematografii* [online]. Brno, 2006 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/103899/fss_m/DP_Vse.pdf. Diplomová práce. Masarykova univerzita, FSS.
- PASEKOVÁ, Lucie. *Fenomén multikino* [online]. Brno, 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/179892/ff_m/Multikina_diplomova_prace.pdf Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita.

ŠIMÍČEK, Michal. *Finanční, komerční a umělecké aspekty tvorby Jana Svěráka* [online]. Brno, 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/147102/ff_m/Financni__komercni_a_umelecke_aspekty_tvorby_Jana_Sveraka_diplomova_prace_Michal_Simicek.pdf. Diplomová magisterská práce. Masarykova univerzita, FF, Ústav hudební vědy.

Články v časopisech

KOLÁŘ, Jan. *Nejradši ze všeho mám porušování pravidel: Rozhovor s Peterem Greenawayem*. Cinepur. 2011, č. 73, 63 - 67 s.

METELEC, Matěj. *Mimo princip autority: Esej o životě a smrti filmu*. Cinepur. 2011, č. 73.

SONTAG, Susan. *Úpadek filmu*. Cinepur. 2011, č. 73

Citované filmy

Cutting Edge: The Magic of Movie Editing (2004)

Dům voskových figurín - *House of Wax* (1953), režie: Andre de Toth

Prci, prci, prcičky: Školní sraz - *American Pie: Reunion* (2012), režie: Jon Hurwitz, Hayden Schlossberg

Saxána a Lexikon kouzel (2011), režie: Václav Vorlíček

SEZNAM OBRÁZKŮ

| | |
|---|----|
| Obr. 1 – <i>Věkové rozložení respondentů</i> | 38 |
| Obr. 2 – Ot. 3: <i>Jak často sledujete filmy?</i> | 39 |
| Obr. 3 – Ot. 4: <i>Film je pro m většinou:</i> | 40 |
| Obr. 4 – Ot. 9: <i>Je možné, že by vás delší než standardní stopáž filmu (90 – 120 min) odradila od jeho sledování?</i> | 40 |
| Obr. 5 – Ot. 11: <i>Považujete za podstatné vidět film v kině?</i> | 41 |
| Obr. 6 – Ot. 12: <i>Jak nejčastěji sledujete filmy?</i> | 42 |
| Obr. 7 – Ot. 15: <i>Podle čeho si nejčastěji vybíráte film, na který se chcete podívat?</i> | 43 |
| Obr. 8 – Ot. 16: <i>Vnímáte rozdíl mezi domácí projekcí filmu a shlédnutím filmu v kině?</i> | 44 |
| Obr. 9 – Ot. 18: <i>Co vás většinou motivuje k návštěvě kina?</i> | 45 |
| Obr. 10 – Ot. 23: <i>Jste ochotni začít sledovat film, i když víte, že ho budete muset po chvíli přerušit a dodívat se později?</i> | 46 |
| Obr. 11 – Ot. 25: <i>Pociťujete, že by mohlo mít přerušování negativní vliv na zážitek, který z filmu máte?</i> | 46 |
| Obr. 12 – Ot. 24: <i>Přerušujete obvykle sledování filmu?</i> | 47 |

SEZNAM TABULEK

| | |
|--|----|
| Tab. 1 – Průměrná délka záběrů ve vybraných filmech M. Scorseseho..... | 29 |
|--|----|

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I Dotazník v kompletním znění

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK V KOMPLETNÍM ZNĚNÍ

Děkuji Vám, že jste si našli čas pro vyplnění dotazníku, který bude použit jako podklad pro mou bakalářskou práci. Vaše názory a poznatky jsou pro mě velmi podstatné a proto si cením Vaší pomoci. Pokud nebude uvedeno jinak, vybírejte, prosím, jen jednu odpověď.

Děkuji! Věra Mezuláníková

- 1) **Pohlaví?**
 - Muž
 - Žena
- 2) **Věk?**
 - méně než 18
 - 18 – 27
 - 28 – 35
 - 36 – 45
 - 46 – 60 let
 - 60 let a více
- 3) **Jak často sledujete filmy?**
 - vícekrát týdně
 - jednou týdně
 - vícekrát měsíčně
 - jednou za měsíc
 - méně než jednou za měsíc
- 4) **Pokud jde o zvukovou stopu filmu, preferujete spíše filmy:**
 - v originálním znění s titulky
 - s dabingem
 - nehraje pro mě roli
- 5) **Preferujete určitý žánr?**
 - komedie
 - drama
 - akční film
 - detektivní
 - horor, thriller
 - sci-fi, fantasy
 - ne, dívám se na všechny druhy žánrů
 - jiný: _____
- 6) **Pocítujete, že je výběr žánru daný spíše vaší aktuální náladou, nebo dlouhodobou životní situací?**
 - náladou (tzn. díváte se téměř na vše podle chuti)
 - dlouhodobou situací (tzn. dlouhodobě a záměrně nějaký žánr vynecháváte)
- 7) **Prosím, rozveďte předchozí odpověď slovy:**
- 8) **Film je pro mě většinou:**
 - zábava, která mi příjemně krátí volný čas
 - zážitek, který mě baví a těším se na něj
 - kulturní prožitek, srovnatelný s návštěvou divadla, koncertu, muzea atd.
- 9) **Je možné, že by vás delší, než standardní stopáž filmu (90 - 120min) odradila od jeho sledování?**
 - ano
 - ne
- 10) **Za jakého diváka se považujete? (napište jakoukoli slovní charakteristiku)**
- 11) **Považujete za podstatné vidět film v kině?**

- 8) Film je pro mě většinou:**
- zábava, která mi příjemně krátí volný čas
 - zážitek, který mě baví a těším se na něj
 - kulturní prožitek, srovnatelný s návštěvou divadla, koncertu, muzea atd.
- 9) Je možné, že by vás delší, než standardní stopáž filmu (90 - 120min) odradila od jeho sledování?**
- ano
 - ne
- 10) Za jakého diváka se považujete? (napište jakoukoli charakteristiku, která Vás jako diváka vystihuje)**
- 11) Považujete za podstatné vidět film v kině?**
- ano
 - ne
- 12) Jak nejčastěji sledujete filmy?**
- v kině
 - v televizi
 - na počítači
 - v domácím kině
 - prostřednictvím video / DVD přehrávače
 - jinak: _____
- 13) Z jakého důvodu volíte tuto možnost sledování filmu?**
- 14) Kdyby nehrály roli finanční, časové (nebo jiné podmínky) jakou formu sledování filmu byste preferovali a proč?**
- 15) Podle čeho si nejčastěji vybíráte film, na který se chcete podívat? (zvolte jednu, nebo více odpovědí)**
- herecké obsazení
 - ocenění, která film získal
 - jméno režiséra nebo někoho z tvůrců
 - na základě traileru
 - dle doporučení
 - podle země vzniku
 - jiné: _____
- 16) Vnímáte rozdíl mezi domácí projekcí filmu a shlédnutím filmu v kině?**
- ano
 - ne
- 17) Pokud ano, v čem?**
- 18) Co Vás motivuje k návštěvě kina?**
- kolektivní zážitek
 - kvalitnější obraz a zvuk, velikost plátna
 - chci vidět film co nejdříve
 - doprovodím někoho jiného
 - chuť vidět 3D film
 - jiné: _____
- 19) Jaké vnímáte výhody sledování filmu v kině?**
- 20) Jaké jsou podle Vás výhody sledování filmu jinde než v kině?**
- 21) Pokud film stahujete z internetu zohledňujete kvalitu obrazu?**
- stahuji vždy (nebo většinou) nejvyšší možnou kvalitu
 - nepovažuji za nutné vidět film v nejvyšší dostupné kvalitě
 - záleží na filmu

- 22) **Pokud nestahujete nejvyšší možnou kvalitu, z jakého je to důvodu?**
- nepovažuji za nutné sledovat film v nejvyšší kvalitě
 - musel/a bych dlouho čekat, než se film v takové kvalitě stáhne
 - nemám dost místa na disku
 - jiné: _____
- 23) **Jste ochotni začít sledovat film, i když víte, že ho budete muset po chvíli přerušit a dodávat se později?**
- ano
 - ne
- 24) **Přerušujete obvykle sledování filmu?**
- Ano, ale jen v nejnnutnějších situacích, snažím se sledovat film vcelku
 - Ano, nezáleží na tom, jestli film uvidím vcelku nebo po částech
 - Ne, nikdy, předem si všechno připravím tak, abych film přerušit nemusel
- 25) **Pociťujete, že by mělo přerušení negativní vliv na zážitek, který z filmu máte?**
- ano
 - ne
- 26) **Prosím, rozveďte předchozí odpověď slovy:**
- 27) **Myslíte že je tendence současné kinematografie na vzestupu nebo je spíše sestupná?**
- Vzestupná
 - Sestupná
 - Nedá se to takto tvrdit
 - Nevím
- 28) **Nepovinná otázka: Považujete nějaké období / tvůrce / zemi v dějinách kinematografie za jednoznačně kvalitní?**
- 29) **Nepovinná otázka: Pokud byste měl/a jakýkoli poznatek, nebo názor ke stavu současné kinematografie, prosím, neváhejte se vyjádřit sem:**