

Univerzita Hradec Králové  
Pedagogická fakulta

**Bakalářská práce**

Univerzita Hradec Králové  
Pedagogická fakulta  
Katedra ruského jazyka a literatury

**Filmový cestovní ruch**  
Bakalářská práce

Autor: Jana Pospíchalová  
Studijní program: B7310 Filologie  
Studijní obor: Cizí jazyky pro cestovní ruch – německý jazyk  
Cizí jazyky pro cestovní ruch – anglický jazyk  
Vedoucí práce: Ing. Daniela Mandřáková

## Zadání bakalářské práce

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Autor:</b>                  | <b>Jana Pospíchalová</b>  |
| Studium:                       | P131322   |
| Studijní program:              | B7310 Filologie   |
| Studijní obor:                 | Cizí jazyky pro cestovní ruch - anglický jazyk, Cizí jazyky pro cestovní ruch - německý jazyk |
| <b>Název bakalářské práce:</b> | <b>Filmový cestovní ruch</b>  |
| Název bakalářské práce AJ:     | Film Tourism  |

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Tato bakalářská práce se věnuje filmovému cestovnímu ruchu, jehož účastníci jsou motivováni k návštěvě filmových festivalů, lokalit, které byly vyobrazeny ve filmu a filmových studií. Práce definuje pojem filmový cestovní ruch a zkoumá jeho vliv na destinace cestovního ruchu v České republice i ve světě.

KRESTA, David. Dějiny světového filmu 1: studijní text pro kombinované studium. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3608-1. NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8. ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Linde Praha, 2011. ISBN 978-80-7201-880-2.

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Garantující pracoviště:       | Katedra ruského jazyka a literatury,<br>Pedagogická fakulta |
| Vedoucí práce:                | Ing. Daniela Mandáková                                      |
| Oponent:                      | Mgr. Jana Kostincová, Ph.D.                                 |
| Datum zadání závěrečné práce: | 24.2.2015   |

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením Ing. Daniely Mandřákové a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 17.11.2020

## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce, paní Ing. Daniele Mand'ákové za ochotu a čas strávený při vedení, který mi poskytla při psaní mé práce. Dále Lud'ku Šímovi a Kláře Čechové, kteří mi byli ochotní poskytnout informace k vypracování této bakalářské práce.

## **Anotace**

POSPÍCHALOVÁ, Jana. *Filmový cestovní ruch*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2020. 61 s. Bakalářská práce.

Tato bakalářská práce se věnuje filmovému cestovnímu ruchu, jehož účastníci jsou motivováni k návštěvě filmových festivalů, lokalit, které byly vyobrazeny ve filmu a filmových studií. Práce definuje pojem filmový cestovní ruch a zkoumá jeho vliv na destinace cestovního ruchu v České republice i ve světě.

**Klíčová slova:** Turismus, netradiční formy cestovního ruchu, filmový turismus

## **Abstract**

POSPÍCHALOVÁ, Jana. *Film tourism*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2020. 61. pp. Bachelor Thesis.

This bachelor thesis is devoted to film tourism, whose participants are motivated to visit film festivals, locations that have been depicted in film and film studios. The thesis defines the concept of film tourism and examines its influence on travel destinations in the Czech Republic and in the world.

Key words: Tourism, nontraditional forms of tourism, film tourism

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že bakalářská práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 1/2013 (Řád pro nakládání se školními a některými jinými autorskými díly na UHK).

Datum: .....

Podpis studenta: .....



# Obsah

|  |    |
|--|----|
| Úvod .....   | 11 |
| 1 Charakteristika filmového cestovního ruchu .....   | 12 |
| 2 Typologie filmového turisty .....  | 13 |
| 3 Historie filmového cestovního ruchu .....  | 14 |
| 4 Formy filmového cestovního ruchu .....   | 15 |
| 4.1 Návštěva lokality zobrazené ve filmu ať už skutečné (on-location) nebo "náhradní" (off-location) ..... | 15 |
| 4.2 Prohlídka filmového/televizního studia.....  | 15 |
| 4.3 Sledování probíhajícího natáčení.....  | 16 |
| 4.4 Sledování filmových/televizních celebrit.....  | 16 |
| 4.5 Atraktivity spojené s filmem .....   | 16 |
| 4.6 Návštěva filmových festivalů .....   | 16 |
| 4.7 Návštěva slavnostních ceremoniálů udílení televizních/filmových cen .....                              | 17 |
| 4.8 Organizovaná prohlídka lokality zobrazené ve filmu .....   | 17 |
| 5 Film jako marketingový nástroj.....  | 17 |
| 5.1 Aktivity organizace destinačního managementu .....   | 18 |
| 6 Příklady filmového turismu ve světě i v ČR.....  | 19 |
| 6.1 Pán prstenů.....   | 19 |
| 6.2 Tři mušketýři .....  | 20 |
| 6.3 Britannia .....  | 20 |
| 7 Dopady filmového cestovního ruchu.....   | 21 |
| 8 Produkty filmového cestovního ruchu .....  | 22 |
| 9 Podpora filmového cestovního ruchu v České republice.....  | 23 |
| 9.1 Czech Film Commission (Česká filmová komise) .....   | 24 |
| 9.1.1 Filmové kanceláře v ČR.....  | 24 |
| 9.1.2 Cena Film friendly.....  | 25 |
| 9.2 CzechTourism (Česká centrála cestovního ruchu) .....   | 25 |
| 9.3 Projekt filmovamista.cz .....  | 26 |
| 10 Podpora filmového cestovního ruchu v kraji Vysočina .....   | 26 |
| 10.1 Vysočina Tourism .....  | 26 |
| 10.2 Vysočina Film Office .....  | 28 |
| 10.3 Destinační kancelář Třebíčsko – moravská Vysočina .....   | 29 |
| 10.4 Humpolec .....  | 29 |
| 10.5 Aktivity pořádané v kraji.....  | 30 |
| 10.5.1 Arts & Film festival.....   | 30 |
| 10.5.2 Mezinárodní filmový festival dokumentárních filmů Jihlava .....                                     | 30 |
| 10.5.3 Festival Fantazie Chotěboř .....  | 30 |

|   |    |
|---|----|
| 10.6 Výběr filmů natáčených v kraji Vysočina .....                                  | 31 |
| 11 Předpoklady cestovního ruchu v kraji Vysočina .....                              | 41 |
| 11.1 Lokalizační předpoklady .....  | 41 |
| 11.2 Realizační předpoklady .....   | 42 |
| 11.3 Selektivní předpoklady .....   | 43 |
| 12 Hodnocení podpory filmového turismu v kraji Vysočina a navrhovaná opatření ..... | 44 |
| Závěr .....   | 46 |
| Seznam použité literatury .....   | 47 |
| Seznam zkratk.....  | 51 |
| Seznam obrázků.....   | 51 |
| Seznam tabulek .....  | 51 |
| Seznam příloh.....  | 52 |

## Úvod

Cestovní ruch je důležitou oblastí národního hospodářství a stal se neodmyslitelnou součástí životního stylu člověka žijícího v 21. století. Filmový průmysl je široké téma a od svého vzniku prošel mnohými změnami. Obě oblasti se zpočátku vyvíjely samostatně, ale postupem času se ukázalo, že spolu souvisejí a mohou se navzájem doplňovat. Vznikl tedy filmový cestovní ruch. Zákazník dnešní doby je náročný a chce si z nekonečné nabídky na trhu vybrat tu, která je pro něj neopakovatelná a něčím ojedinělá. Produkty filmového cestovního ruchu mohou být jednou z možností, jak splnit zákaznickova náročná přání.

Předkládaná bakalářská práce se zabývá tématem filmový cestovní ruch. V teoretické části se s pomocí dostupných literárních zdrojů pokusím seznámit čtenáře s pojmem filmový cestovní ruch, představit jeho formy, vliv na destinace a konkrétní příklady této specifické formy turismu ve světě a v ČR. V praktické části se zaměřím na subjekty v ČR a konkrétně v kraji Vysočina, které nějakým způsobem pracují s tématem filmu. Na jedné straně jsou to organizace, které se snaží přitáhnout do svého regionu filmové produkce, aby pak následně mohlo dojít k propagaci destinace prostřednictvím filmu na straně druhé. Důvodem využití filmu jako marketingového nástroje je, že film zanechá v mysli diváka mnohem hlubší a trvalejší odezvu.

Cílem práce je zhodnotit podporu filmového turismu v kraji a navrhnout vhodná opatření, která by vedla ke zlepšení a potencionálně ke zvýšení návštěvnosti regionu.

Téma své bakalářské práce jsem si vybrala proto, že filmový cestovní ruch je kombinací mého dlouhodobého zájmu o filmovou tvorbu a koníček cestování. Bakalářskou práci vnímám jako prostředek, jak zvýšit povědomí o této formě cestovního ruchu, neboť je jednou z netradičních forem cestovního ruchu a mnohými autoritami pro Českou republiku stále neprobádanou oblastí. Rovněž bych chtěla podnítit zájem o návštěvu filmových lokací mezi potencionálními čtenáři této práce a tím přispět ke zvýšení návštěvnosti kraje Vysočina.

# 1 Charakteristika filmového cestovního ruchu

Filmový cestovní ruch (dále také „filmový turismus“) se řadí mezi netradiční formy cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni k návštěvě určité lokality na základě zhlédnutí filmu [23]. Tato forma cestovního ruchu je opakem masového turismu.

První zmínka o vlivu filmu na cestovní ruch byla zaznamenána již v roce 1960. Podrobnější výzkumy a studie, o které se opírá tato bakalářská práce, pocházejí z počátku 21. století. Do té doby se autoři problematiky filmového cestovního ruchu zabývali jen okrajově, neboť šlo o nový, v té době ještě neprozkoumaný fenomén.

Za předchůdce filmového cestovního ruchu lze považovat literární turismus. "*Literární turismus je formou cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni návštěvou míst děje (reálných i fiktivních) významných románů a dalších literárních děl, případně i rodišť, míst pobytu a míst posledního odpočinku významných spisovatelů*" [2].

Během psaní bakalářské práce jsem se setkala s velkým množstvím pojmů označujících filmový cestovní ruch, například: Film Tourism, Teletourism, Film-induced Tourism, Movie-induced Tourism, Media-Induced Tourism, Media Tourism, Screen Tourism, Cinematographic Tourism nebo Media Pilgrimage. Takovéto množství termínů svědčí o zájmu zahraničních autorů o filmový cestovní ruch. I přesto nebyla jednotná definice cestovního ruchu doposud pevně stanovena a předkládané termíny se liší především ve vymezení záběru filmového cestovního ruchu.

Autoři Hudson a Ritchie [18] vymezují filmový cestovní ruch jako návštěvu destinací na základě zhlédnutí filmu v kině, pořadu v televizi nebo videozáznamu na videu, DVD, Blu-Ray a dalších digitálních médiích. Za destinaci považují reálnou lokalitu, kde probíhalo natáčení, ale i lokalitu, která se objeví ve filmu, ale natáčení probíhalo jinde.

Sue Beeton [1] rozlišuje v rámci filmového cestovního ruchu dva pojmy: Film-induced tourism a Movie-induced tourism, které nejsou zcela totožné. Jak už napovídá překlad, pojem Film-induced tourism bývá většinou chápán širěji, protože zahrnuje cestování na základě televizního vysílání (DVD, TV a videa). Vedle toho pojem Movie-induced tourism se omezuje pouze na návštěvu míst zobrazených v celovečerních filmech.

Joanne Connellová [9] považuje pojem Film-induced tourism za příliš svazující a používá označení Film Tourism, který kromě návštěvy filmových míst zahrnuje účast na

filmových festivalech, předávání filmových cen, návštěvu tematických parků, filmových studií a muzeí s filmovou tematikou.

Je potřeba zmínit i jeden ze znaků filmového cestovního ruchu, tj. jedinečnost zážitku pro každého účastníka. Niki Marcionis [23] definuje filmový cestovní ruch jako postmoderní zážitek turisty z místa, které bylo zobrazeno v nějaké konkrétní formě medií. Tento zážitek je velmi osobní a jedinečný pro každého jednotlivce a odvíjí se od vlastní individuální interpretace. Autorka rozvíjí definici o psychologický aspekt, který většina definic filmového cestovního ruchu nezmiňuje. Filmový turista je člověk, který na základě zvědavosti vyvolané shlédnutím filmu navštíví lokalitu zobrazenou ve filmu. Hlavním motivátorem filmového turisty je představa v jeho mysli o místě vykresleném ve filmu, které chce filmový turista na vlastní kůži zažít v reálu. Film ve své podstatě vytváří umělou realitu, je hrou pro divákovu oko. Sledování filmu může vytvořit silné emocionální spojení s určitou lokací, dojemnou scénou, charismatickou postavou, dějem filmu či ukázkou přitažlivého místa, které diváka osloví a nadchnou.

V české odborné literatuře se pojmu filmový cestovní ruch autoři dotýkají jen okrajově. Na dané téma vycházejí převážně články v populární literatuře než odborné články. O tom, že v České republice se zatím jedná o hlouběji neprozkoumané téma svědčí i fakt, že výkladový slovník cestovního ruchu pojem filmový cestovní ruch zatím nezná a nebyla vydána samostatná publikace, která by se problematice filmového cestovního ruchu věnovala.

Kotíková [2] definuje filmový turismus jako *“cestovní ruch, jehož hlavním motivem je návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film či jiné audiovizuální dílo, nebo návštěva atraktivit a událostí, které se vztahují k filmu, seriálu či jiným obdobným audiovizuálním dílům“*. Tato definice byla použita jako východisko pro psaní této bakalářské práce.

## 2 Typologie filmového turisty

Podle Heitmanna [27] existují 3 typy filmového turisty podle toho, jak velký vliv má film na návštěvu dané destinace:

Vyhraněný filmový turista cestuje do dané destinace z důvodu zhlédnutí konkrétního místa zobrazeného ve filmu. Jeho primární motivací k vycestování je tedy shlédnutí filmu.

Příležitostný filmový turista filmové místo navštíví ze zvědavosti i přestože není

hlavním motivátorem jeho cesty. Je pravděpodobné, že během své cesty navštíví jiné pro něj důležitější cíle.

Náhodný filmový turista nevyhledává filmová místa cíleně před uskutečněním cesty, ale vnímá je jako zpestření své dovolené a rozšíření nabídky v cílové destinaci.

### **3 Historie filmového cestovního ruchu**

Jeden z prvních filmů, který způsobil příliv návštěvníků do míst, kde se snímek natáčel, je *The Mutiny on the Bounty* (Vzpouora na Bounty) z roku 1935. V tomto případě byl filmovou lokací ostrov Tahiti v Tichém oceánu. Dalším takovým místem, tentokrát však v Evropě, je snímek *The Third Man* (Třetí muž) z roku 1949 odehrávající se v rakouském hlavním městě. Díky tomuto filmu se mohla Vídeň po dalších 55 let těšit zvýšenému zájmu turistů. Zvýšenou návštěvnost zaznamenalo i další rakouské město Salzburg po premiéře snímku *The Sound of Music* (Za zvuků hudby). Podle výzkumu do města za rok přicestuje cca 300 000 turistů, přičemž 70 % uvádí shlédnutí film jako hlavní motivaci cesty [28]. Důležité je, že výše zmíněné filmy přilákaly turisty do dané destinace na základě svého kouzla a nebyly cíleně součástí plánů destinačního managementu.

Prvním filmem, který byl natočen za účelem přilákat do místa natáčení turisty, je *Crocodile Dundee* (Krokodýl Dundee) z roku 1986. Film se tak stal faktorem, díky kterému se zvýšil podíl přijíždějících amerických turistů do Austrálie o 20,5 % ročně [1].

V 70. a 80. letech 20. století se vznikem blockbustů se cestovní ruch dostal na další vývojovou etapu. Některé zdroje uvádějí, že filmový cestovní ruch se výrazně nerozvíjel, dokud se neobjevil přelomový blockbuster *Jaws* (Čelisti) v roce 1975. Tento film Stevena Spielberga způsobil nárůst v produkci filmových trháků v následujících letech a stal se prvním z řady filmů využívajících ke své výrobě moderní technologie. Po premiéře dalšího Spielbergova blockbustera *Blízká setkání třetího druhu* se zvýšila návštěvnost skalního útvaru Devils Tower v americkém Wyomingu o 74 %. Pojem blockbuster se rozumí snímek, kde nejde o jímavý děj, ale o strhující filmové efekty, které mají diváka zaujmout. Dalšími úspěšnými blockbustery v byly *Star Wars* (Hvězdné války) z let 1977, 1980, 1983, 1999, 2002 a 2005, *Jurassic Park* (Jurský park) z roku 1993 a další film Stevena Spielberga *Titanic* z roku 1997. Nejúspěšnějším filmem z hlediska pozitivního dopadu na filmový cestovní ruch je bezpochyby trilogie *Pán prstenů* (kapitola 6.1.) [28].

Bez povšimnutí nemohu nechat vliv na filmový cestovní ruch způsobený odvysíláním

televizní minisérie Černobyl v roce 2019. Pětidílná série rekonstruuje příběh o jaderné katastrofě a následném vyšetřování okolností havárie. Mezi diváky se rychle stala fenoménem a mnoho z nich se do ukrajinské Pripjati vypravilo. Cestovní kanceláře zaznamenaly zvýšení zájmu o zájezdy do Pripjati přibližně o 40 % oproti poptávce v předchozím roce [12].

## **4 Formy filmového cestovního ruchu**

### **4.1 Návštěva lokality zobrazené ve filmu ať už skutečné (on-location) nebo "náhradní" (off-location)**

Příkladem skutečné lokality, kde probíhalo natáčení může být například hrad Karlštejn ve Středočeském kraji, kde se stal dějištěm filmu Noc na Karlštejně. V případě hradu Karlštejn se jedná o skutečnou lokalitu, neboť se tu film opravdu natáčel.

Film, jehož tvůrci využili "náhradní" lokalitu je například série Vinnetou nebo Pán prstenů. Děj Vinnetou se odehrává na americkém kontinentu, ale natáčení probíhalo v tehdejší Jugoslávii (např. Plitvická jezera). Stejně tak Nový Zéland se „vydává“ za filmovou Středozeemi. Nejvěrnějším příkladem off-location v České republice jsou pohádky natáčené na hradech a zámcích. Jde o lokality náhradní, protože ve filmu nebyly pojmenovány nebo byly označeny za jiné lokality [2].

### **4.2 Prohlídka filmového/televizního studia**

Jedná se o návštěvu filmových nebo televizních studií, která pro své návštěvníky připravují (komentovanou) prohlídku ateliérů, kostymérny a dalších prostor. Součástí prohlídky může být i návštěva kulis, kde právě probíhá filmová nebo televizní produkce [2]. Nejznámějším studiem v ČR je Barrandov.

Filmové studio Barrandov v Praze je jedno z největších a nejstarších filmových studií v Evropě. Někdy se mu přezdívá Hollywood východu. Založili jej bratři Havlové na počátku 30. let minulého století. Prostory Barrandova slouží českým i zahraničním filmařům zejména z USA, Velké Británie, Francie, Německa a Ruska. Mezi nejznámější filmy, které se tu natáčely patří Casino Royale, Angelika, Letopisy Narnie a další. Z českých filmů vybírám snímek Miloše Formana Hoří, má panenka a Lásky jedné plavovlásky, které byly nominovány na prestižní ocenění americké filmové Akademie a zviditelnily tak barrandovské ateliéry a přilákaly zahraniční tvůrce. V osmdesátých letech se na Barrandově natáčelo až 30 celovečerních filmů ročně. Dnes nabízí ateliéry mimo jiné i prohlídky pro veřejnost, programy

pro skupiny a stálou expozici minulých i současných projektů [6].

### **4.3 Sledování probíhajícího natáčení**

Ve světě existují filmoví nadšenci, kteří přímo vyhledávají nebo alespoň mají zájem zúčastnit se zrovna probíhajícího natáčení. Účast může být jak pasivní – jako divák, tak aktivní – jako komparz. Existují speciální internetové stránky, které upozorňují filmové fanoušky na právě probíhající natáčení. V ČR tyto aktivity nejsou tolik rozšířené jako například v USA a Kanadě, kde si fanoušci vyměňují informace o aktuálním natáčení na Facebooku nebo Twitteru a dalších sociálních sítích [4].

### **4.4 Sledování filmových/televizních celebrit**

Sledování herců, hereček a fotografování se s nimi patří mezi oblíbené aktivity některých filmových fanoušků. V USA existuje společnost poskytující speciální několikahodinové komentované prohlídky, které zavedou filmové turisty do míst, kde bydlí slavné filmové a televizní hvězdy. Jedná se především o oblast Hollywoodu ve městě Los Angeles [2].

### **4.5 Atraktivity spojené s filmem**

Atraktivitou se rozumí tematický zábavní park, nějakým způsobem propojený s filmem. Charakteristické je pro parky to, že nabízí ucelený balíček atrakcí a doprovodných služeb na větší ploše a většinou i celoroční provoz bez závislosti na počasí [2].

Historie zábavních tematických parků sahá do konce 19. století, kdy vznikl slavný vídeňský zábavní park Prater. Od té doby se tato zařízení diferenciovala (lunaparky, aquaparky, safari parky, lanová centra, zoo, science centra). Zůstávají však určitým fenoménem v oblasti nabídky cestovního ruchu. Mimořádnou popularitu si získaly i tzv. parky zážitků, z nichž nejznámější je pravděpodobně americký Disneyland. Historie Disneylandu začala v roce 1955, kdy americký filmový producent Walt Disney navrhl nový typ zábavního parku pro celé rodiny, který byl inspirován jeho animovanými pohádkami pro děti. Dnes existuje celá síť Disneylandů po celém světě (v USA, ve Francii, v Japonsku) [3].

### **4.6 Návštěva filmových festivalů**

Filmové festivaly řadíme mezi kulturní eventy. Návštěvníci jsou přitahováni přítomností



filmových hvězd a dalších významných osobností ze světa filmu. Nejznámější evropské filmové festivaly se každoročně pořádají ve francouzském Cannes, v italských Benátkách nebo v německém Berlíně.

Nejznámějším filmovým festivalem v České republice je bezesporu karlovarský filmový festival (KVIFF). Kategorii A se KVIFF řadí mezi prestižní filmové festivaly. Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary se poprvé uskutečnil v roce 1946 a patří mezi nejuznávanější filmové festivaly ve Východní Evropě. V roce 1956 byl festival zařazen do kategorie “nespecializovaných festivalů se soutěží celovečerních hraných filmů”. Koncepce KVIFF je postavena na výhodné geograficko-politické poloze České republiky na hranicích mezi západní a východní Evropou. O jeho oblíbenosti svědčí i statistiky návštěvnosti. Za posledních 10 let neklesl počet návštěvníků pod 10 000 a v posledních 5 letech má počet návštěvníků stoupavou tendenci [24].

#### **4.7 Návštěva slavnostních ceremoniálů udílení televizních/filmových cen**

Diváci se účastní ceremoniálů ať už přímo v sále, kde se ceny udílejí, nebo sledují velkoplošné obrazovky v předsálí. K nejpoblárnějším událostem tohoto typu patří v zahraničí každoroční slavnostní udílení Oskarů (Academy Awards) a v ČR například Český lev [2].

#### **4.8 Organizovaná prohlídka lokality zobrazené ve filmu**

Jedná se o organizované prohlídky měst, přírodních lokalit. Jako příklad může být návštěva filmových lokalit na Novém Zélandu ze série Pána prstenů. Organizátorem může být cestovní kancelář, lokální průvodce nebo soukromý subjekt [2].

### **5 Film jako marketingový nástroj**

Ve filmu se můžeme setkat s location placementem, který úzce souvisí s pojmem product placement. Product placement znamená, že se do filmu zakomponuje nějaký produkt s cílem, aby si ho divák později koupil. V případě, že se propaguje celá destinace, jedná se o location placement. Divák si spojí příjemný zážitek z filmu s místem natáčení a zapamatuje si jej jako atraktivní destinaci, kam by se chtěl jednou podívat. Tím se z diváka filmu stává potenciální filmový turista. Výhodou využití filmu jako marketingového nástroje je, že je

předem známa cílová skupina a je tak jednodušší vytvořit pro tuto skupinu marketingový plán. Film samozřejmě dokáže vyvolat i negativní asociaci s místem natáčení, jako je tomu například u filmu Eurotrip, ve kterém je Bratislava zobrazena jako znečištěné zaostalé město s nepřátelskými obyvateli [2].

Subjekty, které se zasazují o to, aby v jejich regionu proběhlo natáčení a tím zvyšují potenciál pro rozvoj filmového cestovního ruchu, jsou organizace destinačního managementu (dále také ODM). Mohou jimi být například regionální filmové kanceláře.

## **5.1 Aktivity organizace destinačního managementu**

Organizace destinačního managementu nemohou sice ovlivnit děj nebo obsazení filmu, ale mohou se aktivně podílet na propagaci svých destinací filmovým producentům.

Během psaní scénáře mohou ODM navázat kontakt s producenty filmu a spolupracovat na propagaci destinace s cílem přitáhnout více návštěvníků. Jedním ze způsobů je podporovat scénáristu, aby do filmu zakomponoval záběry destinace nebo aby hlavní hrdina zmínil název konkrétní lokace. ODM by měla smluvně vyjednat podmínky natáčení, aby např. ve filmu nebyla použita náhradní lokace.

Během natáčení může organizace ve spolupráci s publicistou produkční společnosti podávat veřejnosti informace o tom, kde právě probíhá natáčení. Nápomocná bývají i pochvalná slova herců v médiích o krásách krajiny, místních obyvatelích, službách nebo památkách. Tento způsob reklamy si většinou filmové kanceláře nebo destinační společnosti domlouvají smluvně dopředu. Někdy se stane, že herci udělají destinaci dobrou reklamu nezávisle na domluvě s organizací. Může jít například o aféru mezi protagonisty filmu. ODM tyto události nemůže dopředu ovlivnit, ale může je využít ve svůj prospěch.

V časovém úseku mezi dokončením filmu a jeho uvedením do kin je prostor pro vytváření filmových map, organizaci filmových výletů s průvodcem, vytvoření zájezdu do natáčecích lokalit nebo propagaci partnerů zúčastněných ve filmu. ODM může zajistit slevové kupony na služby nebo produkty těchto partnerů.

Po uvedení filmu v kinech nastává doba, kdy má divák film nejvíce v paměti a je snazší upoutat jeho pozornost. Pokud se divákovi film líbil a klade si otázku, kde byl film natočen, je ideálním adeptem na účastníka filmového cestovního ruchu. K povzbuzení potenciálního

turisty k návštěvě destinace může posloužit leták v tištěné podobě rozdáváný v kině, prodej upomínkových předmětů nebo pozvánka na výstavu „vzpomínky z filmu“ [19].

## 6 Příklady filmového turismu ve světě i v ČR

### 6.1 Pán prstenů

V souvislosti s filmovým cestovním ruchem nelze nezmínit Nový Zéland. Novozélandské městečko Matamata ležící na severním ostrově je ukázkovým příkladem destinace filmového cestovního ruchu. Natáčely se zde scény z trilogie Pán prstenů (2001, 2002, 2003) a trilogie Hobit (2012, 2013, 2014). Na pastvinách v okolí Matamaty bylo pro účely filmu uměle zbudováno několik desítek obydlí pro filmové hobity. V Hobitíně, jak se vesnici říká, se nachází i restaurační zařízení Hospoda U zeleného draka, kam mohou turisté zamířit po prohlídce [17].

Poté, co filmový štáb ukončil činnosti na filmu Pán prstenů v Matamatě a filmový Hobitín byl zpřístupněn veřejnosti v roce 2003, návštěvnost začala prudce stoupat. V roce 2003 činila návštěvnost regionu 11 500 návštěvníků. V důsledku premiéry filmu Pán prstenů činila návštěvnost více než dvojnásobek, tedy 29 200 návštěvníků a v roce 2005 se statistiky návštěvnosti vyšplhaly na 46 800 návštěvníků Matamaty. Do té doby neznámé městečko se tak stalo vyhledávanou turistickou atrakcí.

Do roku 2003 shlédlo filmovou trilogii Pán prstenů závratných 600 milionů diváků na celém světě. Není možné přesně změřit kolik lidí se rozhodlo navštívit zemi na základě shlédnutí filmu, ale potenciál pro turismus je nepopíratelný.

Vláda Nového Zélandu investovala mezi lety 2001 a 2002 9 milionů novozélandských dolarů, aby maximalizovala pozitivní dopad prvního filmu z trilogie na cestovní ruch. Agentura Tourism New Zealand využila velké popularity filmu ze strany diváků a ve spolupráci s regionálními destinačními společnostmi cestovního ruchu začala propagovat Nový Zéland jako “Domov Středozemě”. Cílem bylo zvýšit povědomí o Novém Zélandu pro vzdálenější trhy [5].

Po premiéře filmu Hobit se strhla nová vlna nadšení. V roce 2012 zahájila agentura Tourist New Zealand kampaň s názvem 100 % Středozemě, 100 % ryzí Nový Zéland. Hlavním cílem kampaně bylo přesvědčit lidi, že magický svět Středozemě na Novém Zélandu skutečně existuje.

Tematiku Středozemě využívají k reklamě i jiné společnosti úzce spjaté s odvětvím

cestovního ruchu. Letecká společnost Air New Zealand natočila ve spolupráci se známým novozélandským režisérem Taikou Waititim instruktážní video o bezpečnosti v letadle, ve kterém účinkují herci i sám režisér Hobita Peter Jackson. Letecká společnost Air New Zealand se ve videu prezentuje jako oficiální letecká společnost Středozeemě [1].

## 6.2 Tři mušketýři

Co se týče České republiky, pro filmové producenty je naše země jednou z neatraktivnějších a nejvyhledávanějších destinací pro natáčení. Filmaře k nám lákají zajímavé lokace a profesionální filmové štáby s kvalifikovanými tvůrci i kvalitní postprodukci. Čím dál častěji zahraniční producenti obsazují české tvůrce do rozhodujících pozic v kreativních a technických procesech. Často v Česku zahraniční produkce natáčejí více dílů nebo celé série seriálů [10].

V roce 2015 měla na Televizi Prima premiéru 1. řada historického seriálu z produkce BBC s názvem Tři mušketýři. Filmaři použili do filmu mnoho interiérů i exteriérů českých i moravských hradů, kostelů i samostatných ulic. Televize Prima v rámci kampaně k seriálu vydala ve spolupráci s Lidovými novinami speciální soutěžní mapu hradů, zámků a kulturních či přírodních památek s 3 D ilustracemi, která odkazují na místa, kde se seriál natáčel. U 13 z nich je dodán podrobný popis zahrnující historii místa a informace potřebné k návštěvě. Společně s mapou vyšla i speciální soutěžní karta, na niž soutěžící mohli lepit vstupenky z navštívených míst vyznačených na mapě. Výhrou v soutěži byly pohádkové víkendy na zámku s plnou penzí a 100 rodinných vstupenek na libovolnou památku v České republice [26].

## 6.3 Britannia

Příkladem seriálu, jehož všechny díly se natáčely v České republice, je desetidílný britský seriál Britannia, který měl premiéru na televizních ve Velké Británii obrazovkách v roce 2018. Natáčelo se v Prachovských skalách, v lomu Amerika a v barrandovských ateliérech. Po odvysílání seriálu se mnoho diváků ptalo, kde najdou filmové exteriéry. Jako odpověď přišel výlet s názvem Bohemian Paradise, který pořádá od jara roku 2018 britská cestovní kancelář On Foot Holidays [12]. Šestidenní pěší výlet pokrývá návštěvu Českého ráje, okolí Turnova a Jičína, hradů Frýdštejn, Valdštejn, Kost a zříceninu Trosky. Britští výletníci hodnotí výlet převážně pozitivně, neboť představuje příjemnou alternativu k masově navštěvované Praze [25].

Obrázek 1: Natáčení seriálu Britannia v lomu Amerika



Zdroj: [22]

## 7 Dopady filmového cestovního ruchu

Filmový turismus má pozitivní i negativní dopady na danou destinaci. Mezi pozitivní dopady patří zvýšení návštěvnosti, zvýšení popularity destinace a zvýšený ekonomický rozvoj např. v podobě nových pracovních míst, nových podnikatelských příležitostí.

Zvýšení návštěvnosti s sebou nese spoustu negativních dopadů. Může dojít ke zhoršení stavu životního prostředí, ke zvýšení hluku. Pro destinaci může být po prvotním nadšení z filmu udržet si dlouhodobě poptávku po filmové turistice. Nebo naopak, destinace přespříliš spoléhá na filmový turismus a není schopna pokrýt poptávku v dlouhodobém výhledu. Destinace nemusí být připravená na náhlý příjezd turistů – ubytovací kapacity, restaurace nejsou schopny uspokojit poptávku. V důsledku zvýšené návštěvnosti dochází k přetíženosti dopravních cest a nespokojenosti až iritaci místních obyvatel vůči návštěvníkům. Je složité nastavit rovnováhu mezi cílem dosáhnout maximálního výdělku a zachováním dobré životní úrovně obyvatel a stavu životního prostředí [9].

Probíhající natáčení filmu má na destinaci pozitivní ekonomický vliv, jelikož členové štábu se v době natáčení stávají účastníky cestovního ruchu. Na natáčení se podílí velké množství osob včetně případného komparzu a doba natáčení může trvat i několik týdnů. Prostřednictvím ubytování, stravování a dopravy tak přicházejí nemalé finanční prostředky do místních rozpočtů. Filmaři si krátkodobě pronajímají další pomocné profese a služby, např. místní herce, komparz, různé specifické umělecké profese, dodavatelské služby a vytváří tak nové pracovní pozice. Některé specifické profese by bez odbytu v oblasti filmového průmyslu mohly zaniknout.

Příjmy z pronájmu hradu Ledec nad Sázavou se podle slov místního kastelána Ludka Šímy pohybují každý rok rozdílně. Minimální příjem za poslední 3 roky činil sto tisíc korun a maximální byl milion korun. V každém případě záleží na rozsahu a délce natáčení. Za získané finanční prostředky z pronájmu hradu doposud bylo možné vyměnit střechu, obnovit kanalizační síť a vydláždít horní nádvoří [36].

Vedlejším efektem filmů natáčených v lokacích v ČR je propagace naší země v zahraničí, což zprostředkovaně vede k podpoře příjezdového turistického ruchu.

## **8 Produkty filmového cestovního ruchu**

Níže zmíněné produkty cestovního ruchu mohou přispět ke zvýšení atraktivity destinace cestovního ruchu nebo mohou být motivátorem pro potenciálního návštěvníka k návštěvě destinace.

- Tematická prohlídka objektu (průvodce je v kostýmu, má speciální výklad),
- animační program v místě natáčení,
- ubytování v objektu, kde se film natáčel,
- stezka „po stopách filmu/filmů“,
- geocaching s keškami ukrytými na filmových místech,
- mobilní aplikace provázející místem a filmem současně s možností přehrát si na místě vybranou pasáž filmu,
- informační panely s obrázky z filmu a pohledem na reálné místo,
- aplikace typu [filmovamista.cz](http://filmovamista.cz) do mobilních zařízení,

- setkání s herci,
- tematická akce zaměřená na daný film určená jen vybraným účastníkům (např. jako odměna v soutěži),
- sbírání razítek do speciálního filmového deníku,
- nákup tematických suvenýrů,
- výstava spojená s filmem,
- výstava typu „ohlédnutí za natáčením/filmem“,
- cyklovýlet po filmových místech,
- zájezd do filmových lokalit,
- organizovaný výlet s průvodcem po filmových lokalitách,
- návštěva filmového studia,
- návštěva hereckého muzea [2].

## 9 Podpora filmového cestovního ruchu v České republice

Aby došlo k rozvoji filmového cestovního ruchu v nějaké destinaci, je nejprve zapotřebí, aby zde proběhlo natáčení filmu a poté je potřeba region představit potencionálním filmovým turistům. Samotní filmaři při výběru natáčecích lokací neberou v potaz budoucí vliv filmu na destinaci. Tento fakt si dobře uvědomují některé relevantní subjekty a snaží se podnikat kroky k tomu, aby jejich region vystupoval jako „film friendly“ a přilákal domácí i zahraniční filmové produkce. Národní organizací, která propaguje Českou republiku jako atraktivní filmovou destinaci, je Czech Film Commission. Pokud se podaří nějaký film natočit, nastupuje národní centrála cestovního ruchu Czech Tourism, aby propagovala Českou republiku jako atraktivní destinaci filmového cestovního ruchu a přilákala filmové turisty.

## 9.1 Czech Film Commission (Česká filmová komise)

Hlavním úkolem komise je propagovat Českou republiku jako atraktivní filmovou destinaci v ČR, a především v zahraničí. Náplní práce je např. napojovat zahraniční filmaře na lokální partnery, informovat je o podmínkách natáčení v ČR, zajišťovat jim podporu při komunikaci s místními úřady a zajišťovat obhlídky filmových lokací („location tour“). Průběžně pracuje na vytváření filmařsky vstřícného, stabilního a konkurenceschopného filmařského prostředí. Komise byla založena v roce 2004 z iniciativy Asociace producentů v audiovizí. Od února 2017 přešla Czech Film Commission pod Státní fond kinematografie. Díky tomu, že je Česká filmová komise členem mezinárodní organizace filmových komisí (AFCI), měla možnost se v roce 2018 zúčastnit setkání se zástupci hollywoodských studií (21st Century Fox, Walt Disney, HBO, Universal Pictures) a streamingových platforem (Amazon Studios, Netflix) na téma filmových pobídek. Czech Film Commission je v pravidelném kontaktu s filmovými kanceláři v jednotlivých regionech [10].

### 9.1.1 Filmové kanceláře v ČR

Regionální filmové kanceláře mají za cíl stejně jako Czech Film Commission propagaci svého regionu jako atraktivní filmové destinace. V ČR funguje 11 filmových kanceláří. Jejich zřizovateli jsou většinou Odbory regionálního rozvoje v rámci krajských úřadů nebo organizace destinačního managementu (ODM).

Seznam filmových kanceláří v ČR:

- Brno Film Office
- East Bohemia Film Office
- Filmová kancelář Karlovarského kraje
- Filmová kancelář Olomouckého kraje
- Filmová kancelář Ústeckého kraje
- Liberec Film Office
- Moravskoslezská filmová kancelář
- Regionální filmová kancelář Plzeňský kraj
- Středočeská filmová kancelář
- Vysočina Film Office
- Zlín Film Office [10]



### **9.1.2 Cena Film friendly**

Regiony mohou zvýšit zájem filmových produkcí díky ocenění Film Friendly region, který uděluje od roku 2014 Czech Film Commission společně s Asociace producentů v audiovizí a agentura CzechTourism. Do soutěže se mohou přihlásit nejen filmové kanceláře ale i obce, svazky obcí, sdružení, spolky apod. Mělo by se přitom jednat o takové, které aktivně spolupracují s filmaři a pomáhají jim usnadnit natáčení. Díky značce Film Friendly, která zvyšuje prestiž regionu a atraktivitu, budou producenti a lokační manažeři při plánování projektů vědět, kde mohou očekávat snadnou a rychlou spolupráci, a mohou se i proto rozhodnout natáčet právě tam [8].

## **9.2 CzechTourism (Česká centrála cestovního ruchu)**

Národní organizace CzechTourism neboli Česká centrála cestovního ruchu je státní příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj. Hlavním cílem je propagovat Českou republiku doma i ve světě jako atraktivní turistickou destinaci a napomáhat tak k všestrannému rozvoji cestovního ruchu. Nejobsáhlejším úkolem, který svou činností plní, je destinační marketing, tzn. tvorba produktů CR, vydávání propagačních materiálů, budování příznivé image turistické destinace Česká republika, spolupráce s dalšími subjekty a další [11].

Centrála si všimla potenciálu filmového turismu a v roce 2015 spustila kampaň s názvem „Česko – země jako z filmu“, pomocí které chtěla nalákat turisty do České republiky na filmová místa. Do databáze projektu bylo vybráno 50 filmů, u kterých si uživatel mohl přečíst zajímavosti ze zákulisí, pustit si ukázkou z filmu, prohlédnout fotografie nebo si zaplánovat místo do itineráře. Kampaň byla podpořena mobilní aplikací Czech Film Trips a byly spuštěny speciální webové stránky [www.zemefilmu.cz](http://www.zemefilmu.cz). Webové stránky i aplikace obsahují mapu České republiky, kde jsou vyznačena všechna filmová místa [15].

O pět let později nachází uživatel na webu rozsáhlejší databázi asi 100 filmů seřazených do kategorií podle žánru. Novinkou je 20 výletů vztahujících se ke konkrétním filmům. Webové stránky jsou přehledné a uživatelsky přívětivé. Pozitivní pro zahraniční uživatele je možnost přepnout si jazyk z češtiny do polštiny, angličtiny nebo němčiny [34].

## 9.3 Projekt filmovamista.cz

Na začátku celého projektu, jak uvádí jeho autoři, byla klasickou otázkou „na jakém místě se tato krásná scéna natáčela?“ Projekt byl inspirovaný on-line encyklopedií Wikipedia. Cílem je zmapovat a představit místa, kde se natáčely seriály a filmy. Uživatelé mohou přidávat nová filmová místa, fotografie reálných lokací, doplňovat informace o konkrétních scénách a přesné poloze filmových míst. K datu 10.10.2020 čítala databáze celkem 3225 filmů a 101 256 lokací. Na vytváření databáze se po jednoduché registraci může podílet každý. Fakt, že se na vytváření webových stránek podílí široká veřejnost autoři vzhledem ke správnosti údajů ošetřili tím, že každá informace prochází korekcí a schválením odpovědných redaktorů. Projekt spolupracuje i s anglickou verzí Movieloci.com, kam mohou přispívat lidé z celého světa. Tento projekt má i svou vlastní mobilní aplikaci podobnou jako je Czech Film Trips, jenom s rozdílem, že filmovamista.cz mají mnohem rozsáhlejší databázi filmů [14].

## 10 Podpora filmového cestovního ruchu v kraji Vysočina

### 10.1 Vysočina Tourism

Vysočina Tourism je organizace destinačního managementu pro kraj Vysočina. Snaží se stejně jako Czech Tourism o propagaci kraje jako atraktivní turistické destinace. Byla založena s cílem o koordinaci dlouhodobě udržitelného rozvoje CR. Prezentuje se na českých i zahraničních veletrzích cestovního ruchu, v tisku a na internetu.

Co se týče zaměření na filmový turismus, vyhlásila Vysočina Tourism rok 2019 rokem filmové Vysočiny. Kampani propůjčil hlas herec a rodák z Horní Cerekve Josef Dvořák, který namluvil několik spotů pro rádia. Pro účely kampaně byl vytvořen produkt „Klapka, filmová Vysočina poprvé“. Šlo o zážitkovou turistickou hru o hodnotné ceny, která zavedla účastníky na celkem 26 míst spojených s natáčením nebo do rodišť známých filmových osobností v kraji. Turisté museli splnit jednoduché úkoly a výsledky následně zaznamenat do speciálního pasu. Pokud se jim podařilo navštívit alespoň polovinu míst v pasu, mohli se ucházet o hlavní cenu v podobě neopakovatelného filmového zážitku. Vyhlášení vítěze proběhlo v rámci Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů Ji.hlava.

Součástí kampaně byla i geocachingová hra (kešky byly umístěny na 15 filmových místech). Odkrytí kešek přináší turistovi zajímavosti o natáčení a realie o kraji.

V rámci projektu probíhaly na různých místech v kraji doprovodné akce, např. setkání s filmařskými osobnostmi, filmařské příměstské tábory, projekce filmů natáčených na Vysočině, letní kino a kostýmové prohlídky na hradě Roštejn, filmový den v Ledči a besedy s filmovými osobnostmi [20].

Dále byl spuštěn specializovaný web [www.vysocina.eu/temata/vysocina-filmova](http://www.vysocina.eu/temata/vysocina-filmova), který obsahuje podsekcce Filmové výlety (tipy na filmová místa), Vysočina ve filmu (seznam filmů natáčených na Vysočině), Filmová NEJ (zajímavosti), Filmové osobnosti (herci narození v kraji).

Vysočina Tourism nechala vytvořit speciální filmovou aplikaci pro mobilní telefony pro zájemce o cestování a fotografování. Aplikace umožňuje uživateli doplnit pořízenou fotografií speciálním rámečkem. Fotografové jsou motivováni sdílet své pořízené fotografie pod hashtagem #vysocinafilmova na Instagramu a Facebooku Vysočina Tourism [32].

Během účasti na veletrhu Holiday World v roce 2019 jsem měla možnost navštívit stánek Vysočina Tourism a odnést si brožuru s názvem Vysočina filmová. Brožura podrobně představuje 22 míst v kraji, která v minulosti přitáhla filmaře. Jde o vydařenou „příručku“ pro filmové nadšence v tištěné podobě. Filmová místa jsou seřazena podle žánru, nechybí popis děje filmu, fotografie a tipy na atraktivitu v okolí. V brožuře najde čtenář i mapu se vyznačenými filmovými místy (Obrázek 2). Na tomto příkladu produktu je dobře vidět, že Vysočina Tourism si uvědomuje potenciál filmového cestovního ruchu a svá filmová místa dokáže propagovat.

Obrázek 2: Filmová mapa Vysočiny



Zdroj: Brožura „Vysočina filmová“

## 10.2 Vysočina Film Office

Vysočina Film Office je regionální filmová kancelář pro kraj Vysočina fungující pod hlavičkou krajské destinační společnosti Vysočina Tourism. V posledních letech rostla poptávka ze strany filmových produkcí natáčet v kraji. Organizace Vysočina Tourism se tedy rozhodla vyčlenit samostatný subjekt, který by se stal kontaktním místem pro filmové produkce. Ke své práci používá vedoucí filmové kanceláře celou databázi kontaktů. Jedná se prakticky o všechny subjekty, které jsou relevantní pro potřeby natáčení (zástupci Krajského úřadu, městských i obecních úřadů, Národního památkového ústavu, farností, Správy CHKO, MAS, Ředitelství silnic a dálnic, konkrétní ubytovací zařízení či majitelé objektů v soukromém vlastnictví, muzea, občanská sdružení, sportovní spolky).

Dalším dílčím úkolem je propagovat kraj jako atraktivní filmovou destinaci filmovým profesionálům. VFO dostává velký prostor na sebe prezentaci během konání MFDF. Každoročně vydává informační slevovou brožuru, která představuje Vysočinu jako atraktivní natáčecí lokaci, představuje činnost filmové kanceláře a nabízí zvýhodněné vstupy u partnerů v regionu. Ve spolupráci s Czech Film Commission pořádala VFO v roce 2017 mini location tour po nejvýznamnějších atraktivitách Jihlavy pro produkční.

Pro VFO sekundárním, ale z hlediska filmového turismu důležitým úkolem, je snaha filmové kanceláře započít propagaci destinace prostřednictvím filmu už během natáčení a propojit destinaci s konkrétním filmem v myslích diváků a přilákat tak potencionální návštěvníky. Co se týče propagace filmu, VFO aktivně propagovala na Facebooku film Bajkeři režiséra Martina Koppa, který se natáčel v okolí měst Telče a Žďáru nad Sázavou.

Podle slov referentky filmové kanceláře se velmi těžko získává zpětná vazba na vzájemnou spolupráci s filmaři, což je škoda vzhledem k tomu, že filmová kancelář byla zřízena nedávno a konstruktivní kritika nebo naopak slova chvály by jí pomohly k dalšímu rozvoji [37].

### **10.3 Destinační kancelář Třebíčsko – moravská Vysočina**

Výše uvedená kancelář je oblastní organizací destinačního managementu. Na Třebíčsku funguje od roku 2016 a zaměřuje se na destinace Třebíčsko, Náměšťsko, Hrotovicko, Jemnicko, Moravskobudějovicko a Jaroměřicko. Webová stránka kanceláře nabízí tipy na výlety, ubytování, přehled turistických cílů, a to vše na přehledné interaktivní mapě. Co se týče filmového turismu, vytvořila kancelář balíček cílený na seniorské kolektivy s názvem „Toulky krajem Postřižin“. Balíček obsahuje návštěvu Dalešického pivovaru – místa, kde se natáčel snímek Postřižiny, plavbu na dalešické přehradě a ubytování v penzionu v nedalekých Hrotovicích [30]. Tento balíček služeb je cílený pouze na vybraný segment ze strany poptávky - seniory. S ohledem na zvyšující se počet turistů v důchodovém věku a roku premiéry filmu si myslím, že jde o povedený produkt a mohl by si získat mnoho zájemců.

### **10.4 Humpolec**

Město Humpolec proslavil film Zdeňka Svěráka Marečku, podejte mi pero! V samotném Humpolci se film nenatáčel, pouze na něj odkazuje jedna z postav filmu v podání Zdeňka Srstky, který hlásí profesorovi večerní školy „Hliník se odstěhoval do Humpolce!“ Místní Městské kulturní a informační středisko této skutečnosti bohatě využilo. Na počest

Hliníka byla odhalena pamětní deska s věnováním „nejslavnějšímu přistěhovalci vděční spoluobčané“. Slavnostního odhalení desky se zúčastnili scénáristé filmu Ladislav Smoljak a Zdeněk Svěrák. Později bylo vybudováno recesistické muzeum Hliníkarium, kde se návštěvníci seznámí s fotografiemi a rekvizitami z filmu. Nejúsměvnější části muzea jsou pohledy a dopisy adresované imaginárnímu občanovi Humpolce k otevření muzea. Prozatím posledním projektem se vztahem k filmu bylo přesazení švestičky z Hujerovy zahrádky. Město efektivně využilo svého potenciálu pro podporu filmového cestovního ruchu hned třemi projekty. A to jen díky tomu, že jméno města bylo zmíněno v oblíbeném českém filmu [16].

## **10. 5 Aktivity pořádané v kraji**

### **10.5.1 Arts & Film festival**

Účastníci filmového cestovního ruchu měli možnost navštívit Mezinárodní filmový festival Arts & Film pořádaný v Telči. Každoročním lákadlem pro návštěvníky byl nejen samotný program, ale i skutečnost, že se festivalu účastní na několik známých osobností. V roce 2016 to byli například Miroslav Táborský, Emília Vašáryová, Jan Budař, Lukáš Pavlásek a další. V roce 2016 dostaly prostor "telčské" filmy, tedy filmy, které byly natáčeny přímo v Telči. Z počtu 20 filmů zmíním Pyšnou princeznu, Hudbu z Marsu, Až přijde kocour a Z pekla štěstí. Účastníci festivalu mohli filmy zhlédnout za účasti některého z herců, kteří v Telči natáčeli [29].

### **10.5.2 Mezinárodní filmový festival dokumentárních filmů Jihlava**

MFDF Ji.hlava vznikl jako projekt několika studentů jihlavského gymnázia v čele s Markem Hovorkou v roce 1997. Postupně se události účastnilo čím dál více filmových diváků, umělců, producentů a režisérů až ji tisk označil za největší událost svého druhu ve střední a východní Evropě. Páteř festivalu tvoří sedm soutěžních kategorií. Vítěz kategorie Krátká radost (krátkometrážní dokumentární filmy) je nominován do předvýběru Cen Akademie (Oskar). Dále nabízí festival část Inspirační fórum jako platformu pro setkávání s výraznými osobnostmi a řadu dalších projektů pro české i zahraniční návštěvníky. Návštěvnost i množství promítaných filmů meziročně stoupá. Partnerem festivalu je organizace Vysočina Tourism [21].

### **10.5.3 Festival Fantazie Chotěboř**

Největší festival pop kultury v České republice se koná každoročně už od roku 1996 vždy na začátku letních prázdnin. Týká se oblasti literatury, filmu, her, science fiction a

budoucnosti, kosmonautiky, moderních technologií, záhad, mýtů a historie. Součástí programu je přehlídka filmů a seriálů, včetně besed, prezentací přednášejících, diskuzí, cosplay a autogramiád se známými osobnostmi. Na své si přijdou fanoušci virtuální reality, videoher, počítačových i stolních her, pro které je vyhrazena herna o velikosti 250 m<sup>2</sup>. Festival se věnuje fanouškovské komunitě seriálu Hra o trůny, filmům o Harrym Potterovi, Star Treku, asijskému anime a dalším.


Z hlediska filmového cestovního ruchu patří Festival Fantazie vedle významných festivalů pořádaných v České republice mezi ty malé. KVIFF a Letní filmová škola ve Zlíně svou popularitou a propagací Chotěboř hravě zastíní. Naopak co se týče počtu promítaných filmů, převyšuje Festival Fantazie některé známější festivaly [13].

## 10.6 Výběr filmů natáčených v kraji Vysočina





Nabídka filmů natáčených v kraji Vysočina vychází z knih Radka Laudina Nejznámější filmová místa – křížem krážem po Česku, Nejznámější pohádková místa – křížem krážem po Česku a z vlastní znalosti. Filmy jsou pro přehlednost rozděleny podle jednotlivých žánrů.

### Pohádky

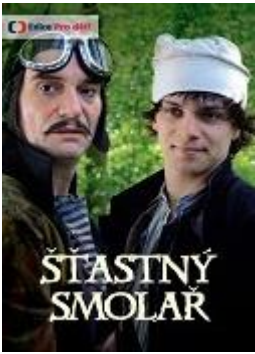


Tabulka 1: Pohádky natáčené v kraji Vysočina

| Název filmu   | Režie         | Rok výroby | Místo (místa) natáčení |
|---|---------------|------------|------------------------|
|  | Bořivoj Zeman | 1952       | Zámek Telč             |



|   |                        |             |  |
|---|------------------------|-------------|--|
|    | <p>Jiří Strach</p>     | <p>2016</p> | <p>Hrad Ledeč nad Sázavou</p>  |
|    | <p>Václav Vorlíček</p> | <p>1996</p> | <p>Náměšť nad Oslavou</p>  |
|  | <p>Jaromír Pleskot</p> | <p>1955</p> | <p>Žďárské Vrchy -<br/>okolí vesnic Sněžné,<br/>Krátká, Samotín,<br/>dále Buchtův kopec,<br/>Březiny</p> |
|  | <p>Roman Vávra</p>     | <p>2003</p> | <p>Hrady Pernštejn a<br/>Lipnice nad Sázavou</p>   |



|   |                        |             |  |
|---|------------------------|-------------|--|
|    | <p>Jiří Strach</p>     | <p>2012</p> | <p>Hrady Pernštejn a<br/>Ledeč nad Sázavou</p> |
|    | <p>Martin Dolenský</p> | <p>2016</p> | <p>Hrad Roštejn</p>                            |
|  | <p>Marek Najbrt</p>    | <p>2018</p> | <p>Hrad Ledeč nad<br/>Sázavou</p>              |
|  | <p>Zdeněk Troška</p>   | <p>1999</p> | <p>Město Telč, hrad<br/>Roštejn</p>            |

|   |                 |      |                                       |
|---|-----------------|------|---------------------------------------|
|    | Karel Smyczek   | 1996 | Městské muzeum<br>Polná               |
|   | Václav Vorlíček | 1977 | Telč                                  |
|  | Jan Svěrák      | 2010 | Vrch Melechov u<br>Světlé nad Sázavou |

zdroj: ČSFD (2020)

## Dramata

Tabulka 2: Dramata natáčená v kraji Vysočina

| Název filmu | Režie | Rok výroby | Místo (místa)<br>natáčení |
|-------------|-------|------------|---------------------------|
|             |       |            |                           |




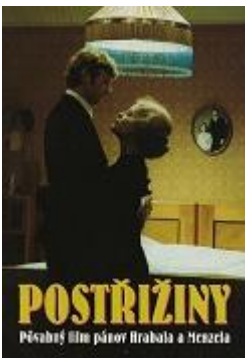
|   |                 |      |                               |
|---|-----------------|------|-------------------------------|
|    | Zdeněk Troška   | 2001 | Zámek Jaroměřice nad Rokytnou |
|    | Juraj Jakubisko | 2010 | Telč                          |
|   | František Filip | 1988 | Telč                          |
|  | Jakub Dudek     | 1986 | Tasice                        |

|   |                         |             |  |
|---|-------------------------|-------------|--|
|    | <p>Jiří Svoboda</p>     | <p>2017</p> | <p>Židovská čtvrť v Třebíči</p>          |
|    | <p>Olga Dabrowská</p>   | <p>2019</p> | <p>Skalákův mlýn u Velkého Meziříčí</p>  |
|   | <p>František Vlácil</p> | <p>1967</p> | <p>Město Třebíč</p>                      |
|  | <p>Vojtěch Jasný</p>    | <p>1968</p> | <p>Obce Sulkovec a Sněžné na Žďársku</p> |

zdroj: ČSFD (2020)

## Komedie

Tabulka 3: Komedie natáčené v kraji Vysočina

| Název filmu   | Režie  | Rok výroby | Místo (místa) natáčení             |
|---|--|------------|------------------------------------|
|    | Jindřich Polák                                     | 1983       | Město Pelhřimov,<br>Počátky        |
|   | Dušan Klein  | 1988       | klášter Želiv                      |
|  | Biser Arichtev, Peter<br>Bebjak, Dan<br>Wlodarczyk | 2008       | Jimramov                           |
|  | Jiří Menzel  | 1981       | Město Počátky,<br>pivovar Dalešice |

|   |                 |      |  |
|---|-----------------|------|--|
|    | Oldřich Lipský  | 1976 | Město Humpolec                         |
|    | Robert Sedláček | 2010 | Město Pelhřimov                        |
|   | Vojtěch Jasný   | 1963 | Město Telč                             |
|  | Tomáš Řehořek   | 2012 | Broumova Lhota,<br>Lipnice nad Sázavou |

zdroj: ČSFD (2020)



## Rodinné filmy

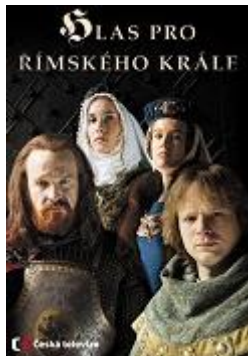
Tabulka 4: Rodinné filmy natáčené v kraji Vysočina

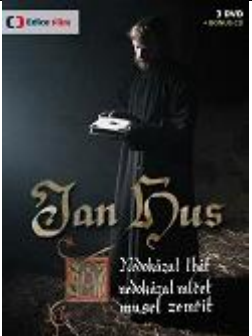
| Název filmu  | Režie         | Rok výroby | Místo (místa) natáčení  |
|--|---------------|------------|---|
|   | Martin Kopp   | 2017       | Telč, okolí Telče a hradu Roštejn, okolí Jihlavy, penzion Panský Dvůr u Velkého Meziříčí, |
|  | Jiří Chlumský | 2017       | Hamry nad Sázavou   |

zdroj: ČSFD (2020)

## Historické filmy

Tabulka 5: Historické filmy natáčené v kraji Vysočina

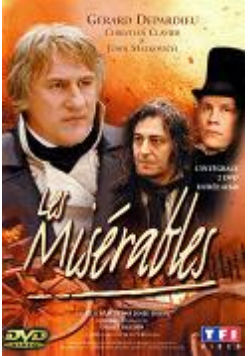
| Název filmu   | Režie          | Rok výroby | Místo (místa) natáčení |
|---|----------------|------------|------------------------|
|  | Václav Křístek | 2016       | Třebíč                 |

|   |              |           |  |
|---|--------------|-----------|--|
|  | Tom Fontana  | 2011-2014 | Telč                                   |
| Santiniho jazyk   | Jiří Strach  | 2011      | Žďár nad Sázavou                       |
|  | Jiří Svoboda | 2015      | Město Třebíč, hrad Lipnice nad Sázavou |




zdroj: ČSFD (2020)

### Zahraniční filmy

Tabulka 6: Zahraniční filmy natáčené v kraji Vysočina

| Název filmu   | Režie           | Rok výroby | Místo (místa) natáčení |
|---|-----------------|------------|------------------------|
|  | Josée Dayan     | 2000       | Hrad Ledec nad Sázavou |
|   | Brian Helgeland | 2001       | Hrad Ledec nad Sázavou |



|  |               |      |   |
|--|---------------|------|---|
|   |               |      |   |
|   | Rob Cohen     | 2002 | Hrad Ledeč nad Sázavou, jihlavské podzemí |
|  | Ariel Zeitoun | 2013 | Hrad Pernštejn a zámek v Telči            |

zdroj: ČSFD (2020)

## 11 Předpoklady cestovního ruchu v kraji Vysočina

Rozvoj CR v jednotlivých destinacích je podmíněn velkým množstvím faktorů. Mezi ty nejdůležitější patří přírodní podmínky, nabídka kulturního vyžití, úroveň ekonomiky, nabídka služeb atd.

### 11.1 Lokalizační předpoklady

#### Přírodní podmínky

Povrch území je tvořen pahorkatinami Českomoravské vrchoviny. Nejvyšším bodem je

Javořice na Jihlavsku s nadmořskou výškou 837 m. K velkoplošným chráněným územím v kraji se řadí CHKO Žďárské vrchy a CHKO Železné hory, které zasahují do sousedního Pardubického kraje. Dále tu najdeme 7 národních přírodních rezervací, 3 národní památky, 69 přírodních rezervací, 91 přírodních památek a 9 přírodních parků. Vysočina je pramennou oblastí mnoha českých i moravských řek a prochází tudy hlavní rozvodí mezi Černým a Severním mořem. Z hlediska vodáctví je zastoupena řeka Sázava. Z rekreačních vodních ploch vyniká Velké Dářko (největší rybník na Vysočině), Sykovec, Pávovský rybník a Domanínský rybník. Výhodou oproti jiným krajům je příznivé a čisté životní prostředí.

### **Kulturní podmínky**

Na území kraje Vysočina se nachází hned tři památky zapsané na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO: historické jádro Telče, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáru nad Sázavou a židovská čtvrť a basilika sv. Prokopa v Třebíči. Mezi historické památky řadíme množství hradů a zámků rozsetých po kraji. Technické památky významné pro cestovní ruch jsou např. dálniční most Vysočina nad údolím řeky Oslavy ve velkém Meziříčí s výškou 77 m (nejvyšší na D1), větrný mlýn v Budišově, tírna lnu v Jimramově a sklářská huť v Tasicích. V Pelhřimově se nachází Muzeum rekordů a kuriozit. Co se týče kulturních akcí, může Vysočina nabídnout Mezinárodní festival Petra Dvorského, Slavnosti jeřabin, Korespondance, Nova Civitas a další.

## **11.2 Realizační předpoklady**

### **Ubytovací a stravovací služby**

V kraji najdeme ubytovací zařízení různých kvalit a cenových kategorií. Koncentraci ubytovacích zařízení můžeme pozorovat v okolí Nového Města na Moravě, které je centrem zimních sportů a je turisty oblíbené i v létě. Dále je lůžková kapacita soustředěna do měst s UNESCO památkami (Žďár nad Sázavou, Telč, Třebíč). Podle počtu ubytovacích zařízení se kraj řadí na spodní část tabulky v celorepublikovém měřítku. Nachází se zde vysoký počet chat a chalup k individuální rekreaci, které využívají především rezidenti ze sousedních krajů. V rámci společného stravování poskytuje kraj restaurace, bistra, hostince, bary i stravování v rámci ubytování. Uspokojeni budou jak účastníci low cost turismu, tak náročnější zákazníci.

## **Doprava**

Doprava je jedním ze základních předpokladů pro realizaci a rozvoj cestovního ruchu. Kraj disponuje dobrou dopravní dostupností díky tomu, že leží ve středu České republiky, potažmo ve středu Evropy. Z hlediska železniční dopravy Vysočina disponuje částí hlavní železniční tratě Berlín-Praha-Vídeň, která má mezinárodní úroveň. Nejvýznamnějším železničním uzlem je Havlíčkův Brod, kde se sbíhá 5 tratí. Kraj protínají dva hlavní silniční tahy: dálnice D1, která zaručuje snadnou dopravní dostupnost z hlavního města a silnice 1. třídy na trase Praha-Jihlava-Vídeň-Záhřeb. Nevýhodou je ne vždy dobrý technický stav a nedostupnost některých míst s nabídkou CR. Kraj má od roku 2020 jednotný integrovaný systém regionální dopravy VDV. V oblasti cykloturistiky se kraj může pochlubit 2 500 km značených cyklotras.

### **11.3 Selektivní předpoklady**

#### **Ekonomika**

Tradiční postavení má v kraji zemědělství – produkce brambor, obilnin, olejnin a chov skotu. Z průmyslové výroby má význam strojírenské, kovodělné a dřevozpracující odvětví a energetika. Průmyslovými centry jsou zejména bývalá okresní města. V současné době je kraj druhým nejdůležitějším centrem sklářství [7].

Co se týče cestovního ruchu, počet návštěvníků meziročně narůstá už po dobu deseti let. V roce 2019 navštívilo kraj 606 444 hostů, kteří zde strávili v průměru 3,4 dne [33].

Kraj nepatří z ekonomického hlediska k předním krajům v ČR. Průměrná měsíční hrubá mzda činila v roce 2019 31 147 Kč, což oproti předchozímu roku představuje nárůst o 6,5 %. Nezaměstnanost se oproti předchozímu roku zvýšila o 0,6 % [7].

#### **Obyvatelstvo**

Na konci roku 2019 měl kraj Vysočina celkem 509 813 obyvatel. Nejvíce žije v krajském městě Jihlavě s 51 260 obyvateli na konci roku 2019. Následuje 8 měst, která mají více jak 10 000 obyvatel. Charakteristický je velký počet malých obcí roztroušených na velkém území [7].

## 12 Hodnocení podpory filmového turismu v kraji Vysočina a navrhovaná opatření

Z pohledu propagace regionu mezi filmaři existuje v kraji poměrně mladá, přesto efektivně fungující filmová kancelář, která se za svou krátkou dobu existence podílela na několika filmových projektech a svoje služby neustále vylepšuje. Jako nedostatek webu filmové kanceláře uvádím, že stránky není možné přepnout do jiného cizího jazyka, než je angličtina.

V kraji Vysočina najdeme subjekty, které mají z hlediska filmu bohaté zkušenosti s natáčením. Dobrým příkladem je hrad Ledec nad Sázavou, který se velmi úspěšně umísťuje v hledáčku filmařů, neboť jeho fotografie se dostaly do mezinárodního katalogu filmových lokací. Pro produkční společnosti je tak snazší si lokaci najít v katalogu a oslovit přímo majitele hradu než kontaktovat prostředníka (např. VFO). Další populární lokací je město Telč, které má dlouhou filmovou tradici a v případě zájmu ze strany filmařů je ve většině případů kontaktován přímo kastelán zámku nebo zástupce města.

Kraj Vysočina disponuje mnoha filmovými místy napříč celým územím kraje. Navíc má z hlediska turismu velký potenciál díky bohaté nabídce kulturně historických i přírodních atraktivit, dopravní dostupnosti a poměrně vysoké kapacity ubytovacích i stravovacích zařízení. K rozvoji filmového cestovního ruchu v kraji přispívá i rostoucí zájem trávení dovolené v tuzemsku.

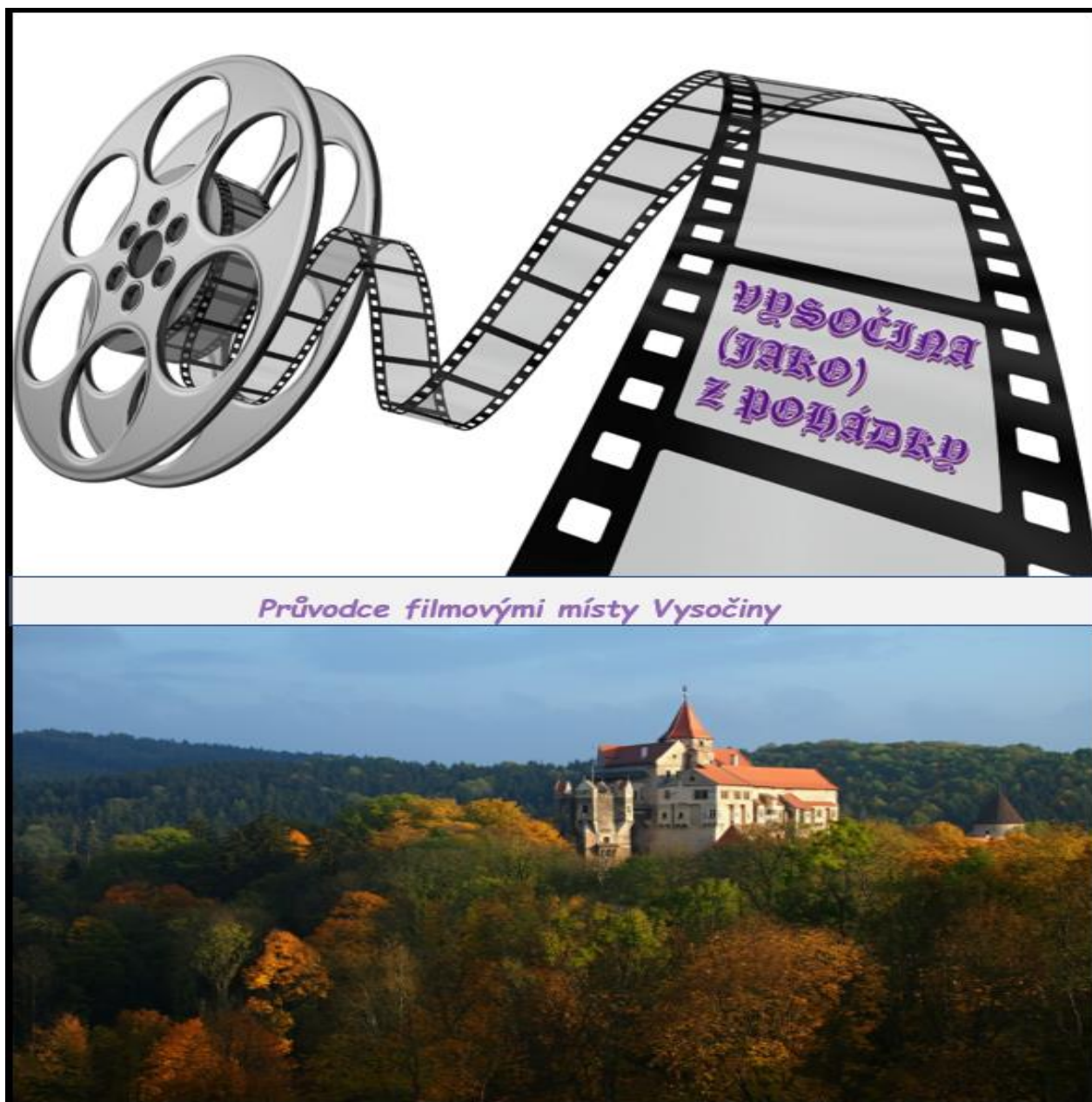
Z pohledu propagace kraje směrem k turistům existují subjekty, které si důležitost filmového turismu uvědomují a snaží se o jeho rozvoj, např. město Humpolec a jeho tři projekty týkající se filmu „Marečku, podejte mi pero!“. Na filmový cestovní ruch myslí i Destinační kancelář Třebíčsko - moravská Vysočina se svou nabídkou balíčku, přestože cílí pouze na seniory.

Je zarážející, že TIC v Telči nepodporuje filmový cestovní ruch jinak než prostřednictvím organizace Vysočina Tourism a její brožury „Vysočina filmová“. Vzhledem k tomu, kolik filmů se v Telči natáčelo, nabízí se tu prostor pro tvorbu produktů filmového turismu.

Organizace Vysočina Tourism byla v podpoře filmového turismu velmi aktivní v roce 2019, kdy zrealizovala marketingovou kampaň s názvem Vysočina filmová. Toto téma doprovázela bohatá propagace v mediích. V rámci projektu byla vytvořena speciální turistická hra o víkendový pobyt, pořádala se geocashingová hra a v kraji probíhaly doprovodné akce za účasti filmových osobností. Dále byly spuštěny speciální webové stránky a vyšla publikace

Vysočina Filmová. Myslím, že kampaň byla obsahově velmi vydařená a dostatečně propagovaná. Stránky [www.vysocina.eu/temata/vysocina-filmova](http://www.vysocina.eu/temata/vysocina-filmova) jsou i po ukončení kampaně stále aktivní. Nachází se zde sekce se seznamem filmů natáčených na Vysočině. Sekce se nezaměřuje na žádný konkrétní žánr, rozhodla jsem se proto vytvořit propagační materiál zaměřený na pohádky natáčené v kraji (Obrázek 2). Nevýhodou kampaně je, že nebyla převedena do formy mobilní aplikace jako je tomu v případě Czech Film Trips nebo projektu [filmovamista.cz](http://filmovamista.cz). Filmová místa by tak byla dostupnější pro turisty, kteří při cestování využívají technologie.

Obrázek 3: Titulní strana průvodce filmovými místy Vysočiny



Zdroj: vlastní zpracování

## Závěr

V teoretické části této bakalářské práce jsem charakterizovala filmový cestovní ruch, jeho formy, pozitivní i negativní dopady na destinace. Teoretické poznatky jsou doprovázeny příklady filmového turismu v ČR i ve světě.

V praktické části jsem se zaměřila na to, jaké konkrétní organizace v České republice, a především v kraji Vysočina filmový cestovní ruch podporují a snaží se svojí činností o jeho rozvoj. Cílem bylo zhodnotit stav podpory filmového turismu v kraji Vysočina a navrhnout opatření, která by mohla současnou situaci zlepšit a přispět tak k rozvoji filmového turismu.

Navrhovaným opatřením je průvodce po pohádkových místech v kraji Vysočina s názvem „Vysočina (jako) z pohádky“. Češi mají rádi pohádky, o čemž svědčí i sledovanost pohádek vysílaných každoročně na Štědrý večer. Pro účely pohádkového průvodce jsem vybrala celkem 8 českých pohádek, ve kterých byla vyobrazena různá místa v kraji. Snažila jsem se rovnoměrně zastoupit jak kulturně-historické památky, tak přírodní krásy. Konkrétně se jednalo o hrady Leděč nad Sázavou, Lipnice nad Sázavou, Pernštejn, Roštejn, město Telč, město Polnou a přírodu Žďárských vrchů a okolí Lipnice nad Sázavou. Zvolila jsem památky, které se nacházely v hledáčku filmových produkcí opakovaně, i takové, které byly jako kulisy filmu použity pouze jednou a jsou tak pro diváka „neokoukané“. V okolí všech zmíněných filmových míst se nachází další atraktivita, které by mohly turistu na jeho cestě zaujmout.

Čtenáři byly v krátkosti představeny jednotlivé pohádky a herci, kteří v nich vystupují a konkrétní místa, kde probíhalo natáčení. Zvolila jsem formu psaného textu v kombinaci s obrázky pro názornost. Věřím, že tento průvodce mohou využít pracovníci turistických informačních center při jejich práci nebo kdokoliv pro tvorbu vlastního itineráře výletu.

## Seznam použité literatury

### Literární zdroje

[1] BEETON, Sue. *Film-induced tourism*. 2<sup>nd</sup> edition. Buffalo: Channel View Publications, 2016. 270 s. ISBN 978-1845415839.

[2] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

[3] KOTÍKOVÁ, Halina. SCHWARZHOFFOVÁ, Eva. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 100 s. ISBN 978-80-87147-05-4.

[4] ZELENKA, Josef. PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2011. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

### Internetové zdroje

[5] *Association of Film Commissioners International* [online]. [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: <https://afci.org/about-afci/#afci-history>

[6] *Barrandov studio: Historie filmové tvorby na Barrandově* [online]. [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://www.barrandov.cz/clanek/historie/>

[7] *Businessinfo: Charakteristika kraje Vysočina* [online]. [cit. 2020-08-30]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/charakteristika-kraje-vysocina/>

[8] *Cena Film Friendly* [online]. [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: <https://filmcommission.cz/cs/regions/film-friendly/>

[9] CONNELL, Joanne. *Film tourism - Evolution, Progress and Prospects*. *Tourism Management* [online]. 2012 [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517712000404>

[10] *Czech Film Commission* [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/cs/about/mission/>

[11] *CzechTourism* [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

[12] *ČT24: Seriál Černobyl oživil zájem o místo katastrofy* [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/2836769-serial-cernobyl-ozivil-zajem-o-misto-katastrofy-rusove-protestuji-a-chystaji-svou-verzi>

[13] *Festival Fantazie* [online]. [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://www.festivalfantazie.cz/>

[14] *Filmová místa* [online]. [cit. 2018-12-04]. Dostupné z: <http://www.filmovamista.cz/>.

[15] *Gastro and Hotel: Česko – země jako z filmu* [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <https://gastroahotel.cz/cesko-zeme-jako-z-filmu/>

[16] *Hliník* [online]. [cit. 2020-11-01]. Dostupné z: <https://hlinik3.webnode.cz/hujerova-svesticka/>

[17] *Hobbitontours* [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <https://www.hobbitontours.com/en/>

[18] HUDSON, S., RITCHIE, J. R. B. *Promoting destination via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. In Journal of Travel Research* [online]. [cit. 2018-04-02]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/237807231\\_Promoting\\_Destinations\\_via\\_Film\\_Tourism\\_An\\_Empirical\\_Identification\\_of\\_Supporting\\_Marketing\\_Initiatives](https://www.researchgate.net/publication/237807231_Promoting_Destinations_via_Film_Tourism_An_Empirical_Identification_of_Supporting_Marketing_Initiatives)

[19] HUDSON, Simon. Working together to leverage film tourism: collaboration between the



film and tourism industries. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* [online]. [cit. 2019-03-20]. Dostupné z:

[https://www.researchgate.net/publication/243460935\\_Working\\_together\\_to\\_leverage\\_film\\_to\\_tourism\\_Collaboration\\_between\\_the\\_film\\_and\\_tourism\\_industries](https://www.researchgate.net/publication/243460935_Working_together_to_leverage_film_to_tourism_Collaboration_between_the_film_and_tourism_industries)

[20] *iDNES: Vysocina láká turisty na filmovou hru* [online]. [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/jihlava/zpravy/film-turista-zazitek-hra-vysocina-tourism-jihlava-herec-nataceni-josef-dvorak-atrakce-klapk.A190328\\_466723\\_jihlava-zpravy\\_mv](https://www.idnes.cz/jihlava/zpravy/film-turista-zazitek-hra-vysocina-tourism-jihlava-herec-nataceni-josef-dvorak-atrakce-klapk.A190328_466723_jihlava-zpravy_mv)

[21] *Ji-hlava: O nás* [online]. [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: <https://www.ji-hlava.cz/o-nas>

[22] *Lidovky* [online]. [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/kultura/recenze-britannia-hra-o-truny-se-o-sve-prvenstvi-rozhodne-strachovat-nemusi.A180129\\_115015\\_ln\\_kultura\\_jto](https://www.lidovky.cz/kultura/recenze-britannia-hra-o-truny-se-o-sve-prvenstvi-rozhodne-strachovat-nemusi.A180129_115015_ln_kultura_jto)

[23] MARCIONIS, Niki. *Understanding the Film-Induced Tourist*. International Tourism and Media Conference Proceedings [online]. Melbourne, 2004 [cit. 2018-04-02]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/228790015\\_Understanding\\_the\\_filminduced\\_tourist](https://www.researchgate.net/publication/228790015_Understanding_the_filminduced_tourist)

[24] *Mezinárodní festival Karlovy Vary*. [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <http://www.kviff.com/cs/historie>

[25] *On foot holidays: Bohemian Paradise* [online]. [cit. 2019-03-03]. Dostupné z: <https://www.onfootholidays.co.uk/routes/bohemian-paradise/>

[26] *Prima: Britští Mušketýři jsou reklamou na Českou republiku. Podívejte se, kde všude se natáčeli* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/novinky/britsti-musketyri-jsou-reklamou-na-ceskou-republiku-podivejte-se-kde-vsude-se-nataceli>

[27] ROBINSON, Peter. HEITMANN, Sine. DIEKE Peter U.C. *Research Themes for Tourism* [online]. Buffalo: CABI, 2011 [cit. 2018-03-06]. Dostupné z:

[https://books.google.cz/books?id=219aFMSRPqgC&pg=PA31&hl=cs&source=gbs\\_toc\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?id=219aFMSRPqgC&pg=PA31&hl=cs&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false)

[28] ROESCH, Stefan. *The Experiences of Film Location Tourists* [online]. Bristol: Channel View Publications, 2009, [cit. 2018-04-02]. Dostupné z:  
<https://books.google.cz/books?id=tXS6HVPupncC&printsec=frontcover&dq=roesch&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwjK7PDV5tjaAhUoLZoKHVzHAJAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=roesch&f=false>.

[29] *Telč: Kalendář akcí* [online]. [cit. 2019-01-22]. Dostupné z:  
<https://www.telc.eu/kalendar/145>

[30] *Třebíčsko – moravská Vysočina: Toulky krajem Postržin* [online]. [cit. 2020-11-01]. Dostupné z:  
<https://www.trebicsko-moravskavysocina.cz/balicky/toulky-krajem-postrizin/>

[31] *TTG – Vše o cestovním ruchu: Seriál Britannia láká pěší turisty do Českého ráje* [online]. [cit. 2019-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.ttg.cz/serial-britannia-laka-pesi-turisty-do-ceskeho-raje/>

[32] *Vysočina: Filmová aplikace* [online]. [cit. 2019-01-20]. Dostupné z:  
<https://www.vysocina.eu/temata/vysocina-filmova/filmova-aplikace>

[33] *Vysočina Tourism: Statistika návštěvnosti* [online]. [cit. 2019-08-30]. Dostupné z:  
<https://www.vysocinatourism.cz/cinnost-vysocina-tourism/navstevnost-kraje/statistika-navstevnosti>

[34] *Země jako z filmu* [online]. [cit. 2020-10-22]. Dostupné z:  
<https://www.zemefilmu.cz/cz/>

[35] *Zoommagazin: Vydejte se po stopách Tří mušketýrů* [online]. [cit. 2019-03-03]. Dostupné z:  
<https://zoommagazin.iprima.cz/porady/tri-musketyri-serial-bbc/vydejte-se-po-stopach-tri-musketyru-prima-prazdninova-soutez-prave>

Ostatní zdroje

[36] Luděk Šíma. *Kastelán hradu Leděč nad Sázavou* [ústní sdělení]. [cit. 2018-02-24]

[37] Klára Čechová. *Vedoucí Vysočina Film Office* [ústní sdělení]. [cit. 2018-02-24]

## Seznam zkratk

CR = cestovní ruch

ČR = Česká republika

CHKO = chráněná krajinná oblast

KVIFF = Karlovy Vary International Film Festival

MAS = místní akční skupina

MFDF = Mezinárodní festival dokumentárních filmů Ji.hlava

ODM = organizace destinačního managementu

TIC = turistické informační centrum

UHK = Univerzita Hradec Králové

VFO = Vysočina Film Office

## Seznam obrázků

|  |    |
|--|----|
| <i>Obrázek 1: Natáčení seriálu Britannia v lomu Amerika</i> .....        | 21 |
| <i>Obrázek 2: Filmová mapa Vysočiny</i> .....                            | 28 |
| <i>Obrázek 3: Titulní strana průvodce filmovými místy Vysočiny</i> ..... | 45 |

## Seznam tabulek

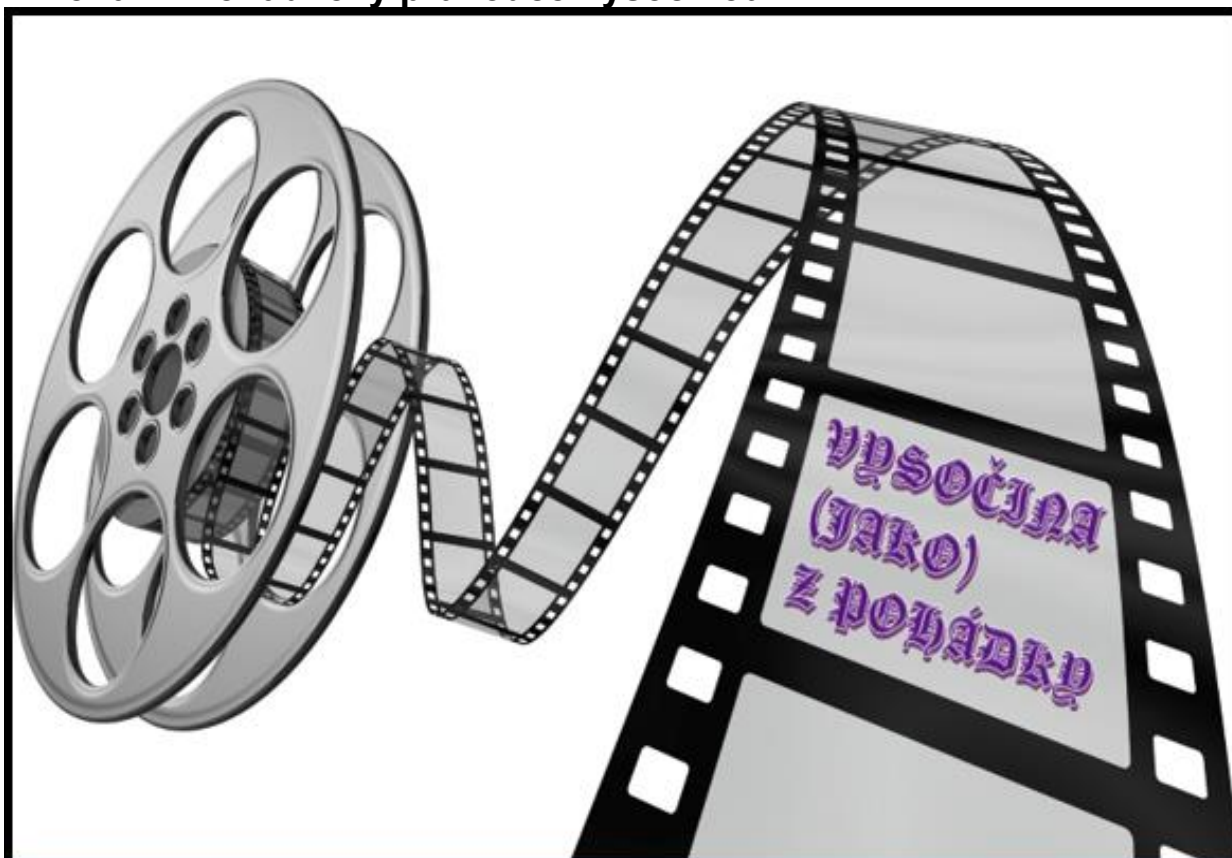
|  |    |
|--|----|
| <i>Tabulka 1: Pohádky natáčené v kraji Vysočina</i> .....          | 31 |
| <i>Tabulka 2: Dramata natáčená v kraji Vysočina</i> .....          | 35 |
| <i>Tabulka 3: Komedie natáčené v kraji Vysočina</i> .....          | 37 |
| <i>Tabulka 4: Rodinné filmy natáčené v kraji Vysočina</i> .....    | 39 |
| <i>Tabulka 5: Historické filmy natáčené v kraji Vysočina</i> ..... | 39 |

*Tabulka 6: Zahraniční filmy natáčené v kraji Vysočina.....40*

## **Seznam příloh**

*Příloha A: Pohádkový průvodce Vysočinou.....53*

## Příloha A: Pohádkový průvodce Vysočinou



*Průvodce filmovými místy Vysočiny*



# Čertí brko (2018)

Režie: Marek Najbrt

Hrají: Ondřej Vetchý, Jan Cina, Judit Bárdos,  
Jan Budař, Jana Plodková

V roli památek: hrad Ledec nad Sázavou



Obyvatelé městečka Pytlov netuší, že jejich hříchy pečlivě zaznamenává kouzelné Čertí brko. Jednoho dne se však porouhá. Lucifer pověří doručení nového brka zmateného čerta Bonifáce, kterému zdejší šejdík Klouzek kouzelné brko ukradne. Tím se spustí řetězec událostí, kdy Pytlova se zmocní Klouzek, čerti i s Luciferem jsou uvězněni a je na Bonifáči, aby čerty osvobodil a získal srdce své vyvolené Markétky.



# Princezna zakletá v čase (2020)

Režie: Petr Kubík

Hrají: Marek Lambora, Eliška Křenková, Natalia Germani,  
Martin Dejdar, Martin Písařík, Simona Zmrzlá

V roli památek: Národní památník odposlechu (zatopené žulové lomy u Lipnice nad Sázavou)



Princeznu Ellenu od narození provází příslib mocné kletby, kterou na ni uvrhla čarodějnice Muriel. Kletba se má naplnit v den Elleniných dvacátých narozenin, jakmile zapadne slunce. Avšak ve chvíli, kdy zajde poslední sluneční paprsek a vše se zdá ztraceno, princezna zjišťuje, že zůstala uvězněná v čase. Pokaždé, když se kletba naplní, Ellena procitne do dne svých dvacátých narozenin a je nucena ho prožít celý znovu. Aby zachránila své království i sebe samotnou, musí v sobě nalézt odvahu a čisté srdce a dávné kletbě se jednou provždy postavit.





Fillip a Kvido hledají práci na Pernštejně

# Čert bí proč (2003)

Režie: Roman Vávra

Hrají: Táňa Pauhofová, Iva Janžurová, Štěpán Kubišta, Josef Somr, Jiří Lábus, Csongor Kassai, Pavel Liška

V roli památek: hrady Lipnice nad Sázavou a Pernštejn



Jednoho z čertů  
hrál Marek  
Najbrt - režisér  
Čertího brka



V lipnické pokladně chybí zlaťáky

V zemi krále Dobromila lidé ztratili cit pro poctivou práci, slušnost a královská pokladna zeje prázdnotou. Aby král zachránil situaci, upíše ze zoufalství svou duši peklu a vládu převezme jeho proradný ministr. Do země přijíždí veselý kuchtík Filip. Jak už to tak v pohádkách bývá, z kuchtíka se vyklube princ ze sousedního království a svým důvtipem a obětavostí zachrání království před zkázou v podobě samotného Lucifera. Odměnou mu je láska krásné Aničky.





# Obušku, z pytle ven!

Režie: Jaromír Pleskot

Hrají: Ladislav Pešek, Josef Beyvl, František Smolík,  
Renata Borová, Miroslav Fišák

V roli památek: příroda Vysočiny (Buchtův kopec,  
Daňkovice, Sněžné)



Samotný obušek, podle kterého se pohádka jmenuje, se objeví až 12 min před koncem filmu a zůstane na scéně pouze necelých 6 minut.



Chudý potulný muzikant zavítá při svém putování do hostince. I přesto, že nemá žádné peníze, nabídne mu hostinský jitrnici jakou svět neviděl, pokud zahraje jak nejlíp umí. Muzikant zahraje, ovšem od hostinského dostane „neviditelnou jitrnici“ - tedy takovou, jakou svět neviděl. Na večer potká cestou hladového kouzelného stařečka, s nímž se rozdělí o svůj krajíc chleba. Pro své dobré srdce dostane od stařečka kouzelný ubrousek, oslíka a kouzelný obušek. Poté, co se večer ubytuje v hostinci, kde ho hostinský opije a okrade o ubrousek a oslíka, hostinského náležitě potrestá kouzelným obuškem.





# Anděl Páně 2 (2016)

Režie: Jiří Strach

Hrají: Ivan Trojan, Jiří Dvořák, Jiří Bartoška,  
Vica Kerekes, Anna Čtvrtníčková

V roli památek: Ledeč nad Sázavou



"Petroneli, Petroneli....."



Čert Uriáš a anděl Petronel způsobí, že se na Zemi z Nebe zakutálí jablko ze stromu Poznání. Rozzlobený Bůh oba pošle na Zemi s pohružkou, že z nich udělá hvězdnou mlhovinu, pokud jablko nevrátí. Uriáš a Petronel se na Zemi zamotají do pletence lidských vztahů, starostí a zkoušek, díky nimž nakonec získají jablko ze stromu Poznání zpět a pomohou nejednomu člověku ke štěstí.

# Šťastný smolař (2012)

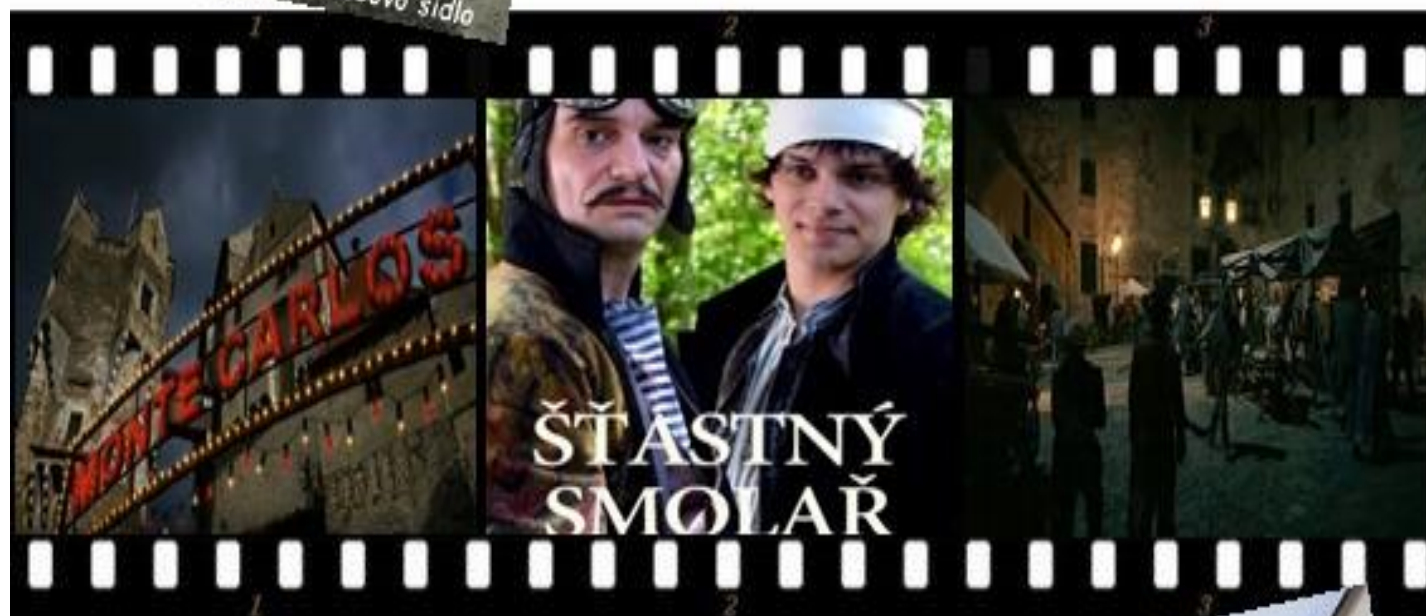
Režie: Jiří Strach

Hrají: Ivan Trojan, Filip Cíl, Martina Záborská, Jiří Dvořák

V roli památek: hrady Leděč nad Sázavou a Pernštejn



Pernštejn představuje Karlosovo sídlo



ŠTĚSTNÝ  
SMOLAŘ

*Kominický synek a smolař Filip se vydá na pouť světem, aby se zbavil proklaté smůly a získal zpět svou lásku Haničku. Společníka mu dělá chorobný lhář, který se prohal tak daleko, že nezná vlastní jméno a říká si Kdokoliv. Právě díky němu Filip porazí zlého Karlose a získá milovanou Haničku zpět.*



Horní nádvoří ledečského hradu si zahrálo filmový jarmark.



# *Z pekla štěstí (1999)*



král Brambas sídlil na Roštejně

**Režie:** Zdeněk Troška

**Hrají:** Vladimír Brabec, Sabina Laurinová,  
Miroslav Šimůnek, Michaela Kuklová,

Daniel Hůlka, Lukáš Vaculík, Dana Morávková

**V roli památek:** město Telč a hrad Roštejn



*Pohádkovou ústřední dvojicí tentokrát není princ a princezna, ale sedlákův pomocník Honza a jeho nevlátní dcera Markýtko, kteří musejí překonat nejednu nástrahu na cestě za společným štěstím.*



Honza se utkal s drakem v Telči



# Lotrando a Zubejda (1996)

Režie: Karel Smyczek

Hrají: Jiří Strach, Pavel Zedníček, Barbora Seidlová,

Jiří Lábus, Miroslav Táborský

V roli památek: stará škola v Polné

Zubejda je skutečně blízkovýchodní dívčí jméno (v turečtině Zübeyde, v arabštině Zubaida)



Lotrando a Zubejda se spolu učili v Polné

Raubíř Lotrando pošle svého loupežnického synka do kláštera, aby se mu tam dostalo řádného vychování. Z chlapce se stane jemný mladý muž, který není schopen obrát ani toho nejobyčejnějšího kupce. S dřevorubcem Drncem se Lotrando dostane do daleké Solimánie, kde už dlouhou dobu shánějí pravého studovaného doktora, aby vyléčil jejich stonavou princeznu Zubejdu. Jenže drvoštěp Drnc opravdické medicíně nic. Princezna však projeví nečekaný zájem o pěkného drvoštěpova pomocníka Lotranda a velká láska je na světě.